



**TALEB RIFAI**  
**Aumento del Turismo**  
PÁG. 12 / OMT prevé un crecimiento de entre el 3% y 4% en este año



**JOSÉ MANUEL SORIA**  
**Principal mercado**  
PÁG. 12 / El 45% de los viajes de los británicos a España son con turoperador



**LUIS GALLEGO**  
**Se anula el laudo**  
PÁG. 6 / La Audiencia Nacional anula el laudo del conflicto de Iberia Express



**FABIO CANNAVALE**  
**Compra de Rumbo**  
PÁG. 6 / El grupo suizo Bravofly compra Rumbo a Orizonia y Telefónica



**RAFAEL GALLEGO**  
**Más apoyo del Gobierno**  
PÁG. 7 / CEAV reclama más apoyo para 'un gran generador de ingresos'

## Borrego asegura que la subida del IVA de septiembre 'es transitoria'

El Gobierno revisará el REAV de las agencias tras el fallo del Tribunal europeo

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, reitera que "no se va a abordar ningún cambio" en el tipo impositivo con el que se grava a las agencias de viajes

hasta que se produzca el fallo del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) sobre la aplicación del IVA en España. Éste podría conocerse a finales de año.



Tomeu Bennasar dirige Logitravel.

### El cliente continúa demandando calidad

El precio es una variable muy importante, pero el cliente sigue demandando calidad, según el director general de Logitravel. **Pág. 4**

### Bruselas investiga la subida de tasas

La Comisión Europea ha abierto un procedimiento previo a la infracción contra España por la subida de las tasas aeroportuarias. **Pág. 6**

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

El Gobierno central prevé que una vez se produzca la sentencia del Tribunal europeo se revisará el Régimen Especial de las Agencias de Viajes (REAV), aunque sigue sin concretar si esto supondrá equiparar el tipo impositivo de las agencias al de otras actividades turísticas. Borrego también se ha referido en su comparecencia ante el Se-



Isabel Borrego

nado a la subida del IVA, asegurando que esta medida "es transitoria y vamos a cumplir nuestros compromisos electorales cuando la situación económica nos lo permita". Igualmente, defiende que el Turismo "se ha dejado dentro del IVA reducido, porque estimamos que es un sector primordial para nuestra economía".

Escapate en **pág. 5**

## Futuralia 2012 analizará el impacto medioambiental

El miércoles 21 de noviembre, el Hotel Eurostars Madrid Tower acoge el V Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo en España, Futuralia 2012. Bajo la presidencia de honor del Príncipe de Asturias, Felipe de Borbón, el evento organizado por el Grupo NEXO se centra en esta edición en el impacto medioambiental de los



diversos subsectores turísticos españoles. Para ello, contará con la participación de un selecto elenco de ponentes pertenecientes a organismos y empresas referentes, así como el secretario de Estado de Medio Ambiente, Federico Ramos de Armas, que inaugurará el Foro a las 9 de la mañana.

Escapate en **pág. 12**



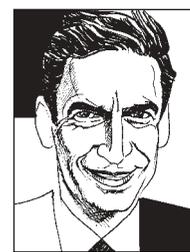
El tradicional corte de cinta del Salón TurNexoMadrid en el Hotel Mayorazgo.

## El Salón TurNexo Madrid destaca el papel del Sector

El presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, ha inaugurado el Salón TurNexoMadrid, celebrado el 6 de noviembre en el Hotel Mayorazgo Best Western, tras concluir el nuevo Foro AgentLab. **Escapate en págs. 8 a 10**

## UCAVE y ACAV posponen su fusión prevista para enero

La fusión prevista entre la Asociación Catalana de Agencias de Viajes (ACAV) y la Unión Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (UCAVE) se retrasa "de mutuo acuerdo". Según una circular interna de ACAV



Rafael Serra



Francisco Carnerero

a la que ha tenido acceso NEXOTUR, "se ha constatado que el 1 de enero de 2013 no será posible alcanzar y perfeccionar todos los puntos previstos en el protocolo de unión". **Escapate en **pág. 12****

Hemos puesto el corazón en acercarte al mundo.

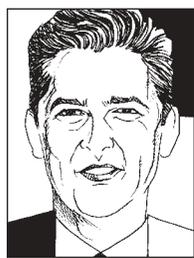
**IBERIA**  
iberia.com

## CLAVES

## Turismo, vinos y medioambiente(y V)

**R**ESISTENCIA AL CAMBIO frente a adaptabilidad. Conclusiones declaración de Barcelona:

— Reducir emisiones un 20% en 2020. Si de verdad se quiere asegurar las demandas de las generaciones futuras habría que contrarrestar la deuda externa del sur con la deuda ecológica histórica con los países pobres por las emisiones de CO<sub>2</sub>, la recolección gratuita de recursos genéricos y la destrucción de la biodiversidad.



⇒ BARTOLOMÉ NIETO

— Edificios sostenibles que utilicen técnicas constructivas que aprovechen y disminuyan el uso de recursos naturales de modo que se reduzcan el consumo de energía eléctrica y en general el impacto ambiental de la habitabilidad de los edificios y consigan la integración con el paisaje.

— Energías renovables y eficiencia energética.

— Agricultura sostenible y biodiversidad que posibilite la conservación de los recursos naturales y el medio, limiten el uso de productos químicos y favorezcan flora, fauna y calidad de suelos.

— Reducción de la huella hídrica (optimizar uso del agua).

— Ecodiseño (*packaging*).

— Reducción de residuos.

— Distribución eficiente.

— Investigación e innovación desarrollando líneas orientadas a la reducción del uso de recursos naturales, generación de residuos y emisiones de CO<sub>2</sub>.

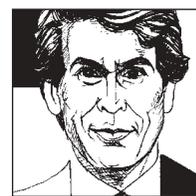
— Sensibilizar a los proveedores y a los trabajadores en buenas prácticas ambientales y de lucha contra el cambio climático. Intereses colectivos frente a intereses particulares. La principal dimensión social de la problemática ambiental y del objetivo de las sostenibilidad es que choca con la cultura del individualismo y los intereses particulares al exigir una perspectiva colectivista.

— Criterios generales para que la producción vitivinícola permita un Turismo vitivinícola sustentable.. Promover la producción orgánica. Integrar productos locales. Minimizar la reducción de residuos. Reducción consumo de agua. Reutilización del agua. Ahorro energético. Respeto por el paisaje. Promover transporte público. Respeto a la cultura local. RSC en las empresas. Evitar actividades agresivas para la naturaleza (agricultura de regadío no uso de prácticas agrícolas convencionales). Turismo vitivinícola y cuidado del medio ambiente. Napa valley. Ordenamiento territorial.

⇒ Bartolomé Nieto González es asesor técnico de la ruta de las bodegas y vinos de la serranía de Ronda. Experto en enoturismo. Ponencia de Futuralia.

**E** A pesar de que España es una potencia mundial en materia turística, el Sector aún tiene capacidad para innovar y aumentar su competitividad para atraer el mayor número de turistas posible potenciando el incremento de ingresos por este concepto en nuestro país', destaca Creus

## TRIBUNA



⇒ CARLOS CREUS

## Del volumen al valor de la información en el Turismo

**E**L TURISMO ES para España una de las principales fuentes de ingresos. Con cerca de 57 millones de turistas al año que generan 11 de cada 100 euros que ingresa el Estado no hay duda de que se trata de un motor económico que hay que proteger y mejorar. Sin embargo, para el Sector hoy no resulta tan sencillo mantener el interés de los turistas cuando el perfil del consumidor está cambiando de la mano de las nuevas tecnologías y las redes sociales; su comportamiento es más determinante que nunca para la industria. En este contexto, ¿cómo incentivar España como punto de obligada visita frente a otros destinos y atraer a potenciales visitantes asegurando que se cubren sus necesidades y preferencias?

Hemos sido testigos de la evolución de la tecnología y de la inteligencia artificial en proyectos tan 'mediáticos' como el de Watson, uno de los más potentes sistemas de cálculo diseñados hasta la fecha. Esta máquina es capaz de comprender el significado y el contexto del lenguaje humano, procesar 200 millones de páginas, equivalentes a un millón de libros, y realizar 800.000 millones de operaciones por segundo. Su capacidad para procesar y analizar información no tiene comparación con nada que hayamos visto hasta la fecha, pero lo verdaderamente importante es la aplicación práctica que podemos hacer de sus capacidades y de las tecnologías analíticas en el mundo real.

Un sector especialmente sensible al crecimiento exponencial de la información y los datos es el Turístico. Actualmente todos los grandes hoteles, aerolíneas, agencias de viajes, agencias de viajes *online*, mayoristas, etc., cuentan con bases de datos e información muy relevante que cada cliente ha ido facilitándoles en transacciones y uso de sus servicios. Si a eso incorporaran la información pública que cada individuo cede en sus interacciones y conversaciones a través de las redes sociales a las empresas turísticas se les abrirían nuevas posibilidades para comprender mejor a sus clientes. Toda esta información, no sólo es relevante, sino que además, bien analizada y aplicada al negocio, contribuye a entender mejor a un usuario cuyo comportamiento se está modificando.

Ahora más que nunca, los profesionales del Sector necesitan información precisa y oportuna para dirigir sus empresas. Dado el incremento de complejidad en la distribución y la ma-

yor competencia derivada de la entrada de nuevos actores en el mercado es necesario generar una mejor experiencia de cliente para incrementar su satisfacción y mantener la fidelidad. A pesar de la abrumadora disponibilidad de datos muchas empresas líderes en

quieren contratar y planificar sus viajes por Internet y dispositivos móviles, además del teléfono tradicional y las interacciones en persona. Para cubrir las necesidades y preferencias de los viajeros, las empresas de este sector han de ser muy competentes en



el Sector han declarado que a menudo tienen que tomar decisiones sin acceder a la información y el conocimiento adecuados.

¿Cómo entender las preferencias, hábitos de compra y fidelidad del cliente? ¿Cómo proponer las rutas y servicios más adecuados a cada viajero? ¿Cómo comunicarse de un modo más eficaz con los clientes a través de sus canales preferidos? ¿Cómo integrar y analizar los datos de mercado con la preciosa información ya existente en los sistemas para obtener nuevo conocimiento del cliente?

La tecnología analítica ofrece la capacidad para abordar esta necesidad de gestionar y hacer un buen uso de la enorme cantidad de información existente. Las empresas pueden convertir la información en acciones concretas que permitan anticipar, moldear y optimizar los resultados, con el fin de superar sus retos empresariales y aumentar la fidelidad del cliente logrando que tenga una experiencia completa. Es decir, comprender las necesidades del cliente y adaptar la oferta a sus preferencias para obtener así los mejores rendimientos.

Uno de los principales retos a los que se enfrentan las organizaciones turísticas es la venta y el servicio multicanal. Los clientes de viajes se han vuelto muy sofisticados y exigentes en cómo

ofrecer información consistente y actualizada al minuto sobre éstos a lo largo de todos los canales disponibles. Para ello, las empresas deben tener una visión 360° de sus usuarios y conectar ésta con sus distintos sistemas, así como los puntos de contacto externos a donde acuden estos clientes a buscar información.

Esta capacidad para ventas y servicios multicanal ya no es una opción sino un estándar que se espera de estos proveedores. La incapacidad para cubrir estas expectativas erosiona rápidamente la fidelidad del cliente y reduce la oportunidad de estas empresas de personalizar sus servicios y dirigir sus esfuerzos de *marketing* más eficazmente a los públicos adecuados.

Una aplicación directa de las tecnologías analíticas permite aumentar, por ejemplo, el interés de los turistas en una ciudad o en un país, que se deriva en un incremento de los visitantes que por trabajo u ocio eligen ese destino. Esto, en último término, supone importantes ingresos. Amsterdam es un claro ejemplo de ello. Con 12,2 millones de visitantes en total al año, es una de las 10 ciudades más turísticas de Europa. Amsterdam es un destino turístico popular, pero la competencia entre las ciudades europeas más llamativas para una escapada de fin de semana resulta feroz.

Para hacer que la ciudad resulte lo más atractiva posible a los visitantes potenciales, el organismo de Turismo local (Amsterdam Tourism & Convention Board, ATCB) ha utilizado las tecnologías analíticas. Concretamente, la ATCB ha sido capaz de combinar y analizar información de distintas fuentes con el fin de conocer las preferencias, el comportamiento y las condiciones de satisfacción de los visitantes. Y con toda esta información ha podido adaptar sus servicios y productos a las necesidades de los turistas y así influir en el comportamiento de éstos. También ha logrado determinar y predecir qué grupos objetivo es más probable que visiten Amsterdam, lo que ha contribuido a que sus campañas de *marketing* sean más efectivas, y los presupuestos mejor utilizados. Además, al conocer mejor el comportamiento de los visitantes que visitan Amsterdam se puede responder más eficazmente a las tendencias identificadas y programar mejor campañas promocionales y servicios asociados.

Los resultados demuestran que el procesamiento de una enorme cantidad de información acerca de millones de visitantes logra una importante mejora de los resultados. Tras la iniciativa, Amsterdam ha logrado un incremento del 14% en clientes de hotel y estancias de una noche, un 7% más en llegadas a su aeropuerto internacional y un aumento del 17% en con-

vinciones. Queda patente que mejorar la gestión y focalizarse en los grupos de visitantes potenciales más interesantes para un uso más efectivo del presupuesto de *marketing* aumenta la satisfacción del visitante y las ventas, al igual que incrementa

sustancialmente el número de turistas anuales que visitan la ciudad.

En definitiva, a pesar de que España es una potencia mundial en materia turística, y que año tras año el número de extranjeros crece, el Sector aún tiene capacidad para innovar y aumentar su competitividad para atraer el mayor número de turistas posible potenciando el incremento de ingresos por este concepto en nuestro país. Para ello, socios como IBM poseen la combinación idónea de un profundo conocimiento técnico del Sector, una amplia cartera de *hardware*, *software* y servicios y una metodología probada para ayudar a la industria a construir un Turismo y un planeta más inteligente.

⇒ Carlos Creus es senior manager para Turismo en IBM España.

**Un sector sensible al crecimiento exponencial de la información y los datos es el Turístico**

**La capacidad para ventas y servicios multicanal ya no es una opción sino un estándar que se espera del proveedor**

# OPINION

## NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada  
Consejero Delgado: Carlos Ortiz

director  
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: Carlos Ortiz  
Coordinadora General: Marga González

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

**NEXO**  
editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:  
Lope de Vega 13. 28014 Madrid  
(91) 369 41 00 / (91) 369 18 39  
E-Mail: coordinacion@nexotur.com

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

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

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

## Y ahora, las grandes redes

**Y** AHORA, LAS GRANDES REDES. Aunque los máximos responsables de las principales redes de distribución minorista lo niegan sistemáticamente, durante los próximos meses cerrarán casi un millar de oficinas. En especial, puntos de venta propios.

La caída de reservas en otoño e invierno (que está obligando a las grandes mayoristas a un drástico recorte de costes, iniciado por Catai con su UTE), no deja otra alternativa. "Hasta ahora han sido las agencias independientes las que han puesto los heridos y los muertos, pero en la guerra de agencias que afecta a este Sector, ahora es el turno de las grandes redes", tal y como expresó el presidente de Alianza AGC, Juan José Oliván, en el Gran Foro del Turismo, en el 25º aniversario de UNAV.

Al anuncio de cierres de Vibo Viajes (Viajes Iberia) ha seguido el relevo en la dirección general de Halcón Viajes Ecuador, cuyo objetivo es recuperar rentabilidad en la red. En ambos casos, se compatibiliza el crecimiento (a través de agencias asociadas o franquiciadas), con la reducción del tamaño actual (mediante cierres puntuales de puntos de venta propios no rentables). En suma, externalizando el crecimiento (y el riesgo), ante la caída de las ventas.

Barceló Viajes ha optado por la reducción de jornada, aunque está por ver si esta medida es suficiente, máxime ante su interés por absorber un gran grupo con red propia, que generaría importantes duplicidades en sus oficinas.

La excepción es, una vez más, Viajes Carrefour. El anuncio de una nueva fase de su plan de expansión, eliminando la cuota mensual de sus agentes franquiciados, para

hacer crecer su emergente red minorista, desde los actuales 400 puntos de venta, ha sido interpretado casi como una declaración de guerra por parte de las alianzas de Grupos comerciales de agencias independientes. De ahí la contundente declaración de Juan José Oliván.

El líder del Sector, Viajes El Corte Inglés, observa con creciente preocupación la evolución de la demanda. Y, sobre todo, la grave caída del margen. Pese a que esta red es la que mantiene el ratio de rentabilidad más elevado del Sector, y una notable expansión, especialmente en Iberoamérica.

Tras perder un tercio de agencias (se estima en casi 4.000 los puntos de venta cerrados desde que empezó la crisis), el cierre de más de un millar

de tiendas (entre lo que queda de año y el próximo ejercicio), podría dejar el Sector reducido a la mitad en cinco años, situando en torno a las 6.000 agencias.

Esta importante contracción explica la escasa participación de agentes en congresos, presentaciones, ferias, foros y *fam-tryp* sectoriales, ya que al creciente número de agencias cerradas se suma la reducción de plantillas (cada vez hay más agencias con solo uno o dos empleados), lo que impide en la práctica a muchos agentes salir de sus agencias en horario de trabajo.

La dureza de la crisis afecta también, y mucho, a las grandes redes (pese a formar parte de grandes grupos de integración vertical), que están empezando a mover ficha ante un duro invierno, y un preocupante 2013.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

**El cierre de agencias, que hasta ahora había afectado más a las independientes, entra en una nueva fase en la que grandes redes usan las franquicias para crecer, mientras cierran puntos de venta propios no rentables**

## ▲ check-in / NUEVO FORO AGENTLAB

### Estadística, Innovación, Formación

El primer Foro AgentLab, organizado por el Grupo NEXO en el marco del 25º Salón TurNexoMadrid, se dedicó al debate con máximos representantes del Sector sobre tres importantes objetivos sectoriales.

Presidido por el director general de Turismo de Madrid y moderado por el director de NEXOTUR, AgentLab contó con la participación del presidente de CEAV, Rafael Gallego, y los presidentes de UNAV, José L. Prieto; de AEDAVE, Vicente Blasco; vicepresidenta de ECTAA, Eva Blasco; y presidentes de AEMAV, y los Grupos comerciales AGC y Ceus.

—**Servicio de Estudios.** Realización de sondeo o encuesta periódica, con metodología homologada, sobre resultados y previsiones de las ventas y reservas a través de agencia por temporadas, que permitan al Sector conocer y comparar (y difundir a través de los medios de comunicación) los resultados de la venta intermediada de viajes, desglosada por los segmentos: mercados emisores, destinos, motivos del viaje, tipos de producto, modos de transporte, tipología de alojamiento, etc.

—**Instituto Tecnológico.** Creación del Instituto Tecnológico del Agente de Viajes (ITAV), dedicado a la innovación y a la tecnología aplicada al Sector, que posibilite la participación de los agentes de viajes en el desarrollo de las herramientas tecnológicas sectoriales, con el objetivo de mejorar la eficiencia e incrementar la competitividad.

—**Formación continua.** Diseño de un sistema formativo con un programa propio, adaptado a las necesidades de las empresas, tanto presencial como (especialmente) *online*, mediante cursos eLearning.

## ★ personaje de la semana / Fabio Cannavale

El presidente del que ya se presenta como Grupo Bravofly Rumbo, un motor de búsqueda para viajeros que arrancó en Italia con el comparador de vuelos italiano Volagratis.it, ha adquirido por casi 80 millones de euros la agencia



*online* Rumbo, a sus copropietarios: los grupos Orizonia (que reduce así su endeudamiento en plena renegociación de la deuda con los bancos acreedores) y Telefónica (que sale así del negocio de la intermediación turística).

## ★ la chispa / Quique



## ▼ check-out / UNIDAD CATALANA

### UCAVE-ACAV sin 'fumata bianca'

Un lustro después de que ACAV viera frustrada su pretensión de absorber a UCAVE (que calificó el proceso como "abrazo del oso"), vuelve a abortarse el proceso de integración de las dos principales Asociaciones catalanas de agencias de viajes.

Pese a la larga negociación, que incluía que el control de la gestión de la Asociación resultante fuese encomendada a la gerente de ACAV, y la reiterada exigencia de que el nombre de UCAVE desapareciera, en favor de ACAV, la unificación de agentes catalanes vuelve a quedar en vía muerta.

Esta nueva ruptura resulta sorprendente, habida cuenta de que desoye una exigencia de muchos miembros de ambas Asociaciones —afectados por la crisis que atenaza el mercado emisor catalán— y que no están dispuestos a seguir sufragando dos cuotas, a causa de su *doble militancia* asociativa.

La integración, que para prosperar debe ser afrontada y entendida como una fusión entre iguales, y en modo alguno como una absorción, es una asignatura pendiente de los agentes catalanes, especialmente en la difícil situación actual.

Este nuevo fracaso se produce, además, cuando la ex gerente de ACAV, Marián Muro, es directora general de Turismo de Cataluña, puesto desde el que ha impulsado la tasa turística catalana, cuya responsabilidad última sobre los agentes ha causado un generalizado rechazo en el Sector.

Ni las adscripciones políticas ni las aspiraciones personales debieran seguir entorpeciendo un proceso de unificación asociativa, que responde a la creciente exigencia de los agentes catalanes.

**E**n 2012 esperamos crecer un poquito, de lo cual estaremos muy contentos teniendo en cuenta la situación actual / Estamos satisfechos de la marcha de nuestro negocio en el exterior / Nuestra intención es dar el salto a más países / Pese a los esfuerzos que hemos hecho para impulsar las reservas anticipadas, éstas sólo han supuesto un bajo porcentaje del total

## «Vender por debajo de coste es algo que Logitravel nunca hará»

Tomeu Bennasar / Director general de Logitravel

Pese a su corta trayectoria (fue fundada en 2004), Logitravel se ha consolidado como una de las principales agencias de viajes *online* que operan en el mercado español. Tal y como publicó NEXOTUR, acabó 2011 con 275 millones de euros, un 39% más que en 2010, gracias, en gran medida, al notable aumento de la contribución de su negocio internacional, que aportó en este año el 30% de su facturación.

Según explica su director general, Tomeu Bennasar, para este año no se prevé un crecimiento espectacular. "Esperamos crecer un poquito respecto a 2011, de lo cual estaremos muy contentos teniendo en cuenta la situación actual", reconoce. Así, se muestra satisfecho con "mantener los niveles de ventas" a pesar de "todos los incidentes ocurridos en lo que va de ejercicio". Pese a la delicada situación que atraviesa el Sector, Bennasar destaca la

importancia de seguir innovando, ya que "sin ella, proyectos como el nuestro carecen de sentido".

**P.- La debilidad del consumo interno se está reflejando en los negocios de la gran mayoría de agencias de viajes en 2012. ¿Cómo han funcionado las ventas de Logitravel en los 10 primeros meses del año?**

**R.-** De momento han funcionado bien. No nos podemos quejar. Después de todos los incidentes ocurridos en lo que va de año, como por ejemplo, la quiebra de compañías aéreas y de cadenas hoteleras, la subida de las tasas aéreas y el incremento del tipo de IVA, el hundimiento

del Costa Concordia, así como la complicada situación económica actual, estamos consiguiendo mantener los niveles de ventas. Si bien hay que destacar que este año las ventas han llegado muy a último minuto. A pesar de los esfuerzos que hemos venido haciendo para motivar e impulsar las reservas anticipadas, éstas sólo han supuesto un bajo porcentaje del total de las realizadas por nuestra agencia de viajes.

**P.- ¿Cuáles son los productos y servicios que más demandan sus clientes en estos momentos?**

**R.-** Los hoteles en la costa y los 'paquetes' dinámicos son los más solicitados. Las estancias en los hoteles de la costa española han sido de los productos más demandados esta temporada de verano. Los españoles nos resistimos a renunciar a nuestras vacaciones, aunque sí las acertamos o las pasamos en lugares más cercanos, sin salir del propio país. Por su parte, la flexibilidad que aporta al viajero la posi-

bilidad de organizarse su viaje a medida está provocando un importante incremento en la demanda del denominado 'paquete' dinámico.

**P.- ¿El cliente ya solo piensa en el factor precio o también tiene en cuenta otros aspectos como la calidad del producto y el buen servicio de la agencia de viajes?**

**R.-** El precio es actualmente una variable muy importante a la hora de elegir el producto, pero el cliente sigue demandando calidad y buen servicio. Nos hemos vuelto muy exigentes como consumidores, ya que buscamos, comparamos y elegimos según la relación calidad-precio. No obstante, el hecho de que nos vayamos una semana 'todo incluido' por 300 euros no es motivo para esperar menos en los servicios recibidos.

**P.- Desde su creación en 2004, la cifra de negocio de la agencia de viajes ha experimentado un crecimiento constante, alcanzando en 2011 una facturación de 275 millones de euros. ¿Cuáles son sus previsiones para el cierre del presente ejercicio?**

**R.-** Esperamos crecer un poquito respecto al año anterior, de lo cual estaremos muy contentos teniendo en cuenta la situación actual. Sin embargo, hay que esperar a ver cómo va la venta de Navidad este año y el arranque de la temporada de esquí.

**P.- ¿Cuál es la clave para que su agencia de viajes siga mejorando sus cifras de ventas a pesar de la coyuntura económica adversa?**

**R.-** Esperamos crecer un poquito respecto al año anterior, de lo cual estaremos muy contentos teniendo en cuenta la situación actual. Sin embargo, hay que esperar a ver cómo va la venta de Navidad este año y el arranque de la temporada de esquí. **P.- ¿Cuál es la clave para que su agencia de viajes siga mejorando sus cifras de ventas a pesar de la coyuntura económica adversa?**

## El cliente sigue demandando calidad y servicio

**E** Los hoteles en la costa y los 'paquetes' dinámicos son los más solicitados por los clientes de Logitravel. Las estancias en los hoteles de la costa española han sido de los productos más demandados esta temporada de verano. Los españoles nos resistimos a renunciar a nuestras va-

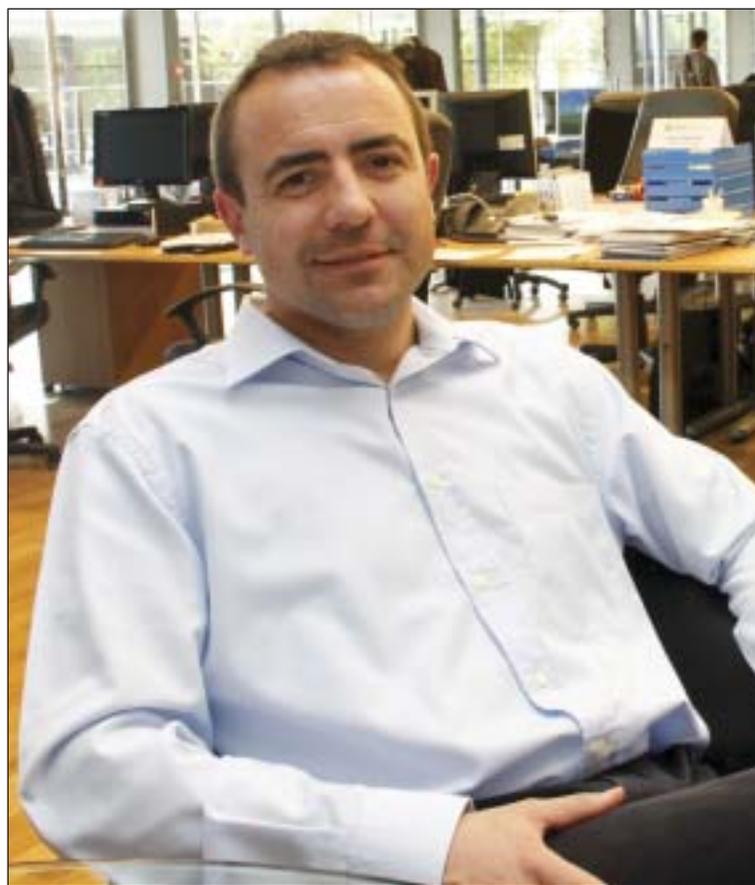
caciones, aunque sí las acertamos o las pasamos en lugares más cercanos, sin salir del propio país. Por su parte, la flexibilidad que aporta al viajero la posibilidad de organizarse su viaje a medida está provocando un importante incre-

mento en la demanda del denominado 'paquete' dinámico.

El precio es actualmente una variable muy importante a la hora de elegir el producto, pero el cliente sigue demandando calidad y buen servicio cuando acude a la página *web* de



© TOMEU BENNASAR



**R.-** Seguir innovando en el producto y los servicios que ofrecemos. Nuestra meta es acompañar a los clientes en las nuevas tendencias siempre ofreciendo el servicio de profesional que el consumidor espera de una agencia de viajes.

**P.- ¿Los beneficios también han aumentado en los últimos años?**

**R.-** Por política de empresa no damos cifras de beneficios.

**P.- ¿En qué punto se encuentra el plan de expansión internacional de la agencia de viajes?**

**R.-** Bien, aunque por todos es sabido que es un mal momento para

mover pieza, ya que la recesión es a nivel global. No obstante, estamos satisfechos de la marcha de nuestro negocio en el exterior, siendo cada vez más representativo en nuestra cuenta de resultados.

**P.- ¿En qué mercados opera Logitravel en la actualidad?**

**R.-** Actualmente estamos, además de en España, en Portugal, Italia, Alemania, Francia y Brasil.

**P.- ¿Pretenden dar el salto a algún otro país próximamente?**

**R.-** Sí, nuestra intención es dar el salto a otros países. Si las circunstancias económicas lo permiti-

ten tal vez durante el próximo año abramos otro mercado.

**P.- ¿Qué volumen de facturación aportan ya a la empresa sus negocios en el extranjero?**

**R.-** En 2011 representaron cerca del 30% de nuestro volumen de negocio. En 2012 esperamos que este porcentaje crezca y a final de año daremos cifras. Vamos pasito a pasito, pero sin detenernos.

**P.- ¿Hay algún mercado más debilitado que el español?**

**R.-** Tal vez Italia, ya que está siendo un año complicado para sus ciudadanos. Aunque a los portugueses también se les nota menguados económicamente.

**P.- Determinadas agencias de viajes tradicionales acusan a las *online* de tirar precios incluso por debajo de coste. ¿Es eso cierto?**

**R.-** No. En lo que a nuestra agencia de viajes respecta, tenemos una cuenta de resultados que defender y unos umbrales de rentabilidad mínimos que cubrir por debajo de los cuales nunca bajamos. Estar por debajo de coste es algo que Logitravel no ha hecho nunca y nunca lo haremos, ya que cuanto más vendas más pierdes.

**P.- En mayo cambiaron el diseño de su página *web* y aumentaron su oferta de hoteles en España y Portugal. ¿Han comenzado a dar sus frutos estas acciones?**

**R.-** La verdad es que durante los meses de verano hemos tenido un importante volumen de reservas de hotel a las costas españolas y portuguesas. Asimismo, también estamos satisfechos de la respuesta recibida por parte de nuestros clientes con los cambios introducidos en nuestra página *web*.

**P.- Logitravel ha desarrollado recientemente aplicaciones de pago con PayPal para iPad. ¿Qué beneficios aporta a sus clientes la implantación de estos sistemas?**

**R.-** Una de nuestras principales misiones es mejorar nuestros servicios de pago ofreciendo el máximo de opciones disponibles en el mercado. En ese sentido, que los clientes acostumbrados a pagar con Paypal, puedan hacerlo también con nuestras aplicaciones es algo bueno para todos.

**P.- ¿Qué otros avances tecnológicos ha incorporado su agencia?**

**R.-** A lo largo de este año nos hemos reinventado, mejorando prácticamente todas las funcionalidades que ofrecen nuestras aplicaciones. De este modo, hemos implementado mejoras de usabilidad, producto y personalización al cliente.

**P.- ¿La innovación es clave para prosperar en el mercado de la distribución *online* de viajes?**

**R.-** La apuesta por la innovación es básica para seguir siendo competitivo, y más aún en el entorno *online* en el que nos movemos nosotros y con la importancia que la tecnología cobra en nuestras vidas día a día. Sin ella, proyectos como el nuestro carecen de sentido.

# escaparate

## El gasto turístico crece un 13% en septiembre

El gasto turístico aumenta un 13,4% en septiembre, con 6.242 millones de euros. Destaca la mayor contribución respecto a 2011 de los visitantes con 'paquete', cuyo desembolso crece un 16%, hasta los 2.078 millones. **Pag. 32**



## Los españoles viajan un 6% más en septiembre

Tras una caída del 5,6% en agosto, en septiembre los viajes de los españoles, registran un incremento del 6,4%, hasta los 13,3 millones. Predominan los desplazamientos nacionales y el uso de vivienda de familiares. **Pag. 11**



## España es el segundo país que más ahorra en viajes

España es el segundo país que más ahorra en los viajes nacionales, con una media de gastos de 72 euros al día, según el Índice de Precios Hoteleros (HPI) de Hoteles.com. En el extranjero es de 105 euros al día. **Pag. 14**

## ■ Prontuario

### El 25 aniversario del Grupo NEXO

**N**ADA HACE MÁS rápido el paso del tiempo que los buenos resultados de la tarea bien hecha, día a día.

Cuando se cumple el 25º Aniversario de los Salones Turnexo, se comprueba, fácilmente, la veracidad de lo que afirmo.

Los Salones Turnexo, vinieron a llenar un importante espacio en la actividad de nuestro Sector. Se trata de un encuentro

profesional, cronológicamente bien estudiado y organizativamente bien producido.

Son dos encuentros, en el caso de Madrid y Cataluña, antes y después de la alta temporada

turística, en los que se produce una convergencia entre mayoristas y minoristas. Entre todos ellos y sus proveedores.

Y se produce de una manera fluida y próxima, en la que, no solo interactúan los empresarios, sino los propios agentes, los operadores de los viajes, que son, en definitiva los más directos protagonistas de éste negocio.

Como profesional me parece justo y necesario agradecer a sus promotores ésta iniciativa que, como todas las suyas, ha venido a enriquecer nuestra actividad.

A título personal, debo felicitar a esos dos buenos empresarios, Eugenio y Carlos, que, hace 25 años y sin hacer ruido, se colaron en éste Sector para convertirse, con el correr de los años y de su buena labor cotidiana, en el nexo de unión de tantos de nosotros.

Gracias por vuestra ilusión y vuestro esfuerzo.

Deseo, muy sinceramente, que sigamos muchos años más, disfrutando y sacando provecho de vuestras numerosas iniciativas.

Con mi mejor cariño.

☞ José Luis Prieto es presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV).

# Borrego reitera que 'no se va a abordar ningún cambio' en el IVA hasta que haya fallo del TJUE

En unos dos meses el Tribunal europeo se pronunciará sobre la posible aplicación incorrecta del REAV en España

El Gobierno sigue sin concretar cuáles son sus planes para el IVA de las agencias. Al igual que hiciera el ministro Soria, la secretaria de Es-

tado de Turismo reitera que "no se va a abordar ningún cambio" hasta que se produzca el fallo del Tribunal de Justicia de la Unión Europea

(TJUE), pero no aclara si entre sus objetivos está equiparar su tipo impositivo al de otros subsectores turísticos.

El Gobierno central continúa esperando al fallo del TJUE sobre la aplicación del IVA en España y otros siete Estados miembros, que previsiblemente se conocerá a final de 2012 o principios de 2013, para dar a conocer su postura sobre un posible cambio del tipo impositivo con el que se grava a las agencias de viajes. Tal y como publicó NEXOTUR, el pasado mes de septiembre el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, afirmó que una vez se produzca la sentencia se revisará el Régimen Especial de las Agencias de Viajes (REAV), al mismo tiempo que aseguró compartir la "inquietud" sobre la singularidad de las agen-



Isabel Borrego

cias, que actualmente tributan al 21%, frente al 10% de la mayoría de subsectores turísticos.

No obstante, el Ejecutivo sigue sin concretar si entre sus planes está equiparar el tipo impositivo de las agencias al de otras actividades turísticas o bien endurecer aún

más la normativa en materia fiscal del Sector. En este sentido, en su última comparecencia en el Senado, la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, ha vuelto a reiterar que "a falta de aproximadamente dos meses para que se produzca ese fallo, no se va a abordar ningún cambio", pero no ha profundizado en las modificaciones que podrían llevarse a cabo.

La titular de Turismo ha respondido así a la senadora de Convergència i Unió, María Teresa Rivero, que le pidió que "aclare la problemática respecto a las agencias de viaje y a los 'paquetes' turísticos". En su pregunta, consideró que "es algo que debería solucionarse", pues "está suponiendo verdaderas barreras para la comercialización de algunos productos a los que se está haciendo mucho daño", en referencia a la clara desventaja de las agencias de viajes frente a otros actores turísticos.

### Subida del IVA 'transitoria'

Por otro lado, Borrego también se ha referido a la subida del IVA, que desde el pasado 1 de septiembre pasó del 18% al 21% en el general y del 8% al 10% en el reducido. Al res-

pecto, asegura que "el Partido Popular no era partidario de subir el IVA turístico, y así se dijo durante la campaña electoral". No obstante, afirma que "la situación actual no ha llevado a tener que subirlo".

Pese a ello, defiende que el Turismo "se ha dejado dentro del IVA reducido porque estimamos que es un sector primordial para nuestra economía". Asimismo, la secretaria de Estado también destaca que el incremento del tipo impositivo se aplicó "después del grueso de la temporada alta". "Hablamos de insensibilidad con el Sector Turístico", pero "recuerdo que la subida del IVA de 2010 tuvo lugar el 1 de julio", critica. Además, Borrego asegura que esta medida "es transitoria y vamos a cumplir nuestros compromisos electorales cuando la situación económica nos lo permita".

# Los pagos de los españoles para viajar al extranjero experimentan caídas del 5% y 7% en julio y agosto

En los ocho primeros meses del año registran un descenso del 3%, con 7.689 millones de euros

El Turismo Emisor no levanta cabeza. En los meses de julio y agosto, periodo clave de la temporada de verano, los españoles han recortado

de manera significativa sus pagos para viajar a destinos extranjeros. Según destaca el Banco de España, su desembolso se ha reducido un

5% y un 7%, respectivamente. En el acumulado de los ocho primeros meses del año los pagos descienden en un 3,1%.

Aunque mostraron una tímida mejora en el segundo trimestre del año, los pagos realizados por los españoles para viajar al extranjero experimentan importantes descensos en julio y agosto, meses de mayor demanda. Tal y como revela la Balanza de Pagos del Banco de España, a la caída del 4,8% de julio, cuando ascendieron a 1.211,4 millones de euros, se suma un nuevo recorte del 7% en agosto, mes en el que los españoles han destinado 1.272 millones de euros, frente a los 1.367,7 millones del año anterior.

Este dato viene a demostrar que la evolución favorable de los movi-

mientos turísticos de los españoles en lo que va de año viene impulsada por el buen comportamiento de los desplazamientos por el propio territorio nacional. Destacan a viviendas propias o de familiares y amigos.

### Ingresos turísticos

La debilidad del Turismo Emisor también se refleja en los datos del periodo acumulado. En los ocho primeros meses de 2012 los pagos muestran una disminución del 3,1%. De este modo, pasan de 7.936,7 millones de euros a 7.689,7 millones.

Todo lo contrario ocurre con los ingresos por Turismo y viajes, que un mes más superan las cifras del ejercicio anterior. En agosto crecen un 1,4%, pasando de 5.733,9 millones a 5.814,2 millones. Asimismo, entre enero y agosto también muestran un ligero avance interanual del 0,8%, alcanzando los 29.691,2 millones de euros, frente a los 29.456,3 millones.

El superávit del apartado Turismo y viajes presenta un aumento del 4% en agosto, pasando de los 4.366,2 millones de euros de 2011 a 4.542,2 millones. En los ocho primeros meses del año crece con menor intensidad,



El gasto en agosto es de 1.272 millones.

registrando una variación del 2,2%. Así, alcanza los 22.001,5 millones, frente a los 21.519,6 millones de 2011.

## Kuoni renueva GTA y Group Travel Experts

Kuoni ha renovado las identidades de marca de sus divisiones Gullivers Travel Associates (GTA), adquirida hace año y medio, y Group Travel Experts. Con esta nueva estrategia comercial el grupo turístico pretende adaptar sus negocios a las necesidades y particularidades de cada uno de los segmentos en los que operan, la primera en viajes independientes y la segunda en grupos.

## FIAA 2012 concluye con un 'balance satisfactorio'

La 11ª edición de la Feria Internacional del Autobús y del Autocar ha concluido con un balance satisfactorio y una valoración muy positiva por parte de sector, según sus responsables. Durante los cuatro días de feria, han participado 181 empresas de 18 países, entre fabricantes o industria auxiliar. FIAA 2012 ha reunido "numerosas novedades y los últimos desarrollos", han explicado.

## El CCIB desarrolla su primera memoria de RSC

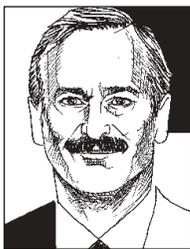
El Centro de Convenciones Internacional de Barcelona (CCIB) ha desarrollado su primera memoria de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), sobre la actividad de 2011. Se autoevalúa en tres principales áreas: la sostenibilidad, la responsabilidad social y la economía. Se ha comprometido a publicar anualmente esta memoria en el marco de su política de responsabilidad social y medioambiental.

## Úbeda y Baeza apuestan por el turista de congresos

Los ayuntamientos de Úbeda y Baeza han acudido al 'Meeting and Incentive Travel Market', MITM Euromed, celebrado en Granada con el proyecto conjunto de la ITS 'Creación de la Oferta de Turismo de Congresos y Reuniones de Úbeda y Baeza'. El objetivo es atraer a un sector profesional que "es esencial para el crecimiento del Sector Turístico en ambas ciudades".

## Bruselas investiga la subida de las tasas aeroportuarias en España

La polémica subida de las tasas aeroportuarias recogidas en los Presupuestos Generales del Estado de 2012, cuya aplicación se hizo efectiva el pasado 1 de julio, está siendo investigada por la Comisión Europea (CE). A raíz de las denuncias recibidas por varias Organizaciones empresariales, entre las que previsiblemente están la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes y Turoperadores (ECTAA) y la Asociación de Aerolíneas Europeas (AEA), Bruselas ha iniciado un "procedimiento previo de infracción".



Siim Kallas

de consulta que debe ofrecerse a los usuarios. En este sentido, el comisario de Transportes, Siim Kallas, ya advirtió de la obligatoriedad de "consultar a los usuarios sobre el importe y el sistema de tasas aeroportuarias aplicados en los aeropuertos con más de cinco millones de movimientos de pasajeros al año o, como mínimo, en el mayor aeropuerto de cada Estado miembro".

### Carácter retroactivo

Aunque sí se está analizando si el Gobierno español vulneró la normativa comunitaria con el procedimiento seguido para aumentar las tasas aeroportuarias, Bruselas confirmó a principios de septiembre que la decisión de aplicar la subida con carácter retroactivo para los vuelos reservados antes del 1 de julio es legal. Esta decisión, que fue muy criticada por las principales Organizaciones de aerolíneas y agencias de viajes, provocó que muchas aerolíneas optasen por asumir la diferencia, mientras que otras, como fue el caso de Ryanair, trasladaron a sus clientes el incremento.

El Ejecutivo comunitario pidió al Gobierno español que presentase sus observaciones sobre los problemas identificados en la aplicación de este incremento. CE, que ya ha recibido la respuesta de las autoridades competentes en la materia, evaluará partir de ahora si hay motivos para comenzar el expediente sancionador.

Bruselas no investigará la subida en sí, que tal y como publicó NEXOTUR fue del 18,9%, sino una posible vulneración en cuestiones como la información y el periodo

## Orizonia y Telefónica venden Rumbo al grupo Bravofly por 74 millones de euros

'Nuestra integración en Bravofly nos permitirá alcanzar el siguiente estadio', indica Rivera

Rumbo deja de pertenecer a la joint venture al 50% entre Orizonia y Telefónica para integrarse en Bravofly, que está llevando a cabo una rápida estrate-

gia de crecimiento. Con esta operación, que asciende a 74 millones de euros, el grupo suizo pretende consolidar su posición en el área mediterránea.

Bravofly Group compra Rumbo a Orizonia y Telefónica, propietarias a partes iguales de la agencia de viajes online. Mediante esta adquisición, cuyo coste asciende a 74 millones de euros, el grupo suizo alcanzará una facturación global de 900 millones de euros y una plantilla de 850 profesionales, consolidando su "liderazgo en el área mediterránea y fortaleciendo su presencia en unos 20 países", destacan.

Bravofly Group opera a través de las web Bravofly, Volagratis.com, Viaggiare.it, Crocierissime.it, Bravocroisieres.fr y Hotelyo.it, entre otras. A pesar de las condiciones actuales del mercado europeo, el grupo asegura haber incrementado sus ventas alrededor de un 50% en 2012.

### Tecnologías punteras

Según el presidente y fundador de Bravofly, Fabio Cannavale, "la adquisición de Rumbo reforzará nuestro liderazgo en el segmento de las agencias de viajes online". "Sumada a nuestra presencia diversificada en



Rumbo mantendrá su estructura de marcas bajo la nueva titularidad de Bravofly.

Europa y a nuestro foco estratégico en incorporar tecnologías punteras, nos permitirá asimismo brindar productos altamente competitivos, como por ejemplo, 'paquetes' vacacionales personalizados", añade.

Por su parte, el director general de Rumbo, José Rivera, afirma que "tras una primera etapa en la que nos hemos enriquecido del know how de dos socios de excepción en

los ámbitos del Turismo y de las telecomunicaciones como Orizonia y Telefónica, nuestra integración en el grupo Bravofly nos permitirá alcanzar nuestro siguiente estadio de desarrollo de la mano del líder europeo en la comercialización online de viajes". Rumbo, que también gestiona Viajar.com y Rumbo Negocios, conservará su estructura de marcas bajo la nueva titularidad de Bravofly.

## La Audiencia Nacional anula el laudo que puso fin al conflicto entre Iberia y los pilotos y ordena repetirlo

Los magistrados entienden que Iberia Express debía estar presente en el laudo por ser el origen del conflicto

La Sala de lo Social de la Audiencia Nacional ha anulado el laudo que ponía fin al conflicto entre Iberia y el Sepla, ordenando que se vuelva a dictar tras escuchar las alegaciones de la filial de 'bajo coste' Iberia Express. El origen del litigio se remonta a la creación, a finales del pasado año, de esta compañía aérea, y que desembocó en varias jornadas de huelga y en la cancelación de cientos de vuelos.

Para resolver el conflicto, el Gobierno designó un mediador entre las partes y, ante la falta de acuerdo, estableció posteriormente un arbitraje obligatorio, cuya decisión fue recurrida por Iberia Express ante la Audiencia Nacional al entender que le afectaba y no se había podi-

do pronunciar al respecto. En su sentencia, los magistrados exponen que Iberia Express debía estar presente en el laudo, ya que éste le obligaba a aplicar un convenio que le limitaba su posibilidad de contratar a sus pilotos, restringía su capacidad de obrar y, "todo ello, sin haberle dado la ocasión de formular alegación alguna en el procedimiento arbitral".

### No fue convocada

Además, se considera que los motivos y objetivos de las huelgas que se pretendieron solucionar con el arbitraje tenían su base en la creación de la filial de 'bajo coste'. Es por ello que la Audiencia Nacional

sentencia que "no cabe considerarla en modo alguno ajena a un conflicto que viene pivotando en torno a su existencia y funcionamiento desde el inicio, y al que el laudo pretende dar solución".

La sentencia añade que Iberia Express no fue convocada a ninguna reunión ni se solicitó a Iberia que actuara en su nombre o que le transmitiera la convocatoria, por lo que se aprecia "un defecto procedimental esencial en la tramitación del arbitraje". Por todo ello, la Sala de lo Social declara la nulidad del laudo impugnado y ordena trasladar las actuaciones hasta el momento previo a dar audiencia a las partes al objeto de escuchar a la aerolínea Iberia Express.



Iberia Express se creó a finales de 2011.

## Portugal simplifica los trámites burocráticos

Portugal ha sido uno de los primeros países que se adhiere al proyecto piloto Procedimiento Electrónico Simplificado para Servicios Transfronterizos (SPOCS), creado recientemente por la Comisión Europea para agilizar los trámites burocráticos a las agencias de viajes de 16 Estados miembros, entre ellos España. A partir de ahora, las agencias europeas que ofertan Portugal podrán operar con mayor facilidad en todo el país, mientras que aquellas que deseen iniciar su actividad en su territorio podrán hacerlo de forma más sencilla. El programa elimina las trabas administrativas para la obtención de licencia y registro.

## AENA pacta un ERE de más del 10% de la plantilla

Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) ha firmado con los sindicatos un plan de viabilidad que recoge medidas de flexibilidad interna, así como desvinculaciones voluntarias. Según informa el gestor aeroportuario, podrán acogerse al mismo un máximo de 1.600 empleados (un 10,6% de sus 15.000 trabajadores) hasta el 31 de diciembre.

## ASTA elogia el apoyo a la transparencia en precios

La Asociación Americana de Agencias de Viajes (ASTA) alaba el informe del Comité Asesor sobre Aviación de Protección al Consumidor (ACACP), en el que se reclama más transparencia en los precios de las aerolíneas. Este organismo también se compromete a trabajar para garantizar que consumidores y agencias tengan acceso completo a las tarifas.

## WTM de Londres abre con 157 nuevos expositores

Entre el 5 y 8 de noviembre se ha celebrado el World Travel Market (WTM) de Londres. El certamen ha contado en esta edición con 157 expositores más. Entre las nuevas incorporaciones destaca la elevada presencia de empresas y entidades europeas, así como de las procedentes de Asia y África. En 2011 se propició la firma de contratos por valor de más de 2.000 millones de euros.

## Benidorm potencia con Rusia Turismo Congresos

El Ayuntamiento de Benidorm ha alcanzado un acuerdo con el Gobierno ruso y la organización de la Conferencia Internacional de 'Altas Tecnologías Médicas del siglo XXI' para la firma de un protocolo para potenciar el Turismo de congresos. El convenio que se firmará próximamente busca profundizar en la mejora de la formación a través de la celebración de congresos especializados.

# Gallego reclama 'más apoyo al Gobierno' para que el Turismo siga siendo 'un gran generador de ingresos'

'Era fundamental mantener el número de viajes del Imsero, ya que es un proyecto de éxito', afirma

El presidente de CEAV, Rafael Gallego, subraya que el Turismo sigue siendo "uno de los grandes generadores de ingresos en momentos de crisis económica, pero es necesario contar con el apoyo del Gobierno". Por ello, reclama que "no se siga recortando la partida destinada al Turismo", que tal y como reveló NEXOTUR, ha pasado de 622 millones de euros a 310 millones en dos años, lo que supone una reducción superior al 50%.

En una entrevista concedida a NEXOTUR, el máximo responsable de

la Confederación de agencias de viajes muestra su rechazo a esta disminución del presupuesto, resaltando que "somos la principal industria del país". Gallego también critica que otros sectores, como por ejemplo el del automóvil, se estén beneficiando de subvenciones y ayudas, lo que a su juicio demuestra que el Gobierno "teme más a las reacciones de otros colectivos que a las del Sector". Asimismo, recuerda que el Turismo es un sector transversal, por lo que "los recortes en Turismo influyen en otras activi-

dades económicas". Entre las partidas que se han visto más afectadas por la política de austeridad presupuestaria está el programa de vacaciones para mayores del Imsero, cuya dotación ha pasado de 103 millones a 68,2 millones, lo que supone un descenso del 33,8%. A este respecto, Gallego señala que "el mantenimiento de las plazas era fundamental" y que "ha quedado demostrado que es un proyecto de éxito que consigue crear empleos y mantener los establecimientos abiertos".

El presidente de CEAV defiende que este programa "no es un gasto, sino que hay que verlo como una inversión", ya que "por cada euro se recuperan 1,8". En este sentido, culpa al director general del Imsero, César Antón, de "no tener el menor conocimiento de lo que supone este programa para los españoles". Por ello, advierte al Gobierno de que "no se puede tener al frente de un proyecto como éste a un señor que no tiene una idea clara de lo que aporta a la economía".



Rafael Gallego presidente CEAV.

## Amadeus All Fares Advanced es la evolución que necesitas

AMADEUS  
Your technology partner



Si quieres el mejor buscador de tarifas aéreas ya puedes dar el salto que necesitas con Amadeus All Fares Advanced.

Con la garantía de Amadeus

Disfruta de tarifa plana sin límite de transacciones.

Para más información:  
[www.amadeusallfares.es](http://www.amadeusallfares.es)

# AgentLab pone de manifiesto las 'excesivas obligaciones' de las agencias y la importancia de innovar para resistir

El Foro ha servido para conocer los nuevos desarrollos tecnológicos puestos al servicio del agente de viajes

La liberalización que se ha producido en el Sector con la entrada en vigor de la Directiva Bolkestein y la innovación y tecnología para los agentes de viajes han sido los ejes centrales del

Foro AgentLab, cuya celebración ha precedido a la inauguración del Salón TurNexo Madrid, la primera de las dos citas organizadas por el Grupo NEXO para esta temporada de in-

vierno. Durante la jornada, los máximos responsables de Organizaciones empresariales también han profundizado en cuestiones como la importancia de la unidad y de la formación.

En el Foro AgentLab 2012, antesala del Salón TurNexo Madrid, un excepcional panel de ponentes ha analizado en profundidad la importancia de la innovación y la implementación de las nuevas tecnologías en el Sector de agencias de viajes. Asimismo, los líderes de las principales Organizaciones empresariales también han hecho un llamamiento a la unidad, mostrando al mismo tiempo su clara apuesta por la formación, a pesar de las dificultades de financiación. Otro de los ejes de las jornadas ha sido la regulación actual que rige la actividad de las agencias de viajes en España y Europa, la cual ha sido objeto de numerosas críticas por las "excesivas obligaciones" que tiene el canal.

En primer lugar, en su discurso inaugural del Foro organizado por el Grupo NEXO, el director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Joaquín Castillo, ha explicado que para "recuperar los anteriores niveles de comercialización" es necesario "apoyarse en los instrumentos que facilitarán las transacciones". "Las nuevas herramientas son cada vez más indispensables y sin ellas no podemos imaginar la puesta en marcha de una agencia de viajes", añade. Más allá de la innovación, Castillo también se ha referido a la legislación actual, reiterando su compromiso de "liberalizar las normas turística".

A continuación la jefa del departamento SME Sales IT Consulting & Solutions de Amadeus España, Julia Botija, ha hecho hincapié en que "ya no solo trabajamos como un GDS puro, sino que hemos abiertos muchas más puertas". "Ahora estamos centrados en la consultoría y en ver las necesidades que las agencias nos vienen demandando, buscando así darles soluciones reales", detalla. Entre las principales novedades en las que viene trabajando el GDS líder para el canal de agencias de viajes, Botija destaca las herramientas destinadas a optimizar el tiempo de la agencia, la cada vez más amplia oferta de servicios complementarios de las aerolíneas, los apoyos para que la agencia pueda crear su propia página web y la ayuda para mejorar el posicionamiento de la misma en los principales buscadores, entre otras novedades.

## Directiva de viajes combinados

Por su parte, la vicepresidenta de la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA), Eva Blasco, ha abordado la liberalización y la regulación de la agencia de viajes. En lo que respecta a la Directiva Bolkestein, que entró en vigor en diciembre de 2009, comenta que "existen peque-

ñas diferencias" en su adaptación a la normativa de las diferentes Comunidades y Ciudades autónomas, aunque a su juicio "no se han producido grandes distorsiones", ya que la mayoría de los Gobiernos autonómicos han compartido criterios en los aspectos más importantes. No obstante, Blasco reconoce que "en un primer momento la exclusividad de la agencia de viajes en la comercialización de 'paquetes' turísticos se vio como todo un éxito, pero ahora me planteo si definitivamente lo ha sido o si los que realmente han salido beneficiados han sido los consumidores".

Por otro lado, la vicepresidenta de ECTAA lamenta que "cada vez haya más y más obligaciones para las agencias de viajes, pero no para los proveedores ni para las empresas que comercializan servicios sueltos". En este sentido, advierte de que la revisión de la Directiva de Viajes Combinados, proceso que podría concluir en marzo de 2013, "previsiblemente no aligerará las responsabilidades de la agencia, sino que es probable que las agrave aún más". Blasco también se muestra crítica con que se pretenda que "cuando se produce el cese de operaciones de aerolíneas las agencias sean responsables, ya que ni la propia compañía aérea lo es". En definitiva, lamenta que "las aerolíneas, a través de la Asocia-



El Foro AgentLab, moderado por el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada, ha contado con la participación del director general de Turismo de la Comunidad de Madrid; Joaquín Castillo; el presidente de CEAV, Rafael Gallego; la vicepresidenta de ECTAA, Eva Blasco; el presidente de UNAV, José Luis Prieto; el vicepresidente de CEAV, Vicente Blasco; la gerente de CEAV, Mercedes tejero; la jefa del departamento SME Sales IT Consulting & Solutions de Amadeus España, Julia Botija; y el presidente de AEMAV, Antonio López.

ción Internacional de Compañías Aéreas (IATA), defiendan que no es viable la imposición de un fondo de garantía por motivos económicos, debido a sus escasos má-

genes de beneficios". Como punto y final, sentencia que "estamos en un sector liberalizado, pero no desregulado". "Por ello, me atrevería a decir que hay un exceso de

regulación, lo que dificulta la labor de las agencias de viajes", señala.

Blasco también ha tenido palabras para el nuevo sistema de distribución de IATA, New Distribution



El tradicional corte de cinta en la inauguración del Salón TurNexo Madrid corrió a cargo del presidente de CEAV, Rafael Gallego, que estuvo acompañado del presidente de la Alianza AGC, Juan José Oliván; el presidente de UNAV, José Luis Prieto; el presidente de AEMAV, Antonio López; el vicepresidente de CEAV, Vicente Blasco; el presidente de AEPT, Juan Encinas; y el gerente de UNAV, Alberto Cejo.

## Gran afluencia de profesionales del Sector en el Salón TurNexo Madrid

Tras la celebración del nuevo Foro AgentLab, el presidente de CEAV, Rafael Gallego, acompañado por otros representantes del Sector de agencias de viajes, procedió a la inauguración del Salón TurNexo Madrid. El evento, celebrado entre las 11.00 y las 17.00 horas en el Hotel Mayorazgo Best Western ha contado un año más con una gran afluencia de visitantes profesiona-

les, convirtiéndose en el nexo de unión entre agentes de viajes de la Comunidad de Madrid y los principales proveedores turísticos.

El certamen, que organiza el Grupo NEXO desde hace más de una década, ha permitido a los agentes de viajes de la Comunidad conocer de primera mano las novedades y ofertas de un selecto grupo de proveedores turísticos. Entre los expo-

sitores participantes destacan la Alianza de Grupos Comerciales (AGC), la Unión Ceus, Catai Tours, Travelplan, Orizonia, Intermundial, la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid y Turismo Británico, entre otros. Cabe destacar que a pesar de la coyuntura económica, que ha provocado el cierre de miles de puntos de venta de agencias de viajes, afectando también al

resto de actores turísticos, el Salón ha mantenido el número de expositores de la edición anterior.

El 13 de noviembre el Hotel Eurostars Grand Marina de Barcelona acogerá el Salón TurNexo Catalunya. Además de propiciar el encuentro entre agentes de viajes y proveedores, también servirá para analizar la coyuntura sectorial en el Foro NEXOTUR.



El director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Joaquín Castillo, inauguró AgentLab. El presidente de CEAV, Rafael Gallego, cerró el foro organizado por el Grupo NEXO.

Capability (NDC), afirmando que "estamos a la espera de que nos enseñen sus cartas", al mismo tiempo que reclama que "nos dejen participar en el proyecto tanto a agencias como a GDS". "Nos preocupa mucho la nueva plataforma porque la información que tenemos es solamente un Power Point", concluye.

Acto seguido los participantes en el Foro AgentLab han asistido a un coloquio moderado por el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada, en el que se han abordado, además de la innovación en el Sector, la importancia de crear un servicio de estudios que permita conocer a las agencias datos fiables de su propio sector, la necesidad de que se produzca una estrecha colaboración entre agencias y GDS y el mantenimiento de los planes de formación a pesar de la escasez de ayudas públicas por la coyuntura económica actual.

#### Tecnodependencia del agente

Para el presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Prieto, el Sector de agencias de viajes "tiene auténtica tecnodependencia". "Quien no tenga claro esto va con el paso cambiado en este desfile", advierte, al mismo

tiempo que defiende que el desembolso en tecnología "no es un gasto, sino una inversión". Por ello, recomienda que aquellas agencias de viajes que no puedan adaptarse a los nuevos avances tecnológicos debido a las "dificultades para obtener financiación" lo hagan a través de Asociaciones o grupos comerciales. "Es el momento de que la agencia independiente deje de serlo de manera inmediata", subraya. A su juicio, "es por ahí por donde la agencia pequeña puede hacerse competitiva frente a la grande, y solo así puede intentar quitarle un cliente".

A continuación, el presidente de la Asociación Empresarial Madrileña de Agencias de Viajes (AEMAV), Antonio C. López, ha lamentado, al igual que la vicepresidenta de ECTAA, que a día de hoy "todos son problemas y obligaciones". "Las agencias no tenemos derecho a nada", denuncia. Para hacer frente a la situación actual, López apuesta por la unión. "Estamos demasiados atomizados y lo que hay que hacer es unirse, no solamente agencias de viajes, sino también Asociaciones con grupos comerciales", opina. El presidente de la Asociación madrileña también se ha referido a la liberalización del mercado, preguntándose si "nos han libera-

do nos han atado más aún". Asimismo, sobre el nuevo sistema de distribución de IATA, López recuerda que "desde la prehistoria las compañías aéreas nos han visto como enemigos". "Nos exigen cada día más y nos hacen la vida imposible", asegura, al mismo tiempo que reconoce la "fortaleza de su lobby".

#### Apuesta por la formación

La gerente de CEAV, Mercedes Tejero, ha centrado su intervención en el Foro en el papel que desempeñan las Organizaciones empresariales en materia de formación. En este sentido, resalta que "llevamos ya unos años siendo bastante activos". "Se ha intentado mejorar la profesionalización mediante el nuevo convenio colectivo, en el que se ha incluido el nuevo ordenamiento laboral, sistema para que los agentes de viajes que empiezan en niveles básicos puedan ascender mediante formación, permanencia y evaluación del desempeño". En cuanto a la posibilidad de que la Confederación impulse la creación de un Instituto Tecnológico de Agencias de Viajes, Tejero confirma que "hemos hecho una propuesta a TurEspaña, pero aunque la ven de forma positiva nos han dicho que

no es el momento". "Pese a ello la idea está ahí y seguiremos intentando conseguirlo". Finalmente, la gerente de CEAV ha lanzado un mensaje a IATA. "En un mercado tan regulado por Competencia no entendemos cómo una Asociación puede hacer lo que quiera".

Por su parte, el vicepresidente de CEAV, Vicente Blasco, subraya que "tecnología sí, pero no a cualquier precio". Al igual que el presidente de UNAV, Blasco coincide en señalar "la alta dependencia que los agentes tienen hoy en día de la tecnología". No obstante, discrepa en que la pequeña agencia "pueda quitarle un cliente a las grandes redes". "El objetivo debe ser mantener el que ya tienes", añade. Finalmente, Blasco ha reconocido que pese a lo tentador que resulta "hincarle el diente a IATA, a la hora de la verdad es muy difícil".

Por su parte, el presidente de la Unión Ceus, Agustín Lamana, reconoce el "poder impresionante de IATA", a pesar de destacar que "contamos con unos representantes magníficos". Al respecto, denuncia que "las compañías aéreas cometen incumplimientos de la ley", citando como ejemplo "llamar tasas no comisionables a cosas que no lo son", así como la imposición

de pagos por adquirir billetes con tarjetas de crédito. "Las aerolíneas están por encima del bien y del mal", lamenta Lamana, que aboga por "dejar de ir detrás de las compañías aéreas y empezar a actuar". Para ello "deben colaborar CEAV y el resto de Organizaciones empresariales del Sector", añade.

El Foro AgentLab ha concluido con la intervención del presidente de CEAV y líder del Sector de agencias de viajes, Rafael Gallego, que en primer lugar ha destacado que "en el proceso de unificación bajo el paraguas de la Confederación han participado todos". "La unificación le ha dado otra imagen al Sector". En referencia a la intervención del presidente de la Unión Ceus, Gallego ha destacado que "en ningún caso vamos con las orejas gachas a negociar". "Si fuese por las aerolíneas todas las agencias estarían en pago semanal o incluso en prepago", asegura el máximo responsable de la Confederación, que invita a comparar "la situación que hay en España con la de otros países". Como punto y final, Gallego ha reclamado a los GDS que "se alíen con nosotros", reconociendo que IATA "quiere pegar un hachazo" a estos proveedores de soluciones tecnológicas.



## ¡Saber y ganar ... con airberlin y Etihad!

Entra en [airberlin.com/juegoetihad](http://airberlin.com/juegoetihad)  
hasta el 30 de noviembre ¡y gana vuelos gratis!  
a los destinos más exóticos del mundo!

¡airberlin y Etihad Airways  
te desean mucha suerte!




Your Airline. AIRWAYS

now you're better connected

902 44 86 86 (009 España)

\*Tasas no incluidas

# El Salón TurNexoMadrid muestra en la capital española las novedades de los proveedores para la temporada de invierno

La feria ha permitido a los agentes conocer las novedades de los más destacados proveedores turísticos

El presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, acompañado por otros representantes del Sector de agencias de viajes, ha sido el

encargado de inaugurar el Salón TurNexoMadrid, celebrado el pasado martes 6 de noviembre en el Hotel Mayorazgo Best Western. El Salón ha contado un año más con una gran

afluencia de visitantes profesionales, convirtiéndose en el nexo de unión entre agentes de viajes de la Comunidad de Madrid y los principales proveedores turísticos.



El presidente de CEAV, Rafael Gallego, ha sido el encargado de inaugurar el Salón TurNexoMadrid que ha acogido el Hotel Mayorazgo Best Western el pasado martes 6 de noviembre.



Precediendo al Salón TurNexoMadrid se ha celebrado el nuevo Foro AgentLab en el que se ha analizado la innovación y la tecnología para el agente de viajes.



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



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



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



Los asistentes al Salón TurNexoMadrid han conocido de primera mano las principales novedades de algunos de los proveedores más importantes del Sector Turístico.



Los agentes de viajes tras recorrer todos los stands para conocer las últimas novedades de los proveedores y sellar el ya tradicional pasaporte, han recogido el reloj con el que se les obsequia.



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

# Los españoles realizan un 6% más de viajes en septiembre, predominando los internos

Tras los datos negativos del mes de agosto, en el que los desplazamientos de los españoles cayeron un 5,6%, hasta 21 millones, en septiembre se observa una tendencia alcista. Según los datos publicados por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), los residentes han realizado en esta ocasión 13,3 millones de viajes, un 6,4% más que en el mismo mes del año anterior. No obstante, los desplazamientos internos, que suelen acaparar aproximadamente el 90% del total, presentan una evolución positiva, mientras que los realizados al extranjero disminuyen.

A diferencia de lo ocurrido en el Turismo Receptivo, el tipo de alojamiento más demandado por los residentes en España sigue siendo el extra hotelero, que concentra en torno al 80% del total, siendo la vivienda de familiares o amigos y la propia las más demandadas. En términos de evolución, destacan los crecimientos en estas modalidades, mientras que el uso del alojamiento hotelero experimenta una variación negativa.

Nueve de cada diez viajes se han realizado por motivos de ocio y para visitar a familiares o amigos durante septiembre. En relación al tipo de viaje, los de fin de semana son los más numerosos, seguidos por las vacaciones de verano, con pesos respectivos del 55% y 22%. En los nueve primeros meses del año, los residentes en España han efectuado 127,4 millones de viajes, cifra prácticamente idéntica a la del mismo periodo del año anterior.

## Un 1% menos en junio

En junio, mes que el IET analiza en profundidad, los residentes en España han realizado 13,6 millones de viajes, lo que supone una caída interanual del 1%. Esta caída se explica en gran medida por el comportamiento de los desplazamientos al extranjero (-12,5%), puesto que los efectuados dentro del país permanecen muy similares al año anterior (-0,1%). En junio descienden los viajes de trabajo, las vacaciones de verano y el uso del alojamiento hotelero, mientras que los desplazamientos de fin de semana crecen un 6,1%, alcanzado un peso del 66,7%.

Cataluña es la primera Comunidad autónoma de destino en septiembre, mes en el que ha recibido 2,3 millones de visitantes, un 12,1% más que en 2011. El impulso de los viajes realizados por los propios residentes en la Comunidad, los efectuados en fin de semana, así como los de ocio y a viviendas de familiares o amigos son los principales artífices de este aumento. A continuación aparece Andalucía con 2,2 millones, un 6% menos que hace un año. Le siguen la Comunidad Valenciana, destino de 1,5 millones, un 0,4% más, y Castilla y León con 1,2 millones, un 16,5% menos. Los resultados en el resto de Comunidades autónomas han sido heterogéneos, descendiendo la llegada de turistas nacionales en Castilla-La Mancha,

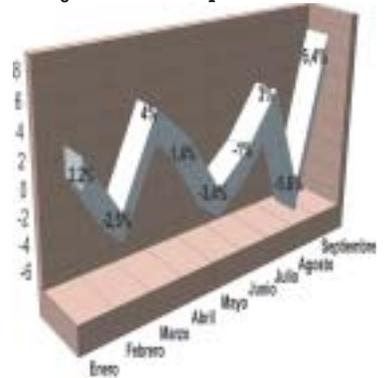
Galicia, Asturias, Murcia, Extremadura, País Vasco y Navarra, mientras que el resto aumentan.

Según las Comunidades de origen, Cataluña, Andalucía y Madrid han emitido la mitad de los viajeros del mes, superando todas ellas los dos millones de turistas. De ellas, solo Cataluña supera el número del año anterior, con una tasa positiva

del 4,5%, descendiendo tanto Andalucía como Madrid: un -4,5% y un -20,1%, respectivamente. La cuarta plaza es para la Comunidad Valenciana, con cerca de 1,3 millones, un 19% más que hace un año. Por su parte, el resto de regiones han sido el punto de origen de 5,4 millones de viajeros, un 3,8% más que en el año 2011. Finalmente, analizando los dis-

tintos medios de transporte, solamente la carretera experimenta una evolución favorable en septiembre, con un incremento del 1,9%, hasta los 11,7 millones de usuarios. El avión pierde un 9,4% de pasajeros, superando tímidamente la cifra de 1,2 millones, mientras que el resto de medios registra un fuerte descenso del 25,3%, hasta 671.331 viajeros.

Viajes de los españoles 2012



Fuente: IET.

© NEXOTUR

# Fitur

## 2013

Feria Internacional de Turismo

30 ENERO - 3 FEBRERO

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

TODOS LOS DESTINOS,  
TODOS LOS NEGOCIOS.

Miembro de:

ORGANIZA

FERIA de Madrid

TU ENCUENTRO

## Andorra cierra el verano con unas cifras similares

Andorra ha concluido el verano con un flujo turístico similar al registrado en 2011, rondando los 2,5 millones de visitantes. La mayor incidencia de la crisis en España se refleja en la disminución del 2,2% de viajeros de esta nacionalidad. De éstos, por cercanía, los catalanes son los que más frecuentan el país vecino, representando un 79,2% de las entradas.

## Reclaman una revisión urgente de tarifas de bus

Las empresas de transporte de viajeros en autobús reclaman una "revisión urgente y extraordinaria" del precio del billete, para atajar el "déficit de tarifa" de diez puntos porcentuales que aseguran acumular. Reclaman medidas fiscales al coche privado para no desincentivar el uso de transporte público pese a la subida de precios. El déficit se debe a la diferencia entre la subida de costes y la de los precios.

## El Turismo de Congresos impulsa a Marbella

La alcaldesa de Marbella, Ángeles Muñoz, ha subrayado la importancia del Sector MICE para el municipio porque "rompe la estacionalidad y posibilita una mayor actividad económica tanto en temporada baja como en alta". La presencia de Marbella en la WTM de Londres ha posibilitado, los primeros días, la captación de dos congresos médicos que supondrán la visita de más de 2.300 personas.

## El 25% elige el autobús para ir entre provincias

Solo el 25% de los residentes en España han elegido el autobús como medio de transporte en desplazamientos interprovinciales, en el primer semestre, según un estudio de Tra[k]velling. Los residentes en España han escogido, mayoritariamente, el vehículo privado a la hora de realizar sus desplazamientos entre provincias. En concreto un 74% de estos viajes se han realizado en este medio.

# Futuralia 2012 analiza la sostenibilidad de los diversos subsectores del Turismo español

El Foro empresarial congregará a empresarios, directivos y expertos en Madrid, el miércoles 21 de noviembre

La quinta edición de Futuralia profundizará en la sostenibilidad medioambiental, analizando el impacto de los diversos subsectores turísticos. El Foro organizado por el

Grupo NEXO, que cuenta por quinto año consecutivo con la Presidencia de Honor del Príncipe de Asturias, congregará el próximo miércoles 21 de noviembre en el Hotel Eurostars

Madrid Tower a distinguidos ponentes de empresas y Organizaciones del Sector Turístico. La inauguración correrá a cargo del secretario de Estado de Medio Ambiente.

Madrid acogerá el miércoles 21 de noviembre el V Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo en España, Futuralia 2012. Organizado por el Grupo NEXO y la Mesa del Turismo, Futuralia se marca un año más como reto sensibilizar a los empresarios del Sector Turístico de la importancia del respeto al medioambiente, dedicando especial atención al impacto medioambiental de los diversos subsectores turísticos.

Futuralia volverá a contar con la Presidencia de Honor del Príncipe de Asturias, que desde la génesis del Foro ha mostrado una especial sensibilidad por el Turismo sostenible. En la pasada edición, el comité organizador del Foro trasladó sus conclusiones al heredero de la Corona en el Palacio de La Zarzuela, acto al que asistieron líderes de las Organizaciones, y el presidente de

la Mesa del Turismo, Abel Matutes, junto a los copresidentes de Futuralia, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz.

### Coloquio abierto

El Foro dará comienzo a las 9 horas con el discurso de bienvenida de su presidente Eugenio de Quesada, que dará paso a la inauguración oficial, a cargo del secretario de Estado de Medio Ambiente, Federico Ramos de Armas. Posteriormente, el consejero delegado y director general de MSC Cruceros, Emiliano González, abordará el compromiso de los cruceros con la protección del ecosistema marino.

En representación del Sector de agencias, la vicepresidenta de la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA), Eva Blasco, analizará el papel de los prescriptores de viajes en la sosteni-

bilidad medioambiental. A continuación, el presidente de la Federación Española de Asociaciones de Empresas Organizadoras de Congresos (OPC-España), Vicente Serrano, presenta la ponencia 'Eventos sostenibles: un futuro de oportunidades'. El director de Europcar, Mariano Ballesteros, se centrará en la apuesta por la movilidad sostenible de las compañías de alquiler de automóviles.

Acto seguido será el turno del director de asuntos corporativos del Grupo Iberia, Manuel López Colmenarejo, cuya intervención se titula 'Iberia ante el medioambiente'. El impulsor de la Ruta del Vino y director del Museo de Ronda, Bartolomé Nieto, profundizará en la relación entre Turismo, vino y medioambiente. Finalmente, el director general de la Escuela de Organización Industrial (Universidad Politécnica), profesor Fer-



Futuralia 2012 servirá para definir propuestas de Turismo sostenible.

nando Bayón, tratará sobre la competitividad, profesionalidad y sostenibilidad en el Sector Turístico.

Precediendo al cierre del Foro, a cargo de Carlos Ortiz, se celebrará un coloquio abierto entre los ponentes y los empresarios invitados. Posteriormente, a las 13.00 horas, el vice-

presidente de la Mesa del Turismo (y de la Confederación Española de Agencias de Viajes), Vicente Blasco, procederá a la clausura del evento.

Los empresarios interesados en acudir a Futuralia 2012 deben solicitar su acreditación enviando un correo electrónico a: [confirmacion@futuralia.org](mailto:confirmacion@futuralia.org)

## UCAVE y ACAV posponen su fusión programada para 2013

La unidad sectorial en Cataluña se retrasa. Según una circular interna de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes (ACAV) a la que ha te-



Rafael Serra



Francisco Carnerero

obstante, afirman que continuarán trabajando y colaborando con el objetivo de que "sea posible en un futuro próximo".

En 2007 ambas Asociaciones ya negociaron su fusión, pero entonces no se llegó a un acuerdo en la estructura de la nueva Organización, por la intención de ACAV de mantener a su presidente y gerente al frente. En la actualidad, ACAV está formada por 329 agencias de viajes, que suman 574 puntos de venta, principalmente grandes turoperadores y agencias receptoras, y que representan aproximadamente 2.000 puestos de trabajo directos. Por su parte, UCAVE tiene cerca de 200 socios, la mayor parte pymes y agencias emisoras más especializadas, que dan empleo a más de 1.000 personas de forma directa.

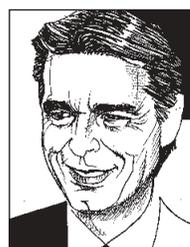
En 2007 ambas Asociaciones ya negociaron su fusión, pero entonces no se llegó a un acuerdo en la estructura de la nueva Organización, por la intención de ACAV de mantener a su presidente y gerente al frente. En la actualidad, ACAV está formada por 329 agencias de viajes, que suman 574 puntos de venta, principalmente grandes turoperadores y agencias receptoras, y que representan aproximadamente 2.000 puestos de trabajo directos. Por su parte, UCAVE tiene cerca de 200 socios, la mayor parte pymes y agencias emisoras más especializadas, que dan empleo a más de 1.000 personas de forma directa.

## Más de 11 millones de turistas británicos visitan España hasta septiembre, un 1% más

El 45% del total de los viajes de los británicos a nuestro país está organizado con un operador

España se mantiene como el principal destino vacacional de los turistas británicos un año más, como ha destacado el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, en la World Travel Market que se ha celebrado en Londres entre el 5 y 8 de noviembre. En los nueve primeros meses del año, más de 11,2 millones de turistas procedentes del Reino Unido han visitado nuestro país, un 1,1% más respecto al mismo periodo en 2011, siendo Canarias, Baleares y Andalucía sus destinos preferidos. Los británicos suponen más del 23,9% de los turistas que nos visitan.

Además, como destacan desde el Ministerio, "las perspectivas futuras de crecimiento de este mercado continúan siendo alentadoras". De esta manera, subrayan que para este invierno, España incrementará su cuota del



José Manuel Soria

30,3% al 31,6% en las reservas de 'paquetes' turísticos. Las reservas para la temporada de verano de 2013 están al mismo nivel que las que se registraban a estas alturas del año pasado para el verano 2012.

Hasta septiembre, el gasto turístico realizado por los británicos en España ha aumentado un 8% hasta 9.221 millones de euros, en línea con uno de los objetivos marcados en el Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) de aumentar la rentabilidad de los turistas que viajan a nuestro país. Así, el gasto medio diario del turista procedente de Reino Unido en España es de 93,5 euros, con una variación anual del 10,1%, con un gasto total medio por persona de 821,39 euros y una estancia media de 8,8 días, según la encuesta de Gasto Turístico Egatur del Instituto de Estudios Turísticos.

El grado de fidelización del turista británico sigue siendo muy alto. El 85% de los británicos que viajan a nuestro país repiten y el 42% regresa al menos por décima vez. No existe otro destino con un índice de repetición comparable al de España, destaca desde el Ministerio.

Tradicionalmente el turista británico ha organizado su viaje mediante un operador, lo que supone en la actualidad el 45% del total de viajes, y con la finalidad de realizar vacaciones, principalmente (68% de las visitas al extranjero). Le siguen los viajes motivados por visitas a familiares y amigos, casi el 15%, y la realización de negocios en un 14%. El hotel de cuatro estrellas es el principal tipo de alojamiento escogido. El mercado vacacional británico está experimentando un cambio de tendencia al realizar viajes de menor duración. En cuanto a la estancia media, los turistas británicos permanecen en España 8,6 días.

## OMT prevé una ligera desaceleración de la demanda durante el próximo año

La capacidad de recuperación del Turismo internacional en la actual coyuntura económica queda confirmada para la Organización Mundial del Turismo (OMT) con los datos positivos tanto de ingresos como de gastos en el Sector. Así, la organización destaca que la llegada de turistas internacionales ha crecido un 4% entre enero y agosto de 2012 en comparación con el mismo periodo de 2011, según su último barómetro del Turismo mundial.

Así, con un récord de 705 millones de turistas hasta agosto, la OMT continúa confiando en que este año se alcanzará la cifra de mil millones de turistas internacionales en todo el mundo. "Este crecimiento es un resultado muy positivo teniendo en cuenta la situación económica mundial", subraya su secretario general, Taleb Rifai. "Sin embargo, debemos ser cautelosos, ya que también hemos observado algunos meses más débiles a lo largo del año, y ésta es una tendencia que podría volver a repetirse en lo que queda de año", matiza.

Así, en los meses de junio y julio se ha observado una desaceleración del crecimiento con un 2,7% y un 1,4%, respectivamente, recuperándose en agosto con el 4%, "resultado positivo para el mes de mayor volumen de Turismo internacional del año". Así, la OMT estima un crecimiento de entre el 3% y 4% para el conjunto del año, mientras que prevé una ligera desaceleración de la demanda para 2013, de entre el 2% al 4%.

### Economías emergentes

Las economías emergentes, con un incremento del 5%, han recuperado el liderato en comparación con las avanzadas, en las que las llegadas de turistas internacionales aumenta un 4%. Por regiones, el crecimiento más fuerte se ha registrado en Asia, el Pacífico y África, seguida por las Américas y Europa. El Medio Oriente sigue mostrando signos de recuperación, con resultados "especialmente prometedores" en Egipto.

Europa consolida su crecimiento sin precedentes de 2011, con un 3% más, a pesar de continua volatilidad económica en la zona euro. Europa Central y Oriental muestran una mejora del 9%, Europa Occidental del 3% y el sur de Europa y el Mediterráneo tan solo del 1%. La zona de Asia y el Pacífico obtiene un aumento del 7%, liderado por Sudeste Asiático y Asia del Sur, ambos con un 8% más, seguidos de Asia nororiental, con un 7% y, por último, Oceanía que crece un 5%, tras el 1% de 2011.

En el continente americano, en el que aumenta el número de turistas extranjeros un 4%, América Central experimenta un incremento del 7%, América del Sur del 6%, el Caribe del 5% y América del Norte del 3%. Por último, en África, que crece un 6%, la recuperación de Túnez se refleja claramente en los resultados de África del Norte, con un 10% más, como la de Egipto en Oriente Medio (-1% en comparación con una disminución del

7% en 2011). Los destinos en África al sur del Sahara (+4%) continuó mostrando resultados muy positivos, consolidando las buenas tasas de crecimiento de años anteriores.

Entre los 10 mayores destinos de Turismo internacional, los ingresos han crecido significativamente entre los primeros seis a nueve meses de 2012 en Hong Kong (China) (+17%), EE UU (+8%), Alemania (+7%), Fran-

cia (+5%) y Reino Unido (+4%). Entre los 10 principales mercados internacionales por gastos de viaje en el extranjero, el incremento ha sido especialmente significativo en el mismo periodo en China (+30%), Rusia (+15%), EE UU (+9%), Canadá (+6%), Alemania (+5%) y Australia (+4%), así como en Japón, donde el aumento del 7% confirma la recuperación de este mercado.



La organización estima un crecimiento de entre el 3% y 4% en 2012.

~ «Amadeus comparte con NEXOTUR una posición sin parangón en las Agencias de Viajes españolas y un cuarto de siglo de innovación al servicio de este gran Sector».

**Antonio Tazón | Presidente | AMADEUS**

# España es el segundo país que más ahorra en los viajes nacionales, con una media de gastos de 72 euros al día

Según el último Índice de Precios Hoteleros (HPI) de Hoteles.com, los españoles continúan disminuyendo su nivel de gasto en viajes, especialmente en el territorio nacional, con una media diaria de 72 euros. Por el contrario, el gasto en el extranjero es bastante superior, con 105 euros al día.

El listado de los que más gastan en el extranjero lo encabezan, una vez más, los japoneses, con una media de

142 euros, seguidos de australianos (135 euros) y suizos (133 euros). En cuanto al *ranking* de viajes nacionales, en esta ocasión Suiza es el país más derrochador dentro de sus fronteras, con una media de gasto de 154 euros, Noruega y Singapur le siguen, compartiendo posición con un gasto de 141 euros ambos. Australia repite en tercera posición, con 135 euros, misma cantidad que desembolsada fuera.

España, por su parte, se mantiene en el polo opuesto. Si hablamos del listado de viajes al extranjero, España —con un gasto medio de 105 euros— se posiciona como la tercera más ahorradora, tras México y Holanda, con 95 y 104 euros, respectivamente. Nuestro país muestra grandes diferencias en el balance entre el gasto exterior e interior, ya que en los viajes nacionales, presenta una media de

gasto diario de 72 euros, situándose a la cabeza de los países europeos más ahorradores y en segunda posición a nivel mundial después de la India.

Si hablamos de los destinos donde mayor distancia hay entre el gasto realizado dentro y fuera de sus fronteras, observamos que China es la que más distinciones hace según el destino, presentando una media de 51 euros más de gasto en el ex-

tranjero que dentro de los límites de sus propias fronteras. India no se queda atrás, gastando 39 euros más fuera que dentro. Completan el *ranking* Nueva Zelanda y Japón, con una diferencia de 37 euros. Sin embargo también hay países que muestran un nivel de gasto mayor en sus viajes nacionales. Es el caso de Suiza, Noruega, Suecia, Dinamarca, Corea, Singapur y Finlandia.

## La facturación en viajes de negocios se mantuvo el 0,5% hasta el verano

Gebta España aprecia un crecimiento de la facturación en viajes de negocios del 0,52% de enero a agosto de 2012, "por lo que el *business travel* está ejerciendo de palanca de crecimiento exterior para las empresas y la economía para proyectar su actividad", destaca su Observatorio Sectorial en el Mercado Español. La comparativa de los resultados del BSP global del mercado español y de los viajes corporativos pone de manifiesto que pese al contexto económico adverso los viajes de negocio siguen dinámicos, con un crecimiento del 0,52% en el citado periodo, mientras que los viajes vacacionales no han parado de caer, en este caso un 7,43%.

La revisión a la baja de las previsiones económicas en los mercados internacionales está forzando a las empresas a realizar nuevos ajustes en sus gastos. Esta presión podría tener impacto sobre la inversión en viajes de negocio y los precios medios de los servicios. Pese a dicho contexto y al clima local no favorable, las empresas españolas deben concentrarse y aquilatar las oportunidades estratégicas para seguir creciendo en el exterior.

La inversión de viajes de negocio en el mercado doméstico sigue perdiendo peso, con un -16% en el aéreo, que quedaría atemperado por el mejor comportamiento del tren en el mismo periodo, y Europa mantiene estable su nivel con un ligero crecimiento del 0,37% acorde con la evolución de las distintas economías. En dicha cesta, sobresale el comportamiento positivo —por encima del 10%— que presentan los indicadores de crecimiento del largo radio: el viaje a los mercados emergentes se intensifica.

Los datos de Gebta España muestran que en el viaje corporativo se ha contenido los precios de los vuelos, incluso en el largo radio, donde baja un 2,39% el precio medio del corporativo en un contexto de crecimiento sostenido de la demanda en mercados de largo radio (13,12%). Dicho aumento de la demanda, acompañado de la bajada de precios, se puede interpretar como resultado exitoso de la mayor madurez en las políticas de viaje de las empresas españolas y denotan la significativa contribución de las agencias en la gestión de las políticas de inversión de las corporaciones.



~ «Las Redes Sociales tienen en medios como NEXOTUR, cuyo excelente diario "on-line" en la Red sigo con interés, un valioso referente de veracidad y rigor informativo, avalado por 25 años de trayectoria independiente».

Antonio de Cara | Fundador y Webmaster | LOSVIAJEROS.COM



## Los precios del 'business travel' crecerán en América Latina, Asia y Europa del Este en 2013 'significativamente'

American Express Global Business Travel estima que el incremento de los precios de los viajes de negocios esperado para ciertos destinos de América Latina, Asia y Europa del Este indica que los viajeros de negocios continuarán viajando a esas áreas geográficas en 2013 para impulsar nuevas oportunidades de negocio. Esta es la principal conclusión de las Previsiones Anuales para los Viajes de Negocios que elabora el Servicio de Estudios de American Express. La necesidad de las empresas de invertir en viajes de negocios como un medio para apoyar el crecimiento del negocio, así como la disciplina de los proveedores de viajes en la gestión de la oferta, conducirá a un incremento moderado de los precios.

Por zonas geográficas, la incertidumbre económica global y la crisis fiscal en Europa en particular podrían provocar una reducción de la demanda y un mantenimiento de los precios en mercados maduros como Europa Occidental y China, que se verá afectada por la desaceleración de su crecimiento. Sin embargo, en América Latina, Asia y Europa del Este los precios crecerán significativamente, según indica el estudio.

El informe prevé que la incertidumbre económica que vive España se traslade a los precios de los viajes de negocios. En concreto, las tarifas aéreas de viajes de largo recorrido en clase turista podrían descender hasta un 8% en nuestro país, mientras que las de corto recorrido (también de clase turista) se mantendrán o sufrirán un modesto incremento. En el caso de los billetes de clase Business, prevé las mismas tendencias, aunque con una caída más moderada en el caso de los vuelos de larga distancia.

En cuanto a los hoteles, apuntan a un rango que oscila entre una caída del 3% o un aumento del 3% independientemente de la calidad del hotel, ya que la mala situación económica puede verse compensada por el incremento de los impuestos y el fuerte posicionamiento de algunas marcas, que permitiría mantener mejor los precios.

Aunque la consolidación de aerolíneas extranjeras como IAG ha incrementado sustancialmente la capacidad de los vuelos por toda Latinoamérica, el fuerte impulso económico que está experimentando esta región se traducirá en un importante aumento de los precios. Se estima que las tarifas aéreas aumentarán entre un 7-10% en los viajes de corta distancia, y un 5-8% para distancias largas. Asimismo, las tarifas hoteleras aumentarán, sobre todo en Brasil y Argentina, impulsadas por la demanda del consumidor de clase media y por el bajo número de hoteles ya instalados.

American Express Global Business Travel estima que los retos importantes de la zona EMEA impedirán un incremento en las tarifas hoteleras corporativas para empresas, a pesar de la oferta relativamente constante de habitaciones de hotel. El mercado hotelero europeo apenas ha crecido durante esta crisis económica por la falta de inversión. Se anticipa un au-

mento moderado de las tarifas aéreas debido a la incertidumbre económica de la eurozona, aunque apunta a excepciones como Rusia y Polonia. Los precios de los alquileres de coche seguirán relativamente estancados, debido a las múltiples alternativas que se han introducido en la oferta de transporte terrestre, como la mejora e incremento de las rutas de trenes, servicios de coche con conductor, pro-

gramas para compartir coches y bicicletas, sobre todo en un mercado europeo cada vez más denso y sensible a costes y al impacto ecológico.

Rusia, Oriente Medio y África verán un incremento moderado en tarifas. Por su parte, el estudio detecta muy poca uniformidad en la zona Asia-Pacífico, donde el comportamiento de los precios diferirá enormemente dependiendo de cada país.

El informe muestra que el incremento de los precios de los viajes de negocios será moderado en Norteamérica, entre un -1% y un +4% para las tarifas aéreas de corto y largo recorrido tanto para clase turista como Business. Por su parte, los precios de los hoteles se incrementarán entre un 2% y un 7% en hoteles de tres y cuatro estrellas y en un rango 4-9% en hoteles de lujo.



En Europa Occidental se mantienen.



~ «Mi más sincera enhorabuena a NEXOTUR por 25 años de información especializada para el Sector».

José Rivera | Director General | RUMBO

## Acceso a redes sociales en la 'website' de Style



Style, cadena perteneciente al Grupo Hotusa, presenta una nueva versión

de su *web* en la que, manteniendo un nivel de servicio semejante a la anterior, ha mejorado su presentación y estructura, incluyendo el acceso a las redes sociales.

## Vuelos, hoteles y coches en el 'sitio web' de Copa



La página actual de Copa Airlines ofrece información sobre la empresa

y sus servicios aéreos en América, incluyendo la reserva de sus vuelos y de hoteles y coches de alquiler en todo el mundo, pero no es válida para las agencias.

## Transportes en Murcia en la página de Latbus



La compañía Latbus presenta una página *web* en la que ofrece una

completa información sobre sus líneas de transporte regular por carretera en Murcia, mientras que sobre sus servicios adicionales solo incluye algunos vídeos.

## Una nueva 'web' para el Recinto Ferial de Gijón



La Cámara de Comercio de Gijón ha desarrollado una *web* dedicada a su

Recinto Ferial en la que incluye la información y las facilidades de contratación de sus diferentes espacios, simplificado su estructura y facilitando su utilización.

# El 69% de los pasajeros se queja de las conexiones 'wifi' de los aviones y el 58% lo hace con su calidad en los aeropuertos

FlighView recomienda a aerolíneas y aeropuertos prestar más atención a las necesidades de conexión móvil

Tanto la insatisfacción por los servicios *wifi* durante el vuelo, como la insuficiente calidad de esta conexión en los aeropuertos, son dos de las principales quejas de los usuarios

frecuentes, según una encuesta de FlighView. Igualmente, los pasajeros reclaman más atención a los servicios móviles, y como destaca la compañía de aplicaciones móviles aerolíneas

y aeropuertos deberían prestar más atención a las necesidades de conexión móvil de los pasajeros y aumentar sus servicios de comunicación a través de estos dispositivos.

El 69% de los usuarios de compañías aéreas está insatisfecho con los servicios de *wifi* durante el vuelo, según una infografía publicada por la compañía de aplicaciones móviles FlighView. La misma está basada en una encuesta realizada a más de 2.600 pasajeros que realizan viajes de forma frecuente.

Además, el 58% de los usuarios encuestados cree que la calidad del *wifi* de los aeropuertos es insuficiente y se queja de un servicio limitado y costoso. Los pasajeros reclaman más calidad en el acceso a la *web* y una mayor actualización del estado de los vuelos durante la espera para el embarque y antes de tomar los vuelos de conexión.

En la encuesta se muestran otros datos, como por ejemplo, que el 82% de los pasajeros utilizan el *smartphone* como dispositivo para

conectarse a Internet, muy por encima del 38% que accede a la Red desde el ordenador portátil o del 37% que lo hace desde una *tablet*. Asimismo, FlighView destaca que sólo el 19% de los usuarios utiliza su lector digital para navegar.

### Otras necesidades

La demanda de nuevos servicios de comunicación por móvil también se ha incrementado. Los pasajeros exigen nuevos y más efectivos servicios que ofrezcan información actualizada sobre el estado de los vuelos (un servicio demandado por el 96% de los encuestados), avisos de embarque (73%), actualización de asientos disponibles (57%), vales para las tiendas del aeropuerto (40%) o el estado de las reservas (40%). Unos porcentajes que co-

rresponden a la demanda de información de los pasajeros durante la espera previa al embarque.

Cuando se trata de tomar un vuelo de conexión, los viajeros tienen otras necesidades. Entre ellas, la ubicación exacta de puerta de embarque del siguiente vuelo, una información que demanda el 93% de los encuestados, al mismo nivel que la comunicación sobre el estado del próximo vuelo. Los pasajeros reclaman, además, más información sobre establecimientos de comida y bebida donde dirigirse para hacer una pausa.

Los pasajeros reclaman más atención a los servicios móviles. Entre los deseos más frecuentes de los usuarios de los aeropuertos se encuentra la posibilidad de utilizar las aplicaciones móviles como tarjeta de embarque (73%), de reservar un nuevo vuelo a través de sus dispositi-



Los viajeros frecuentes demandan mejores conexiones *wifi*.

vos cuando haya retrasos o cancelaciones (67%) o tener la posibilidad de localizar sobre un mapa la ubicación de los distintos establecimientos del aeropuerto (66%).

Desde FlighView recomiendan a aerolíneas y aeropuertos prestar

más atención a las necesidades de conexión móvil de los pasajeros y de aumentar sus servicios de comunicación a través de estos dispositivos. Mejoras que obligarían a los aeropuertos a mejorar la calidad de su conexión *wifi*.

## Emirates ofrece servicio de telefonía móvil a bordo de sus aviones A380

La aerolínea ya contaba con la conexión *wifi* OnAir en los aviones A380

Emirates dispone de servicio de telefonía móvil durante el vuelo a bordo de un avión A380. Gracias a la colaboración con su socio que gestiona la conectividad, OnAir, los pasajeros pueden permanecer ahora en contacto durante el vuelo a través de llamadas desde su teléfono móvil o de la transmisión de datos a través de sus dispositivos móviles personales.

Este servicio se suma al de conexión *wifi* OnAir ya disponible en los aviones A380 de Emirates. El sistema OnAir permite a los pasajeros usar sus propios teléfonos móviles para realizar y recibir llamadas y mensajes de texto desde los aviones A380 de Emirates durante el vuelo empleando conexiones EDGE/GPRS a través de su proveedor de telefonía móvil. El primer A380 de Emirates equipado con el paquete completo de conectividad de OnAir despegó del Aeropuerto Internacional de Dubái el 2 de octubre, y la primera llamada registrada



Un pasajero de Emirates utilizando el nuevo servicio de telefonía.

durante el vuelo de un A380 se hizo a un número en China mientras el avión volaba a 11.500 metros de altitud por encima del Golfo.

"Nuestro objetivo es superar las expectativas de nuestros pasajeros en todos los vuelos", señala el vicepresidente de Comunicación Corporativa de Producto, Editorial, Digital y de

Eventos de Emirates, Patrick Brannelly. "Creemos que no sólo debemos superar estas expectativas en el ámbito del galardonado servicio ofrecido por nuestros tripulantes de cabina durante el vuelo o del sistema Ice, sino también haciendo realidad el deseo de nuestros pasajeros de permanecer en contacto mientras viajan".

## Aeroméxico ofrece sus tarifas con Travelport por acuerdo 'full content'

Travelport ofrecerá todas las tarifas y plazas de Aeroméxico gracias a la firma de un nuevo acuerdo de *full content*. Asimismo, la colaboración entre ambas empresas también incluye la distribución de los servicios auxiliares a través de todas las agencias de viajes del mundo a través del GDS.

Aeroméxico también se suscribirá a los Sponsored Flights Advertising de Travelport, herramienta de publicidad que permite a las compañías aéreas colocar vuelos en la pantalla de resultados de disponibilidad del agente de viajes, lo que les da "una visibilidad óptima", informan. Además, la aerolínea utilizará Travelport Galaxy, servicio de procesamiento de datos utilizado por algunas de las principales líneas aéreas del mundo, agencias de viajes y empresas relacionadas con viajes.

"Estamos encantados de ofrecer a nuestros clientes un acceso completo a las tarifas e inventario de Aeroméxico a través de nuestros canales de distribución



También utilizará Travelport Galaxy.

de Apollo, Galileo y Worldspan" subraya el vicepresidente de servicios de proveedores de Travelport, Dan Westbrook. En este sentido, destaca que "con una red global de aproximadamente 67.000 agencias online y offline, que a su vez sirven a millones de consumidores finales a nivel mundial, Travelport está comprometido a proveer contenido completo para nuestros clientes y proporcionar distribución rentable y un valor agregado a todos los proveedores".

## Servicio suelto

### Responsabilidad en los servicios sueltos

**Pregunta.-** Algunos clientes que compraron un vuelo a EE UU como servicio suelto se han visto afectados por retrasos y cancelaciones debido al Huracán Sandy. ¿Cuáles son mis responsabilidades como agencia minorista? ¿Y las de la aerolínea?

**Respuesta.-** Si tus clientes han contratado con tu agencia un vuelo como servicio suelto, ante retraso o cancelación del mismo deben dirigirse a la compañía aérea. Tu obligación como minorista es la de asistirlos e informarles.

En cuanto a las obligaciones de la aerolínea, si el vuelo pertenece a la Unión Europea, o es un vuelo de una línea aérea americana que parte de un aeropuerto europeo, y ha sufrido un retraso, tus clientes tendrían derecho a recibir información, alojamiento y manutención por parte de la aerolínea, además de dos llamadas telefónicas, télex o mensajes de fax o correos electrónicos. Si la compañía aérea no hubiera cumplido con su deber de informarles, y tus clientes se hubieran pagado de su bolsillo los gastos en llamadas, manutención y alojamiento, podrían presentar una reclamación a la aerolínea entregando las facturas originales de los alimentos y bebidas adquiridos, así como del hotel donde se hubieran alojado. Si la aerolínea no contestara o les negaran el derecho, podrían presentar una denuncia ante la Agencia Estatal de Seguridad Aérea y/o ante las autoridades de consumo de su Comunidad Autónoma.

Ante cancelación, la aerolínea tendría la obligación de ofrecerles un transporte alternativo en condiciones comparables a las contratadas o el reembolso del billete al precio al que se compró, así como de prestales asistencia si lo necesitaran. En caso de que la compañía les negara su derecho, podrían recurrir a la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA) del Ministerio de Fomento para presentar una denuncia.

No obstante, en el caso del Huracán Sandy, no tendrían derecho a pe-

## Tu consultor

### PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

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

dir las indemnizaciones que contempla la normativa comunitaria por tratarse de un caso "de fuerza mayor".

Si la aerolínea con la que viajan es americana, y tus clientes están en un aeropuerto extracomunitario, en caso de cancelación, la compañía aérea tendría la obligación de reubicar a tus clientes en el primer vuelo disponible a su destino sin ningún coste adicional. Si la recolocación les provocara un gran retraso, podrían solicitar que colocaran su billete en otro vuelo más conveniente. Y en caso de retraso del vuelo, no tiene obligación por ley de asistir a sus clientes mediante información, alojamiento y manutención como sucede en España. En EE UU no existe una ley federal a la que se tengan que ceñir las aerolíneas, sino que cada una desarrolla su propia política. Lo que deben hacer tus clientes es preguntar al personal de la compañía aérea si les van a sufragar los gastos del alojamiento, las comidas o las llamadas. Algunas aerolíneas, sobre todo las de 'bajo coste', no lo hacen. Otras sí, en especial cuando el retraso se debe al mal tiempo o a algún suceso que queda fuera de control de la compañía, como es el caso del huracán Sandy.

## Cese aerolínea

### Cese de Islas Airways

**Pregunta.-** He vendido billetes con la aerolínea Islas Airways que cesó operaciones el pasado 16 de octu-

**bre ¿Cuáles son mis responsabilidades con los clientes que contrataron billetes con esta aerolínea?**

**Respuesta.-** La compañía aérea Islas Airways anunció en un comunicado el día 16 de octubre que devolvería a los pasajeros el importe de los billetes aéreos, precisando que si estos billetes hubieran sido adquiridos a través de una agencia de viajes, el pasajero debería contactar con dicha agencia para que procediera a tramitar el reembolso directamente con la aerolínea.

IATA también emitió un comunicado para los participantes del BSP en España, indicando a las agencias de viajes que debían cesar las emisiones de billetes y la transacción de reembolso a través de los GDS y BSPlink y, que debían excluir de la liquidación correspondiente al mes de octubre el importe debido o a favor de la aerolínea, sin tener en cuenta cualquier reembolso que se deberá tramitar directamente con la aerolínea.

En el momento de conocer la noticia de cese de operaciones lo correcto hubiera sido comunicar, cuanto antes, a vuestros clientes la situación, a ser posible por escrito, tanto si éstos hubieran comprado el vuelo como servicio suelto como si el vuelo formara parte de un viaje combinado. Y además, prestarles la debida asistencia, facilitarles toda la información relativa al caso, y ayudarles a tramitar el reembolso de los billetes aéreos cancelados con la compañía aérea.

No obstante, la responsabilidad de la agencia variará en función de

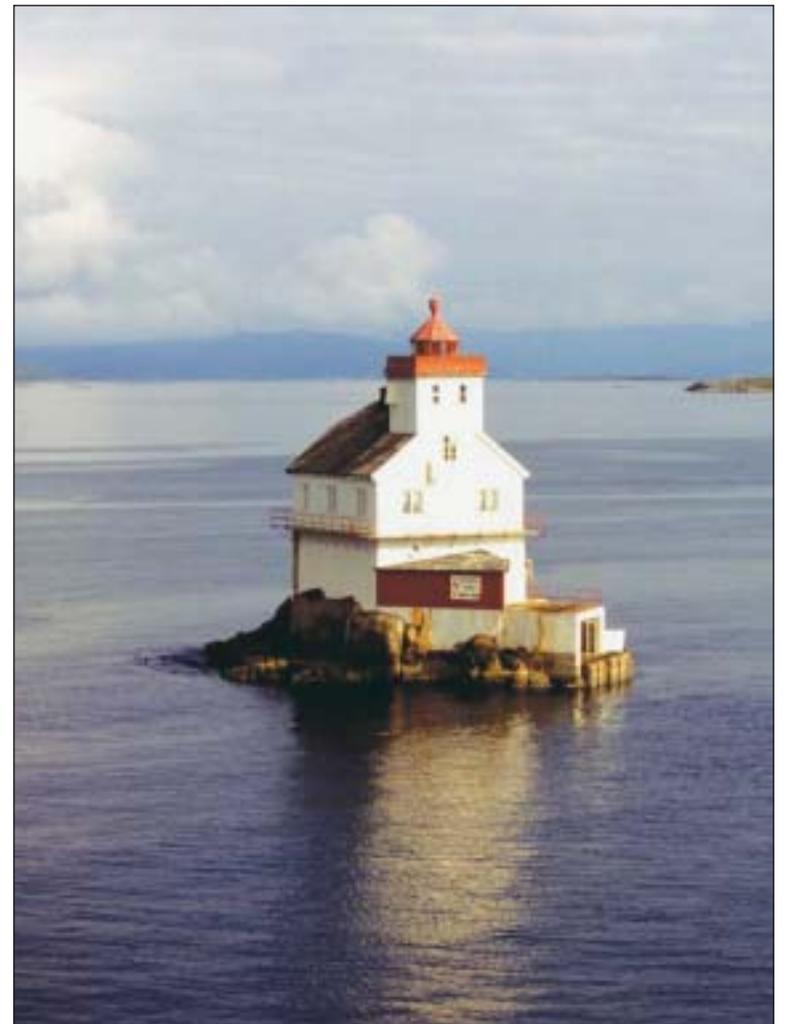
que el vuelo fuese un servicio suelto o que éste formase parte de un viaje programado. En el primer caso, la agencia de viajes no tiene ninguna responsabilidad ante los hechos acontecidos, aunque sí debe ayudar a los pasajeros a buscar alternativas para continuación o inicio del viaje, y para recuperar las cantidades de los vuelos cancelados, siguiendo, en todo momento, las indicaciones tanto de IATA como de la propia compañía aérea.

En el segundo caso, la responsabilidad ante el cliente sería solidaria con el organizador del viaje, con independencia de que las prestaciones las realice la aerolínea, pudiendo posteriormente reclamar contra ella. La mayorista debería facilitar al cliente alternativas sin suplemento adicional alguno, para la continuación o inicio del viaje, reembolsando los servicios no dis-

frutados, así como la totalidad del viaje en el supuesto de que el cliente no acepte las soluciones ofrecidas y decida cancelar el contrato, al cual no se le aplicará ningún gasto de cancelación.

Como la legislación en materia de viajes establece que se deberán reembolsar también los billetes aéreos, se podría intentar exigir el reembolso de lo billetes no disfrutados a la aerolínea, siguiendo tanto sus indicaciones como las de IATA. Y si finalmente la aerolínea no reembolsase los billetes no utilizados, deberá ser el organizador del viaje quien proceda a su reembolso, pudiendo reclamarle posteriormente a Islas Airways S.A.

En cualquier caso, y en el supuesto de realizar algún reembolso, conviene hacer firmar a los clientes un escrito de descargo, donde quede constancia de ello.



Al principio... tu broker

Con el tiempo... tu broker y tu asesor

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

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

 **Intermundial**  
correduría de seguros

Madrid - Barcelona - Málaga  
Las Palmas - A Coruña

2.000 Empresas, 17.000 Profesionales y 2.300.000 viajeros confían en nosotros

# Most r a d o r

## National Atesa ofrece en exclusiva el V40

National Atesa ofrece en exclusiva a sus clientes el nuevo modelo de Volvo V40, un turismo compacto que incorpora todas las prestaciones de un vehículo de mayor tamaño. En total ofertará 200 unidades, con cambio manual y automático. Estos vehículos estarán disponibles en la mayoría de las oficinas que la empresa de alquiler tiene en España. Como explican desde National Atesa, incorpora así a su flota de vehículos un turismo que ha recibido cinco estrellas con la máxima calificación en los recientes test de EuroNCAP. Además, estos modelos emiten CO<sub>2</sub>, en más del 90% de los casos, inferiores a los 120 gr/km.

✉ [www.atesa.es](http://www.atesa.es)

## Condor invita a viajar por Europa este invierno con las propuestas de su catálogo 'Grandes Circuitos'

Para la temporada de 2009, la crucerista ofrecerá itinerarios de entre cuatro y 14 noches

Condor oferta en su catálogo para este invierno de 'Grandes Circuitos' programas en destinos europeos como Italia, Alemania, Grecia, Francia, Rumanía,

Rusia, Polonia o Estonia. Como destaca el turoperador de Orizonia, esta época del año es especialmente idónea para viajar a ciudades europeas.

El catálogo de 'Grandes Circuitos' de Condor para esta temporada de invierno cuenta con un total de 20 países y 32 itinerarios, con una vigencia desde el 1 de noviembre hasta el 30 de abril, entre los que destacan los clásicos como Italia, Alemania, Grecia y Francia, y otros menos habituales como Rumanía, Rusia, Polonia o Estonia, entre otros.

Propone también un avance para el próximo verano con una se-

lección de itinerarios que mantiene los mismos precios que este año. También ofrece descuentos de hasta el 12 % para las reservas realizadas con 45 días de antelación.

El turoperador de Orizonia clasifica sus programas en tres tipologías: Condor Selección, Condor Tentación y Condor Premium. El primero, Condor Selección, es su programación habitual. Condor Tentación basa sus circuitos en la mejor rela-

ción calidad-precio de modo que el programa es el más asequible. Por su parte, Condor Premium ofrece los recorridos más exigentes gracias a hoteles de cuatro y cinco estrellas estratégicamente ubicados. Como explican desde Condor, esta época del año es especialmente idónea, no solo por los puentes para poder viajar, sino también por los eventos en las ciudades europeas.

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



Portada del catálogo de Condor.

## Air Europa estrena nuevas rutas este invierno a Bolivia, Bruselas y Valencia

La aerolínea de Globalia Corporación ya suma ocho rutas en su red europea

Air Europa conectará Bruselas y Madrid a partir del próximo 3 de diciembre con dos frecuencias diarias. Entre las novedades de este invierno, también destaca desde el pasado 29 de octubre, la conexión entre Valencia y Madrid con cuatro vuelos diarios. Con estas incorporaciones, la red de la aerolínea de Globalia Corporación se incrementará este año en seis nuevos destinos.

En abril, se inauguró Ginebra, en junio comenzaron los vuelos a Banjul (Gambia) y desde el 1 de octubre vuela entre Madrid y Bilbao con cuatro frecuencias diarias. Además, el 29 de noviembre se ini-

ciarán los vuelos entre Madrid y Santa Cruz de la Sierra, en Bolivia, todos los martes y jueves.

La nueva ruta a Bruselas, la octava de su red europea, se operará con un Embraer 195 con capacidad para 120 pasajeros. Con el inicio de los vuelos a la capital belga, son ya ocho los destinos europeos de Air Europa: Bruselas, Lisboa, Roma, Milán, París, Londres, Ginebra y Ámsterdam. Todos ellos conectados con las líneas de largo radio que la compañía opera con América y El Caribe a través de su hub en Madrid-Barajas.

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



A Bruselas volará un Embraer 195.

## Best Western ofrece servicios especiales a clientes moteros

Desde hace ya un tiempo, Best Western viene facilitando servicios especiales a los usuarios de la marca de motos Harley Davidson en sus hoteles de Estados Unidos y Canadá. Ahora, 70 hoteles de Best Western en Alemania han decidido ofrecer servicios adicionales para sus clientes motociclistas.

Entre dichos beneficios destacan el aparcamiento seguro y cubierto, facilidades para el secado de la ropa de los motoristas, cajas de herramientas y una amplia información sobre las rutas de viaje en moto. El objetivo del servicio es facilitar los viajes a los moteros y animarles a descubrir



Ofertan el aparcamiento seguro.

las regiones más bellas del país. Así, el lema de esta iniciativa es 'Los motociclistas y sus máquinas son bienvenidos'.

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

## Villa Soro y Astoria7 facilitan ir de compras en San Sebastián

Los hoteles Astoria7 y Villa Soro han puesto en marcha junto con SSHops Donostia, la Agrupación de Asociaciones de Comerciantes de San Sebastián, una iniciativa con la que los turistas alojados en alguno de los dos establecimientos podrán acceder a una innovadora oferta. Esta incluye un recorrido por las mejores tiendas de gastronomía, moda y complementos de la ciudad de la mano de un *personal shopper*.

Shopping SS está disponible a partir de 288 euros por dos noches de estancia en el hotel Astoria 7; o a partir de 500€ por dos noches de estancia en el hotel Villa Soro. Los precios son para dos personas y en ambos se incluyen los servicios del *personal shopper*. El objetivo es hacer la



El hotel Villa Soro.

propuesta turística de San Sebastián más atractiva y completa, fomentando el comercio de la ciudad y atrayendo al Turismo internacional.

✉ [www.villasoro.com](http://www.villasoro.com)  
✉ [www.astoria7hotel.com](http://www.astoria7hotel.com)

## Pierre & Vacances Center Parcs dispone ya de su nuevo catálogo para este invierno

Entre las novedades destaca una Garantía de Nieve y un parque acuático

Pierre & Vacances Center Parcs vuelve este invierno con propuestas para disfrutar de la nueva temporada en sus instalaciones ubicadas junto a las mejores pistas de esquí de los Alpes o los Pirineos franceses, las capitales europeas más interesantes o los pueblos costeros más pintorescos. El nuevo catálogo de invierno 2012/13 propone una decena de complejos para todos los presupuestos, seleccionados de su portafolio de 350 destinos.

Como novedades de este año, el grupo abre las puertas del parque acuático tropical Aquariaz, con vistas a los Alpes, y propone una Garantía de Nieve, por la que devuelve

todo el importe de la reserva al cancelar cinco días antes en caso de falta o exceso de nieve. Además, en París como en casa, propone céntricos apartamentos en la ciudad de la luz y Disneyland. Para los amantes del mar, las costas españolas y francesas se erigen como el destino perfecto para descansar y disfrutar de excursiones y actividades al aire libre bajo el sol de invierno. Como valor añadido los complejos de montaña del grupo ofrecen, en colaboración con la Ecole du ski français y Spirit Evolution 2, clases de esquí o *snowboard* adaptadas a las necesidades de niños y adultos.

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



Cuenta también con clases de esquí.



El turoperador dispone de programas con salidas desde Barcelona y Madrid.

## Mapatours propone un viaje a Londres este Puente de Diciembre

Desde mediados de noviembre, Londres ya muestra su estampa navideña, con miles de luces y adornos que decoran sus calles. Además, su inmensa oferta de *shopping* la convierte en la ciudad ideal para anticiparse y realizar las primeras compras navideñas. De ahí que Mapa Tours recomiende aprovechar este otoño para escaparse a la ciudad inglesa, y en especial el Puente de Diciembre.

El turoperador oferta en el Puente viajar a Londres desde 534 euros si se sale desde Barcelona, o a partir de 563 euros si se hace desde Madrid

(tasas y suplementos incluidos). Proponer aprovechar la capital británica para una escapada de fin de semana y disfrutar de sus mercadillos callejeros, así como de la infinidad de actividades como musicales clásicos como El fantasma de la ópera o Chicago o seguir la huella de Sherlock Holmes o del novelista Charles Dickens en su bicentenario. También destaca los lugares de interés como contemplar la ciudad desde el London Eye, visitar el Palacio de Westminster, el Big Ben o el Palacio de Buckingham.

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

## Politours oferta grandes viajes para el Puente de la Constitución y la Inmaculada

La mayorista dispone de diferentes programas para disfrutar de estos días

Nueva York, Cuba, Egipto y Estambul son algunos de los destinos que oferta Politours para disfrutar del próximo Puente de Diciembre. Con salidas desde

diferentes ciudades españolas y distintas duraciones, pueden adaptarse fácilmente a la disponibilidad de días para viajen estas fiestas.

Este diciembre, las fiestas de la Constitución y la Inmaculada, los días 6 y 8, permiten disfrutar de varios días para realizar una escapada. Así Politours, propone disfrutar de varios de sus programas a Cuba, Nueva York, Egipto o Estambul. Para los que se animen a cruzar el charco en este Puente de Diciembre, el turoperador dispone de un 'paquete' a Nueva York con salida desde Pamplona del 2 al 9 de diciembre, con un precio final desde 2.270 euros ocho días y seis noches. Para los que prefieran un destino no tan urbano, dispone de un programa a la Cuba colombina más Varadero. Con salida el 1 de diciembre desde Madrid y Barcelona, tiene una duración de nueve días y siete noches, con un precio final desde 1.514 euros.

Destinos más cercanos que oferta Politours son Egipto y Estambul. Para el primer destino, dispone de un 'paquete' con salidas diarias hasta el 15 de diciem-



Estambul es uno de los destinos que propone el turoperador.

bre con vuelos regulares desde Madrid y Barcelona. Este programa exclusivo del turoperador tiene una duración de ocho días y siete noches desde 1.300 euros, e incluye Abu Simbel en autocar más día completo de visitas en el Cairo con almuerzo.

Para conocer Estambul en estas fechas, cuenta con un vuelo especial con salida desde Bilbao el 5 de diciembre. El viaje a la ciudad turca con una duración de cinco días y cuatro noches, tiene un precio final desde 599 euros.

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



## La información profesional no es un juego de niños

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

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

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

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid

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



De Profesional a Profesional

## ■ Club NEXOTUR Descuentos de hasta el 50% con la cadena World Hotels

World Hotels ofrece a los miembros del Club NEXOTUR un descuento del 50% sobre tarifa oficial en sus más de 300 establecimientos de todo el mundo. Oferta válida para todas las fechas excepto cuan-

### Club NEXOTUR

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

do se celebran ferias y congresos. Sujeta a disponibilidad. Para ampliar la información puede contactar con la cadena hotelera en el 900 99 49 54 o acceder a la siguiente página web: [www.worldhotels.com](http://www.worldhotels.com).

## ■ Fam Trip



Orizonia y Turismo de Tenerife han organizado un viaje de familiarización.

## Tenerife recibe a 60 agentes de viajes

Orizonia, a través de su división mayorista, ha organizado un *fam trip* en colaboración con Turismo de Tenerife. Esta iniciativa ha permitido a 60 agentes de viajes recorrer la isla con una completa programación basada en actividades y experiencias. Durante el viaje los profesionales han disfrutado de las distintas propuestas turísticas que Tenerife ofrece.

## ¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

### § 12 de noviembre

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

### § 13 de noviembre

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

### § 14 de noviembre

M. Cecilia Ortiz, V. Almeida, Barcelona; Alberto Batiste, Viatges Elite, Calella; Rosa Batet, Viatges Mestres, Reus; Juan Luis Magallón, V. Euroexpress, Pamplona; Juan Luis Arquellada Enciso, V. Janeiro, Ma-

drid; Miguel Antonio Senara, V. Sti, Palma de Mallorca; Jose Maria Parra, V. Emerita, Mérida; Alfonso Burrillo Jiménez, V. Saucó, Zaragoza; M<sup>a</sup> José Carreño, V. Aldemur, Alhama de Murcia, Murcia; Virginia Gosalve, V. Gheisa, Valencia; Sandra Previ, V. San Luis, San Luis.

### § 15 de noviembre

Fernando Laguía, V. Exitur, Teruel; Alberto Parra, V. Reysan, Valladolid; Carmen Comejo, V. Halcón, Jerez de la Frontera; Carlos González, V. Puerta de Sevilla, Carmona; Faustino Vega, V. Clarín Fruela, Oviedo; Victoria De Lucas, V. Vimantour, Madrid; Fernando Laguna, V. Exitur, Teruel; José Alberto Parra, V. Reysan, Valladolid; Lina Moss, V. Novair, Puerto Pollensa; Ana M<sup>a</sup> Herrera, V. Jocha, Villalba; Marta Zurillaga Plazaola, V. Todomundo, Zaragoza; Marta Zubillaga, V. Tívoli, Zaragoza; Izaskun Gil, V. Plazaola, Pamplona; Deborah Posa, V. Safa Travel, Alagonos.

### § 16 de noviembre

Rafaela Resca, Benaltur, Málaga; Rufino Ruiz, V. Benamar, Estepona;

Renata Monfrino, V. Via 5, Cuenca; José Luis Vega, V. Marco Polo, Algeciras; Javier Closa, V. Ferrol, El Ferrol; Ana Ortega, V. Playamonte Vacaciones, Ciudad Real; Patricia Suarez, V. Ciestour, Vigo; Ana Isabel Pérez Curras, V. Altair, Santoña; Griselia Duarte, Quijote's, Arrecife.

### § 17 de noviembre

Julián Litón, V. Goya, Madrid; Beatriz G<sup>a</sup> Serrulla, V. Protocolo, Valencia; Cristina Mur, V. Serhs, Barcelona; José Menéndez, V. Pemathor, Madrid; Gabriel González, Estructura, Madrid; Ana Pascual, V. Euroexpress, Pamplona; Cristina Vivanco, V. Azul Marino, Bilbao; Francisca Aguilera, V. Carrasco, Campillos.

### § 18 de noviembre

Victoria Gomis, V. Zafiro Tours, Alicante; Concha Cuellar, V. Irving, Madrid; Pilar Ballesteros, V. Internacionales, Madrid; Antonio Batlle, V. Elite, Mataró; M<sup>a</sup> José Mínguez, V. Gheisa, Alfafar; Carmen Gavilán, V. La Estación, Fuenlabrada; Pedro Alfonso, V. Halcón, Valladolid; Eugenia Mas, V. España, Cuenca; Charo Hidalgo, I. Expreso, Sevilla.

# Especialistas en Agencias de Viajes



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

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

## Asesoría Turística

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

## Subvenciones

## Servicios Jurídicos

# club NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00  
☎ 91 369 18 39

Lope de Vega, 13  
28014 Madrid

## El Club Exclusivo Para Los Agentes de Viajes

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>A SU AIRE</b>	<b>18% de descuento</b> a miembros del Club y <b>10%</b> para acompañantes, sobre tarifas.	Descuentos válidos para todos los folletos, excepto "Vacaciones para todos".	Abierto	Jesús Millán	☎ 926 22 62 59 ☎ 926 22 63 34
<b>GRUPO NATURA</b>	Aventura en el Noguera Pallaresa -Pirineos- para Agente y acompañante.	Entre semana 2 noches Hotel Condes de Pallars -a+d- y Rafting Gratis. Fin de Semana 1ad+1mp en Condes del Pallars+Rafting sólo 54,50 /Persona.	12-10-2009	Ricardo y Carlos	☎ 93 680 10 62 ☎ 93 668 30 82
<b>GUAMA</b>	<b>Descuento del 30%</b> sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para la programación de los folletos de Cuba América y Egipto 2009-10	30-04-2010	Ventas Madrid	☎ 917823787 ☎ 915643918
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>OCTOPUSTRAVEL</b>	<b>15% de descuento</b> para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 ☎ 91 531 34 90
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>ACCOR HOTELES</b>	Hasta <b>30% de descuento</b> sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Descuentos desde el 25 al 75% en el alojamiento de los Hoteles: Sofitel, Novotel, Mercure e Ibis..	31-12-2008	Central de Reservas	☎ 902 10 04 83 www.accorhotels.com
<b>HOTASA HOTELES</b>	<b>50% de descuento</b> sobre tarifa Rack. Máximo 1 acompañante. Sujeto a disponibilidad.	Descuento aplicable en Régimen Alimenticio. Baleares-Canarias-Torremolinos-Lepe.	31-12-2009	Ana. Dpto. Marketing	☎ 902 160 055 ☎ 913 14 14 19
<b>BEST WESTERN</b>	<b>50% de descuento</b> sobre la tarifa más baja del momento a miembros del Club y acompañante.	Máximo dos habitaciones y tres noches de estancia. Válido en hoteles españoles y portugueses. Sujeta a disponibilidad.	01-07-2013	Dpto.deReserva de cada hotel	Tlf. de cada hotel en www.bestwestern.es
<b>HOSTERÍAS REALES</b>	<b>50% de descuento</b> sobre tarifa a Miembros del Club.	Para cualquiera de sus cinco hoteles en edificios históricos, excepto Semana Santa. Según disponibilidad.	31-12-2008	Eva Dpto. Reservas	☎ 902 20 20 10 ☎ 902 20 20 10
<b>HOTELES MONTE</b>	<b>50% de descuento</b> para miembro y acompañante en temporada baja y 25% en alta.	Hoteles de ciudad. Sujeto a disponibilidad. Descuento sobre tarifa oficial.	Abierto	Departamento Comercial	☎ 902 520 555 www.hotelesmonte.com
<b>HUSA HOTELES</b>	<b>45% de descuento</b> sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 ☎ 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 ☎ 956 65 49 01
<b>OCA HOTELS</b>	<b>50% de descuento</b> a miembros del Club sobre tarifa (excepto Puente del Pilar).	Régimen de alojamiento y desayuno, en habitación doble. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Lalo Crespo	☎ 986 80 67 02 ☎ 986 72 78 79
<b>PARADORES</b>	<b>50% de descuento</b> a miembros del Club en temporada baja y <b>25%</b> en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 ☎ 91 516 66 57
<b>PLAYA SENATOR</b>	<b>50% de descuento</b> para miembros y acompañantes en temp. baja y <b>25%</b> en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
<b>WORLDHOTELS</b>	<b>50% de descuento</b> sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo.	Valido excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento Reservas	☎ 900 99 49 54 www.worldhotels.com
COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>HERTZ</b>	Descuentos <b>15%</b> fin de semana, <b>10%</b> resto semana (España), <b>5%</b> Internacional, <b>22%</b> furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es
HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO</b>	<b>30% de descuento</b> sobre la tarifa oficial a miembros del Club y <b>15%</b> a acompañante.	Según disponibilidad. Excluidas Semana Santa, Corpus y Fin de Año.	30-12-2009	Departamento de Reservas	☎ 925 26 91 00 ☎ 925 21 58 65
<b>HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID</b>	<b>50% de descuento</b> sobre tarifa para miembros del Club.	Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Dirección del Hotel	☎ 964 44 34 76 ☎ 964 44 34 61
<b>HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL</b>	Sobre tarifa para miembros del Club y acompañante.	H. Doble o Dui (alojamiento y desayuno buffet), detalle de bienvenida y plaza de garaje 40,00 euros, I.V.A. incluido.	30-05-2009	Pedro Bellón	☎ 926 22 85 45 ☎ 926 22 86 18
SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>ERVEUROPEASEGUROSDEVIAJE</b>	<b>85% de descuento</b> sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de Viaje Póliza Especial Agentes. Mod. Individual: 77,40 euros. Mod. Familiar. 141,74 euros.	31-12-2012	Claudia Gonçalves	☎ 91 344 17 37 ☎ 91 457 93 02
<b>INTERMUNDIAL SEGUROS</b>	<b>30% de descuento</b> sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Un seguro incapacidad laboral temporal, para que tus ingresos no se reduzcan en caso de baja laboral.	1-07-2011	Rafael Palacios Dpto. Profesionales	☎ 902909737 Ext.415 rpalacios@intermundial.es

100% Agentes

# Turnexxo

## Catalunya

EXCLUSIVO

**TurNexo**

PARA AGENTES



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXOTUR**

Martes 13 de Noviembre  
Eurostars Grand Marina

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

(y reserva tu Reloj de pulsera)

# Hot el er ia

## El Congreso de CEHAT reflexionará sobre las últimas medidas tomadas por el Gobierno en Turismo

El siguiente Pleno del Consejo del Turismo tendrá lugar el 21 de noviembre como preámbulo

Entre el 21 y 24 de noviembre, Valencia acoge el Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles. En él los principales representantes del

sector hotelero tratarán entre otras cosas la idoneidad de las medidas adoptadas por el Gobierno en materia de Turismo, así como otros

temas importantes para este sector como las relaciones entre los distintos actores sectoriales o la situación actual de la marca España.

El diputado de Turismo, Ernesto Sanjuán, se ha reunido con el presidente de la Unión Hotelera de la provincia de Valencia, Luis Martí, con el objetivo de colaborar en la puesta en marcha del Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles, que se celebrará del 21 al 24 de noviembre, en el hotel Las Arenas de Valencia. Este congreso que organiza la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), cuenta con la colaboración de la Unión Hotelera de la provincia de Valencia y el patrocinio del Patronato Provincial de Turismo.

El Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles evaluará la idoneidad de las medidas adoptadas por el Gobierno central y su impacto en la capacidad del Sector Turístico como motor económico capaz de crear empleo y contribuir a la economía de nuestro país. El reciente recorte del 24,5% en la partida presupuestaria de Turismo, la subida de tasas aeroportuarias y

del IVA, y la disminución de paquetes y estancias en el Programa de Vacaciones para Mayores (Imsero) son algunos de los aspectos que centrarán el debate de este foro.

El diputado de Turismo, Ernesto Sanjuán, ha destacado que "del 21 al 24 de noviembre, Valencia se debatirá la situación actual y las posibles mejoras e iniciativas que se pondrán en marcha de cara al próximo año". Por su parte, el presidente de la Unión Hotelera de la provincia de Valencia, Luis Martí, ha agradecido al diputado de Turismo la ayuda de la Diputación para este congreso que "será referente y punto de encuentro para el sector a nivel nacional, convocando a nuestros empresarios para compartir experiencias en demostrada eficacia".

### Temas a debatir

En el Congreso de Empresarios Hoteleros Españoles también se abordarán los principales temas de



El Congreso se celebrará en el hotel Las Arenas de Valencia.

interés para el sector hotelero, desde las relaciones entre los distintos actores sectoriales, hasta la situación actual de la marca España, pasando por el análisis de los gran-

des proyectos de inversión turística, la reunión del Pleno del Consejo de Turismo será la punta de lanza para la búsqueda de conclusiones eficaces en el sector.

## Se lanza la línea ICO para empresas turísticas, con 266 millones de euros

Las empresas turísticas de alojamiento, así como las empresas de restauración, agencias de viajes, organizadores de congresos, empresas de intermediación turística y otras podrán beneficiarse de la línea ICO Inversión-Emprendetur Empresas Turísticas 2012, aprobada recientemente por el Consejo de Ministros. La cuantía asciende a 266 millones de euros.

Estos préstamos, integrados en el contexto del Plan Nacional e Integral de Turismo y con cargo a los presupuestos de la Secretaría de Estado de Turismo del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, van dirigidos a financiar inversiones en infraestructuras turísticas de empresas o autónomos que desarrollen su actividad dentro del Sector Turístico. El importe máximo de los préstamos se establece en 10 millones de euros, a amortizar en tres, cinco, siete o diez años con opción a período de carencia.

La apertura de la comercialización al público del Tramo de Financiación y la relación de entidades colaboradoras se anunciará en la página web del ICO ([www.ico.es](http://www.ico.es)) en los próximos días. Se podrán formalizar además las operaciones de préstamo con cargo al Tramo



El importe máximo es de 10 millones.

Emprendetur Empresas hasta el 17 de diciembre de 2012.

Emprendetur Empresas 2012 persigue el aumento de la eficiencia energética, la incorporación de tecnologías y accesibilidad de colectivos con necesidades especiales, así como la generación de empleo directo e inducido, tanto turístico como en otros sectores asociados.

## Ningún hotel español entre los diez 'más raros', según Trivago

Trivago ha publicado un *ranking* con los diez hoteles más raros y originales del mundo, basado en las peculiaridades de los alojamientos y en las opiniones tanto de sus usuarios como de los de las *web* de reserva que compara. Según afirman desde el comparador de precios de hoteles, cada vez más viajeros optan por pasar sus vacaciones en hoteles no convencionales.

Entre los hoteles elegidos por Trivago se encuentra Hôtel de Glace, Sainte Catherine de la Jacques Cartier (Canadá). Es un hotel, como su nombre indica, de hielo, que se encuentra a diez minutos del centro de la ciudad canadiense de Quebec. En Goreme (Turquía), se encuentra Cappadocia Cave Suites. Situado en el corazón del Parque Nacional de Göreme se emplaza dentro de cuevas, integrándose totalmente en la roca. Quinta Real Zacatecas (México), está construido en torno a la que fue la Plaza de Toros San Pedro hasta el siglo XIX y ha sido completamente renovado.

En Mechelen (Bélgica), está el Martin's Patershof, a solo 30 minutos de Bruselas y Amberes, que crea ambientes mágicos, combinando elementos del pasado con

una decoración muy actual. Ariau Amazon Towers en Manaus (Brasil), se encuentra en medio de la selva amazónica, está construido dentro de una reserva ecológica a la que solamente es posible llegar en barco. Ya en Uyuni (Bolivia) está un alojamiento construido en su totalidad con bloques de sal, el Luna Salada.

El Queen Mary en Long Beach (Estados Unidos) es un hotel que fue una vez un espléndido crucero, el famoso Queen Mary, ahora atracado en Long Beach desde el 9 de diciembre de 1967. En Reino Unido, concretamente en Oxford, se encuentra Malmaison Oxford. Ideal para experimentar lo que supone pasar una noche en prisión, ya que se trata de una antigua prisión victoriana transformada en un impresionante hotel *boutique*. Para los que prefieran pasar la noche a bordo de un antiguo avión Boeing 747 en las inmediaciones del aeropuerto de Estocolmo en Arlanda (Suecia) está Jumbo Stay. Por último, Trivago también nombra el Crowne Plaza Indianapolis Downtown Union Station, que se emplaza en una de las primeras estaciones de ferrocarril que se construyeron en el país.

### Producto

Servigroup inaugura su decimoséptimo hotel, el primero fuera de España

Hoteles Servigroup inaugura este mes un nuevo hotel en Colombia, el Hotel Benidorm, en la ciudad de Manizales. El establecimiento ha costado tres millones de euros, tiene cuatro estrellas y 60 habitaciones. El sitio debe su nombre a la ciudad donde la cadena hotelera tiene mayor número de hoteles (nueve) y donde se encuentran ubicadas la sede administrativa, la central de reservas y la central de compras del grupo. Gran parte de la decoración del hotel evoca imágenes de la ciudad de Benidorm, en reconocimiento a "la ciudad que me lo ha dado todo", según recordó el presidente de la cadena. Es su decimoséptimo hotel y el primero fuera de España.

### Acta Hotels abrirá su primer hotel en Madrid, el Acta Madfor en diciembre

Acta Hotels ha anunciado la próxima apertura de su primer hotel en Madrid. Se trata del Acta Madfor, de tres estrellas y con una oferta de 102 habitaciones. Situado en el centro de la capital, en el paseo de la Florida, a escasa distancia del Palacio Real, la Casa de Campo y la Gran Vía, se halla justo enfrente de la antigua estación del Norte, actual intercambiador de Príncipe Pío. La apertura del nuevo establecimiento está prevista para diciembre. El Acta Madfor ocupa el edificio del antiguo hotel San Antonio de la Florida, y está siendo totalmente reformado para adaptarse a los estándares de diseño moderno y confort propios de la cadena.

### Campanile de Barberà de Louvre Hotels Group celebra su 20 aniversario

El Hotel Campanile de Barberà del Vallès (Barcelona), que pertenece a la compañía internacional Louvre Hotels Group, ha celebrado su 20 aniversario. Durante el acto, el director de Operaciones para España y Portugal del grupo, Jordi Pujol, recordó que inaugurar el hotel en 1992, justo antes de los Juegos Olímpicos, "fue todo un reto". Además, repasó las cifras de estas dos décadas de vida del hotel: "Se han vendido más de un millón de habitaciones y se han alojado 1.700.000 personas en ellas", anunció. Pujol también animó a todo el equipo de Campanile a seguir el nuevo lema del grupo, 'Do, dare, dream' (hacer, atreverse, soñar) para seguir manteniéndose como uno de los referentes.



# 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**

# Hoteles, sedes y destinos especializados en el Sector MICE se unen en bajo 'Business Hotels Collection, Places & Cities'

La empresa española aporta posicionamiento, rentabilidad, especialización, personalización, prestigio

Hoteles, sedes y destinos turísticos especializados en la organización de eventos, tanto nacionales como internacionales se han integrado en la mar-

ca 'Business Hotels Collection, Places & Cities'. Esta los miembros se encuentran el Hotel Gran Meliá Fénix de Madrid, el Hotel Juan Carlos I de

Barcelona, el Hotel Real de San-tander, el Hotel Balneario Las Arenas de Valencia, la sede Fibes o el Hotel La Rábida en Sevilla, entre muchos otros.

Business Hotels Collection, Places & Cities es una compañía española con proyección mundial que ha enfocado su área de actuación única y exclusivamente en el segmento de reuniones, convenciones, congresos y viajes de incentivo, llevando a cabo acciones de comercialización, promoción, distribución, *marketing* y comunicación de una manera personalizada para cada uno de sus socios. Su única misión es la de posicionarles y generarles negocio: establecimientos auténticos, sedes únicas y destinos increíbles para la organización de cualquier tipo de evento corporativo.

Un apasionante proyecto, convertido ya en una realidad, dirigido por un equipo humano excepcional, cuya trayectoria profesional está avalada por numerosos puestos de responsabilidad en hoteles, instituciones, ca-

denas hoteleras y grupos turísticos, tanto nacionales como internacionales. Experiencia, talento, compromiso personal y vocación de servicio que, unidos a su conocimiento del mercado y de la evolución actual de los destinos, hacen de Business Hotels Collection, Places & Cities un socio estratégico imprescindible a la hora de extraer la máxima rentabilidad del Sector MICE a nivel internacional.

## Directorio de miembros

En el directorio de miembros de Business Hotels Collection, Places & Cities hay nombres tan ilustres como el Hotel Gran Meliá Fénix de Madrid, el Hotel Juan Carlos I de Barcelona, el Hotel Real de San-tander, el Hotel Balneario Las Arenas de Valencia, la sede Fibes o el Hotel La Rábida en Sevilla,



Hoteles, sedes y destinos están integrados en este nuevo proyecto.

así como el Hotel Langham de Londres o el Hotel Vidago Palace de Oporto, entre muchos otros. Business Hotels Collection, Places & Cities es, por tanto, una herramienta de consul-

ta perfecta para los organizadores de eventos empresariales que, después de una exhaustiva selección, les sugiere los mejores hoteles, sedes y destinos a la hora de realizar sus eventos.

## Baleares encabeza el 'ranking' de pernoctaciones hoteleras en el mes de septiembre, con 8,6 millones

Los precios hoteleros en las Islas registran un aumento de algo más del 5%

Baleares es la Comunidad autónoma con mayor número de pernoctaciones hoteleras en el mes de septiembre, con 8,6 millones de estancias, lo que supone

un 2,4% más que en el mismo mes del año anterior. Asimismo, es la región con el mayor grado de ocupación por plazas hoteleras, con una tasa del 82,9%.

Según los datos difundidos este martes por el Instituto Nacional de Estadística (INE), Baleares se sitúa por encima de la media nacional en cuanto al número de pernoctaciones, dado que los hoteles españoles registraron una ocupación por plazas del 60,85% y del 64,21% en fin de semana, que en las islas en este último caso asciende al 81,63%.

Las pernoctaciones hoteleras desciende ligeramente con un 0,1% menos en septiembre por la disminución de la demanda nacional,

pero las pernoctaciones de extranjeros aumentan un 13,2% en la Comunidad autónoma.

## Los precios aumentan

Los precios hoteleros en las Islas Baleares registraron según el INE en el noveno mes del año un aumento del 5,1%, con una facturación por habitación ocupada de 100,2 euros de media (por encima de los 92 euros de media nacional) y unos ingresos por habitación dis-

ponible de 60,5 euros. De esta manera, la estancia media en Baleares ha sido de 6,72 días, muy superior a los 3,66 días de media nacional. Las zonas turísticas con mayores grados de ocupación y pernoctaciones se sitúan en las islas y costas. Mallorca presenta el mayor grado de ocupación por plazas (83,9%), el mayor grado de ocupación por plazas en fin de semana (83,8%) y el mayor número de pernoctaciones, con más de 6,2 millones en septiembre, detalla el INE.

## La Oficina de Turismo de Madrid en la madrileña 'Ruta de los Hoteles Eficientes ITH-Matelec'

Se han recorrido los establecimientos hoteleros con las mejores prácticas

El consejero delegado de la Oficina de Turismo de Madrid Visitors & Convention Bureau, Ignacio Fernández, ha acompañado al secretario general de la Asociación

Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Antonio Gil, en la Ruta de los Hoteles Eficientes ITH-Matelec, que se celebró el miércoles 24 de octubre.

En este recorrido, el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha mostrado casos de éxito en la implantación y gestión de medida de eficiencia energética y sostenibilidad en el sector hotelero, en cinco hoteles madrileños pioneros, que han adoptado políticas medioambientales únicas y diferenciadas de probado éxito, que les han permitido ahorrar energía y ser más sostenibles. La Ruta de los Hoteles Eficientes está incluida en el I Foro ITH de Eficiencia Energética y Sostenibilidad en Hoteles de

Matelec, Salón Internacional de Soluciones para la Industria Eléctrica y Electrónica, que se ha celebrado en octubre en la Feria de Madrid.

## Casos de éxito

Durante la Ruta de los Hoteles Eficientes, los participantes en la misma han podido conocer establecimientos hoteleros de Madrid seleccionados por sus mejores prácticas, y que han incorporado medidas de ahorro y eficiencia energética

destacables, como sistemas de control y monitorización inteligente de consumos de energía, agua y gas (Hotel de Las Letras), políticas medioambientales avaladas por la certificación 50.001 (Hotel NH Eurobuilding), medidas pioneras en la instalación de paneles solares (Hotel Husa Princesa), iluminación exterior eficiente y control y gestión de consumos (Hotel Me Madrid), y microclimas a partir de jardines verticales eficientes (Hotel Mercure Santo Domingo).

## Producto

NH Villa de Bilbao reabre sus puertas al público tras una completa renovación

En la Gran Vía bilbaína, en pleno corazón financiero y comercial de la Villa, reabre sus puertas el hotel NH Villa de Bilbao. Tras una profunda reforma de sus instalaciones, el hotel ha adquirido un diseño renovado manteniendo la historia de un edificio que se ha convertido en emblemático. El hotel, operado por NH en régimen de arrendamiento desde 1996, ha finalizado una puesta a punto de todas sus habitaciones y zonas comunes, además de poner en marcha un restaurante con un novedoso concepto gastronómico. Las obras han tenido una duración de tres meses y medio, tiempo que ha servido para recuperar el lustre del hotel que data de 1975. El NH Villa de Bilbao ha realizado una importante labor de modernización en sus 142 habitaciones.

América de la ciudad de Vigo será gestionado por la cadena Silken en 2013

La cadena Silken gestionará el hotel América de Vigo a partir de enero de 2013. El hotel pasará a formar parte del portafolio de Silken, que cuenta con 32 establecimientos en España y Bélgica. El hotel continuará bajo la propiedad de Santiago Amorín, que lo regenta desde 1999, y será el primero gestionado por la cadena en Galicia. El establecimiento de tres estrellas se inauguró en 1957 y cuenta con modernas instalaciones en el centro de la ciudad olívica. Muy próximo al Club Náutico, dispone de 45 habitaciones de cuidado diseño. El Silken América Vigo será el primer hotel de la cadena en tierras gallegas, continuando con su expansión y estableciéndose en una comunidad donde, hasta ahora, no tenía presencia.

Un total de 54 hoteles de la mallorquina Riu reciben el galardón HolidayCheck

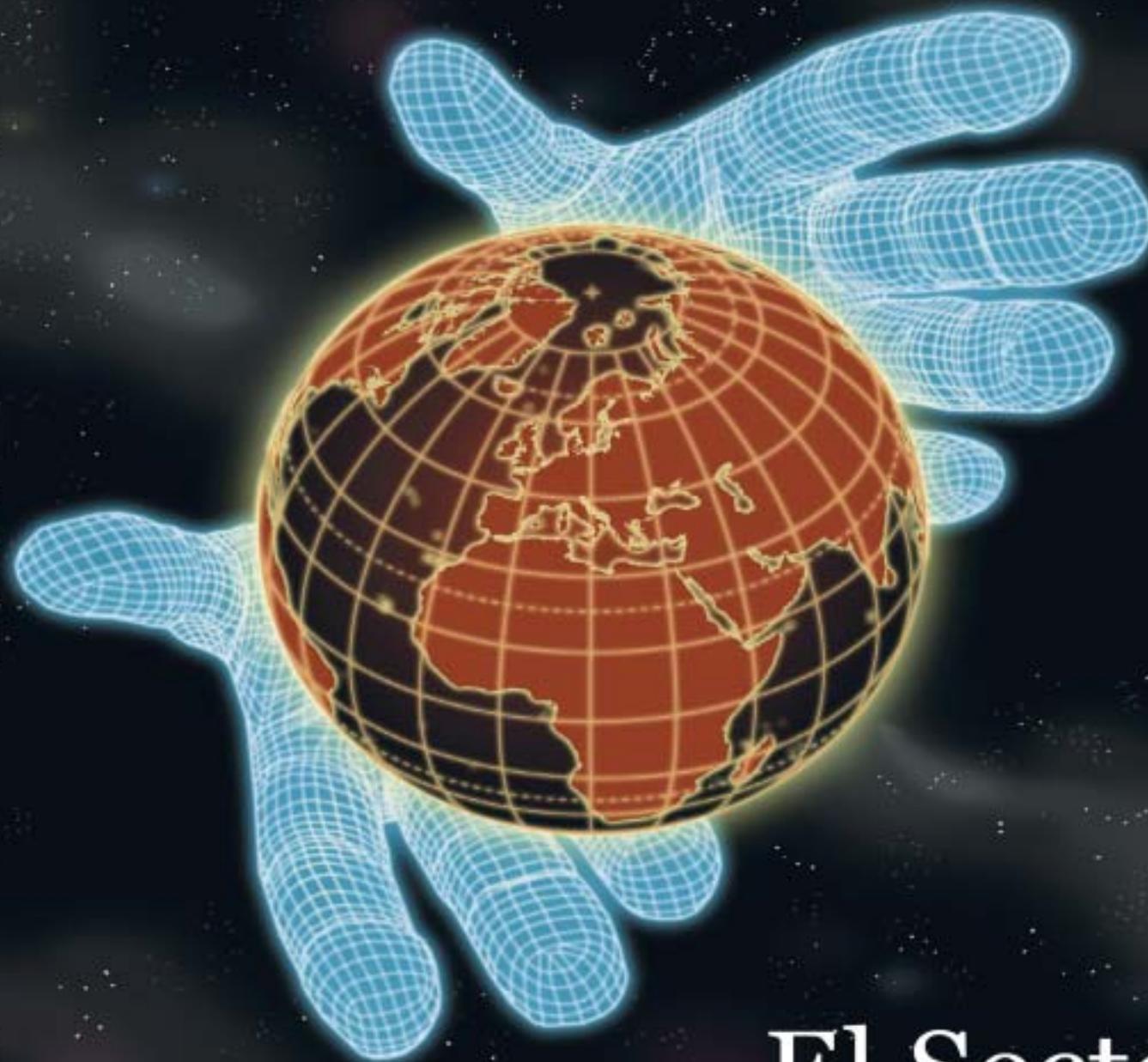
HolidayCheck, el mayor portal independiente de habla alemana sobre opiniones de viajes y vacaciones, otorgó por primera vez el galardón "HolidayCheck Quality Selection 2012" a sus hoteles colaboradores de todo el mundo. Un total de 54 hoteles de la cadena RIU Hotels & Resorts han sido premiados y casi la mitad de estos (25) se encuentran en España. Este distintivo fue otorgado exclusivamente a los hoteles que han sido calificados por sus huéspedes como "bueno" o "muy bueno" en la página web de HolidayCheck. Este certificado es de gran relevancia para RIU Hotels ya que se otorga en base a las opiniones de los clientes. Además, es un orgullo para los hoteles y todo el staff ya que reconocen su esfuerzo diario por ofrecer un buen servicio.

## Gallery Hoteles promueve un ambicioso plan de reformas

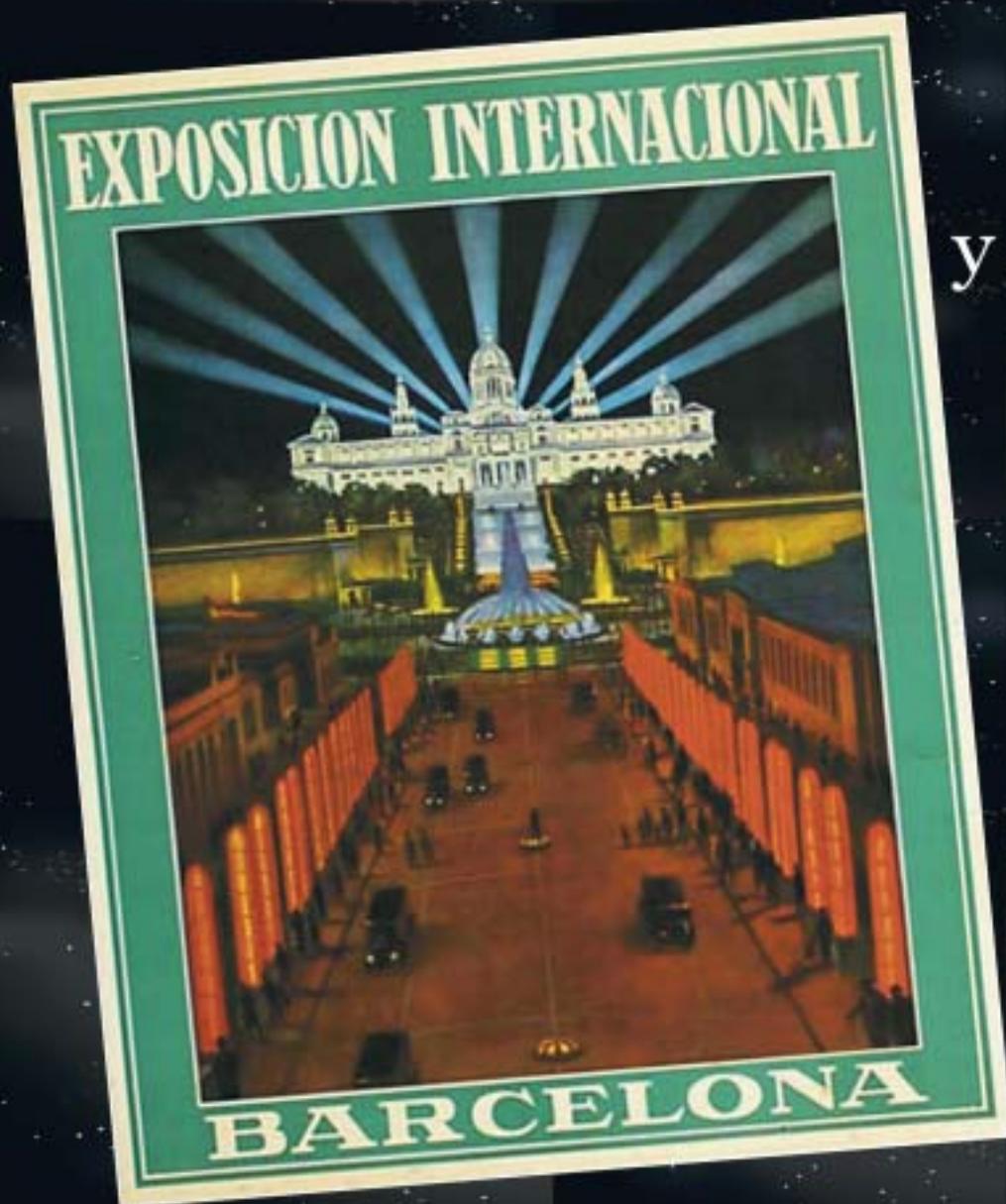
Gallery Hoteles ha presentado un plan de reformas para mejorar los espacios principales de sus dos hoteles en Barcelona y Málaga, así como sus restaurantes, que adquieren una mayor personalidad. De este modo, "sigue trabajando para adaptarse a las nuevas tendencias y continuar con la línea innovadora que lo ha caracterizado estos últimos años".

La directora general del grupo hotelero, Marta Golobardes, afirma que "el objetivo es estar en constante evolución y mejora para conseguir que la estancia de los clientes sea única y se sientan como en su propia casa". "Ofrecemos habitaciones realmente adaptadas a sus necesidades y renovamos nuestros espacios para aportar nuevos valores añadidos que marquen la diferencia de Gallery Hoteles", señala.

La azotea de Gallery Hotel Barcelona se convertirá en una zona *wellness*. Su apertura está prevista para marzo de 2013. Asimismo, el proyecto de mejora abarca los salones destinados a reuniones y eventos. La mayoría ya han sido renovados y ahora cuentan con la última tecnología. También se ha ampliado la oferta gastronómica del hotel, con el nuevo espacio The Gallery Spacey ha diseñado además cinco habitaciones Deluxe y cinco E-room. Hotel Molina Lario, en Málaga, ampliará la capacidad de su emblemática terraza La Piscina Lounge. Los salones destinados a reuniones y eventos y el restaurante El Café de Bolsa renovará su aspecto.



# El Sector ha cambiado y la Información también



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

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

# Booking

## NEXOTUR

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING  
Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

91 369 41 00  
91 369 18 39

### Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRÁ/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	902-355444/968-355444 Fax 902-355443
TUI AMBASSADOR TOURS Toronga, 23 Bajo MADRID	91-7582828 Fax 91-5598588
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Moreña, 12 esq. a Zarza C. REAL	926-274157/226259 Fax 926-226334
AVIOTEL Capitán Haya, 9 interior MADRID	91-5561293 Fax 91-4170365
AVIOTEL Gran Via Cortes Catalanes, 645, 7º BARCELONA	93-3011784 Fax 93-3184674
AVIOTREN Capitán Haya, 9 interior MADRID	91-5983315 Fax 91-4174516
AVIOTREN Gran Via Cortes Catalanes, 645, 7º BARCELONA	93-3011784 Fax 93-3184674
CLUB VACACIONES Francisco Ramiro, 2 Edif. H MADRID	91-5972200-5970129 Fax 91-5970916
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	91-5558550 Fax 91-5467770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º BARCELONA	93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputación, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputación, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
EV EMPRENDER Gran Via, 39 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 2º BARCELONA	93-425 30 66 Fax 93-425 38 07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID	91-5427933 Fax 91-5422071
HVALTRAVEL.COM Diputación, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
IBERJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	971-070428 Fax 971-040466
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ºB MADRID	91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	91 308308 Fax 91-3821664
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	902-361926 Fax 93-4827131

NO MÁS FRONTERAS.COM Diputación, 238 BARCELONA	902-510120 Fax 91-4568686
NUUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	91-5612373 Fax 91-5614242
PAISAJESTRANSVIA TOURS Albacete, 19 VALENCIA	96-3414400 Fax 96-3423777
PANAVISION TOURS Goya, 22 MADRID	91-5860800 Fax 91-5860846
PANAVISION TOURS Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA	93-2159515 Fax 93-4871458
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
RHODASOL-TURIMAR Gran Via 71, 28013 MADRID	91-4014949 Fax 91-4024400
RHODASOL-TURIMAR Coso 89-91 1º ZARAGOZA	976-391911 Fax 976-299435
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 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-MUNDICOLOR Sor Ángela de la Cruz, 6 MADRID	91-4568600 Fax 91-4568773
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Via, 81 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 Edif. Barajas C/ Trespaderne 29, 4º MADRID	902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174

UNIPLAYAS C/ 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, 3-3º MADRID	91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	902-100323 Fax 93-4158379
AIR Berlin Gran Via 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 Fontanelle, 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	91-5558550 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 www.visioncrueros.com	91-7896400 Fax 91-3107215

### Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	91-6307315 Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS Diputación, 238 sobreático BARCELONA	93-4125956 Fax 93-4122914
FERROCARRILES AMERICANOS Zurbano, 56 MADRID	91-3082962 Fax 91-3086502
RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Linea Asista)	902-105205 Fax 902-105200

### Alquiler de Automóviles

AUTOS D'OR RENT A CAR Av. Bienvenidos, 30 MALLORCA	971-657173 Fax 971-643147
BUDGET RENT A CAR ESPAÑA Conde de Aranda, 1- 3º Dcha. MADRID	91-4363319 Fax 91-5768827
EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID	91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS Gran Via Costes Catalanas, 617 BARCELONA	902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 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, 6º 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 Tonereros, 24 PALMA DE MALLORCA	902-144444 Fax 91-5791392
TRANSHOTEL Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 164164/902 164163 Fax 902 444 164
UTELL Pza. Marqués de Salamanca,3 y 4 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. Manoleras, 14 MADRID	902110115 Fax 91-3021709

### Servicios

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

**¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?**

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

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

**NUUESTROS CLIENTES NOS AVALAN**

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

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

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

Profesor: Francés (Nativo)  
Globish: Más de 1000 palabras clave en "English-American" para comunicarse con el Mundo entero.

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

Profesor Escuela Oficial de Turismo (Madrid)  
Profesor Shanghai Institute of Tourism (China)

Mi método garantiza resultados a corto plazo

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

Tel.: +34 91 547 58 71 / +34 619 360 745  
E-mail: fetosalain@yahoo.com, alainf\_3@hotmail.com

*Coste & Formas adaptado a sus posibilidades*

# Nueva página de Hoteles Globales con atención a las redes sociales

La página web actual de Hoteles Globales, basada en tecnología Web 2.0 y muy diferente de la anterior, presenta una especial atención a las redes sociales, pero no mejora su diseño ni mantiene la gestión de reservas para las agencias de la anterior.



www.hotelesglobales.com

Hoteles Globales ha sustituido su página en Internet por una nueva versión modificando su tecnología para gestionar su presencia en las redes sociales, pero ha perdido funcionalidad, con una presentación menos atractiva, en la que además ya no incluye un mapa activo de sus hoteles. Ofrece una completa descripción de los establecimientos, no mantiene el carro de la compra para gestionar sus reservas, ni la gestión de reservas desde las agencias, aunque ha incluido la reserva de traslados y coches de alquiler y ha añadido una versión en alemán.

### INFORMACIÓN

Se accede a la descripción de los hoteles desde una relación o desde la reserva, pero ya no presenta el mapa activo con sus hoteles. Presenta una completa descripción del hotel en varias pantallas, en las que ha añadido sus servicios para congresos y su plano de situación.

### RESERVA

Ha modificado su sistema de reservas, que ahora no incluye la gestión desde agencias ni el uso del carro de la compra, pero ha añadido la posibilidad de reservar traslados a los hoteles y coches de alquiler en todo el mundo. El pago es con tarjeta y gestión códigos de promoción.

### GENERAL

Ofrece alguna información sobre la cadena, un área dedicada a los profesionales de Turismo y otras a la gestión de empleo incluyendo un formulario de solicitud, y a noticias de la empresa. Además, ha incluido un blog y un amplio sistema de gestión de redes sociales.

#### ▲ Lo Mejor / Redes Sociales

La mejora más importante respecto a la versión analizada anteriormente es su completa gestión de las redes sociales.

#### ▼ Lo Peor / Gestión Agencias

La nueva versión ya no ofrece la posibilidad de reserva desde agencias que existía en la anterior ni el carrito de la compra.

### H. GLOBALES / Líneas Aéreas

#### 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 nueva versión de la página de Hoteles Globales ha perdido la mayor parte del interés que ofrecía la anterior a los profesionales de Turismo, ya que la actual, aunque les ofrece un área de información específica, ha eliminado la posibilidad de gestión de reservas desde las agencias.

6.8



**Entrada /** En un formato renovado, aunque menos útil, ha ampliado su contenido con accesos por tipo de hotel y con ofertas.



**Producto /** Mantiene una completa información de sus hoteles en varias pantallas, desde las que se puede acceder a la reserva.



**Reserva /** Ha cambiado su sistema de reservas, que ya no utiliza un carro de la compra ni contempla la gestión de agencias.

# La página actual de Iberia permite la gestión desde teléfonos móviles

Iberia ha actualizado su 'sitio' en Internet añadiendo a una página que mantiene las características y la calidad de la analizada anteriormente, el servicio desde los teléfonos móviles y enlaces con las redes sociales, aunque sigue sin área para agencias.



www.iberia.com

La versión actual de la página de web de Iberia mantiene, con una estructura semejante a la anterior, la información sobre la compañía sus vuelos y todos sus servicios al viajero, además de un completo sistema de reservas de vuelos, coches, hoteles, vacaciones escapadas y seguros en todo el mundo, a la vez que se han incluido nuevos servicios, como la información de los vuelos en un mapa activo, la gestión desde móviles y las redes sociales, mientras mantiene las versiones en castellano e inglés que ya existían y ha añadido una nueva en catalán.

### INFORMACIÓN

Permite consultar sus vuelos por precio límite desde un destino o por medio de un mapa activo que permite seleccionar un origen y una zona de destino. También informa sobre sus escapadas de fin de semana por origen, fecha y, opcionalmente, destino.

### RESERVA

Dispone de procesos muy sencillos y completos de reserva de vuelos y de hoteles, seguros, 'paquetes' y alquiler de coches, todos ellos gestionados por terceros. Permite el billete y check-in electrónicos, pero no es utilizable por las agencias de viajes.

### GENERAL

Incluye también información corporativa, sus oficinas, un servicio de ayuda al viajero muy completo y una completa gestión de sus programas Iberia Plus e Iberia Plus Empresas. Además, ha incluido la gestión desde los móviles y la conexión con las redes sociales.

#### ▲ Lo Mejor / Completo

Sistema de información y reservas de vuelos, hoteles, 'paquetes', coches y seguros muy completo y fácil de usar.

#### ▼ Lo Peor / Tiempo de Respuesta

El tiempo de respuesta es muy mejorable. Sigue sin área de gestión de reservas para las agencias de viajes.

### IBERIA / Línea Aérea

#### Ponderación de los Valores

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

### EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva web de Iberia es una herramienta muy completa, que facilita al usuario final y a las empresas la reserva directa de sus vuelos y otra serie de servicios turísticos, pero que no puede ser utilizado por las agencias de viajes, a las que no hace ninguna referencia.

8.1



**Entrada /** En una pantalla semejante a las versiones anteriores, ha añadido ofertas y enlaces con las redes sociales.



**Producto /** Ofrece un amplio conjunto de información de vuelos y servicios, con un original sistema de mapas activos.



**Reserva /** Dispone de un completo sistema de reservas de vuelos y otros servicios turísticos no disponible para las agencias.

# Pepecar mantiene la gestión para las agencias en su 'website' actual

Pepecar.com, el primer *rent a car* español basado exclusivamente en su gestión desde Internet, mantiene en la nueva versión de su página las áreas específicas para agencias de viajes registradas, empresas con acuerdos corporativos y otros usuarios.



www.pepecar.com

Pepecar.com ofrece a los agentes de viajes una nueva página en Internet diseñada para facilitar una gestión de reservas clara y rápida de coches de alquiler. La versión actual, que mantiene la gestión de reservas para usuarios finales, empresas concertadas y agencias de viajes, ha eliminado la descripción de los tipos de vehículo y de sus sucursales y ha añadido una amplia guía turística de países y destinos, pero sigue sin contemplar la posibilidad de anulación o modificación de la reserva desde Internet. Por otro lado, Pepecar.com dispone de versiones en castellano y portugués.

## INFORMACIÓN

En la versión actual de la web de Pepecar.com se han eliminado la descripción de los vehículos y el plano de situación de sus sucursales que había en la versión inicial, manteniendo únicamente las características básicas y el aviso de pago parcial obligatorio.

## RESERVA

Dispone de un sistema muy rápido de gestión de reservas, con pago con tarjeta y parte del pago al reservar en algunos casos. Mantiene las áreas específicas para clientes, agencias de viajes y empresas registradas en el sistema, y sigue sin incluir el acceso posterior a la reserva.

## GENERAL

Como la versión inicial, ofrece alguna información sobre la compañía, las condiciones de contratación y permite al usuario acceder a los datos de su cuenta. También mantiene información sobre ofertas y promociones y ha añadido una completa guía turística de países y destinos.

### ▲ Lo Mejor / Sistema Reservas

Sigue disponiendo de un completo sistema de reservas que es muy fácil de utilizar para todo tipo de usuarios.

### ▼ Lo Peor / Mantenimiento

Sigue sin ofrecer la posibilidad de acceso posterior para la anulación o modificación de reservas desde la página de Internet.

## PEPECAR / Rent a car

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

La web actual de Pepecar.com sigue siendo una herramienta muy útil para reservar coches de alquiler, con un diseño muy adecuado y que permite a cualquier tipo de usuario gestionar muy rápidamente sus reservas dentro de una amplia oferta en la mayor parte del mundo.

8,4



**Entrada /** Mantiene, en un nuevo formato, la pantalla de reservas de particulares, información y ofertas y el acceso a todas sus áreas.



**Producto /** Ofrece la relación de los vehículos disponibles, sus características básicas y su precio en la moneda del país y en euros.



**Reserva /** Dispone de un rápido sistema de reservas, con áreas específicas para empresas y agencias de viajes concertadas.

# Fácil gestión de hoteles y vuelos en la página de Lowcostholidays

Lowcostholidays es una central de reservas en Internet, enfocada exclusivamente al cliente final, al que ofrece una información adecuada y una sencilla gestión de reservas de hoteles, vuelos y 'vuelo más hotel' en gran parte del mundo.



www.lowcostholidays.es

Dentro de las diferentes marcas turísticas del Grupo Lowcosttravel, Lowcostholidays dispone de una completa oferta de hoteles y vuelos en todo el mundo en una página de diseño muy amigable, que permite al cliente final gestionar fácilmente sus reservas, con un sistema muy completo de búsqueda de hoteles por múltiples parámetros, incluyendo una gestión especial de ofertas por destino, con asignación posterior del hotel por parte de la central. Además de la versión para España en castellano, ofrece versiones para otros ocho países europeos.

## INFORMACIÓN

Permite acceder a los hoteles por destino y categoría y desde un completo proceso de selección por diversos parámetros en la gestión de reservas. Ofrece una información suficiente del hotel incluyendo pantallas con sus tarifas, una galería de fotos y su plano de situación.

## RESERVA

Permite reservar, únicamente al cliente final con pago mediante tarjeta, hoteles, vuelos y 'vuelo más hotel'. Incluye la posibilidad de acceso posterior a la reserva y dispone de un sistema de gestión de ofertas en el que no asigna el hotel hasta unos días antes de la salida.

## GENERAL

Ofrece, en inglés, información sobre el Grupo Lowcosttravel, sus diferentes marcas con los países en que cada una tiene presencia y sus socios. Incluye áreas dedicadas a la prensa y a sus ofertas de empleo, incluyendo un formulario de solicitud asociado a cada oferta.

### ▲ Lo Mejor / Utilidad

Permite reservar fácilmente hoteles, vuelos y 'vuelo más hotel' de una forma rápida y sencilla, con un útil proceso de selección.

### ▼ Lo Peor / Gestión Agencias

No incluye ninguna referencia a los profesionales de Turismo ni contempla la gestión de reservas desde las agencias.

## LOWCOSTHOLIDAYS / Centra-

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de Lowcostholidays está diseñada para uso exclusivo del cliente final, por lo que, a pesar de su completa oferta, el único interés que puede ofrecer a los profesionales de Turismo es consultar su información, ya que no contempla la reserva desde las agencias de viajes.

7,3



**Entrada /** Presenta la primera pantalla de reservas, el acceso a todas sus áreas, ofertas, sugerencias y otra información.



**Producto /** Accediendo desde la reserva o desde los hoteles por destino, presenta una amplia descripción en varias pantallas.



**Reserva /** Dispone de un completo sistema de reservas de hoteles, vuelos y 'vuelo más hotel', no disponible para las agencias.

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

## Las agencias demandan profesionales con experiencia y buen manejo de Amadeus

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

■ **Viajes 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](mailto: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](mailto:administracion@tierraviva.com).

■ **IA Viajes.** Madrid. Precisamos incorporar agentes de viajes para atención al cliente en nuestro servicio 24 horas desde su propio domicilio. Horario de lunes a viernes de 19.30 a 8.30. Requisitos: inglés y Amadeus. C.V: [rrhh@iaviajes.com](mailto:rrhh@iaviajes.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 valo-

rá que el aspirante tenga vehículo propio. C.V: [maribel.espana@iaviajesgrupo7.com](mailto:maribel.espana@iaviajesgrupo7.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: [oalonso@viajescelebres.com](mailto:oalonso@viajescelebres.com).

■ **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](mailto:amandabarja@sagiturviajes.com).

■ **Four Dimensions.** Barcelona. Se necesita agente de viajes para cubrir sábados a jornada completa y días de entre semana a media jornada en horario de tarde. Requisitos: manejo avanzado de Amadeus. C.V: [fourdimensions@fourdimensions.es](mailto:fourdimensions@fourdimensions.es).

■ **Puerta Europa Viajes.** Madrid. Se busca agente *freelance* y con cartera de clientes. C.V: [direccion@puertaeuropaviajes.com](mailto:direccion@puertaeuropaviajes.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](mailto:blanca.duran@dialibre.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](mailto: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](mailto:conta@viajesoasis.com).

■ **Mapa Tours.** Madrid. Buscamos delegado comercial para la zona centro de Madrid. Requisitos: experiencia en agencia, vehículo propio y disponibilidad para realizar viajes. C.V: [oscarsanz@mapatours.com](mailto:oscarsanz@mapatours.com).

■ **Viajes Paraíso.** Madrid. Agencia de viajes minorista busca persona con experiencia para atención al cliente y ventas. Requisitos: conocimientos de Amadeus y Galileo. Inglés nivel medio y conocimientos de Renfe. C.V: [viajes@paraisomar.net](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto:sanchez@viajescolmenar.com).

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Hoteles exclusivos

↑ Style, cadena hotelera perteneciente al Grupo Hotusa, presenta una nueva versión de su *web* en la que, manteniendo un nivel de **información** y servicio semejante a la anterior, ha mejorado su presentación y estructura, incluyendo el acceso a las redes sociales.

↑ Es una página bien diseñada y de **utilidad** para el cliente final.

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



<http://www.stylehotels.net>

## Vuelos en América

↑ La página actual de Copa Airlines, ofrece **información** sobre la empresa y sus servicios aéreos en América, incluyendo la gestión de reservas de sus vuelos y de hoteles y coches de alquiler en todo el mundo, pero no está disponible para las agencias de viajes.

⇒ Es una página de **utilidad** para viajes por América.

↓ Sólo ofrece su gestión de **reservas** al cliente final.



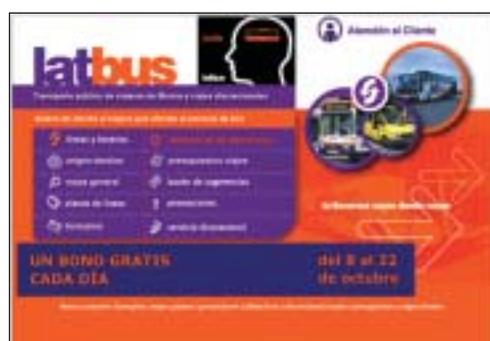
<http://www.copaair.com>

## Transportes en Murcia

↑ Latbus presenta una *web* en la que ofrece una completa **información** sobre sus líneas de transporte regular por carretera en Murcia, incluyendo sus itinerarios, horario y tarifas, mientras que sobre sus servicios discretos solo incluye algunos vídeos.

⇒ Resulta de **utilidad** para el usuario de sus líneas regulares.

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



<http://www.latbus.com>

## Cruceros en todo el mundo

↑ XYOCruceros presenta en Internet una página bien diseñada en la que **informa** sobre navieras y cruceros en todo el mundo, incluyendo un completo sistema de gestión de reservas de camarotes y otros servicios, no disponible para las agencias.

⇒ Por su cobertura y facilidad de gestión es **útil** para el cliente final.

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



<http://www.xyocruceros.com>

## Hoteles en todo el mundo

↑ La central hotelera Booking.com ofrece únicamente al cliente final, aunque contempla la conexión con las páginas de sus afiliados, una completa **información** de hoteles en todo el mundo, sus tarifas y ofertas, incluyendo un útil sistema de reservas.

↑ Por su amplia cobertura y facilidad de uso, es una *web* de **utilidad**.

↓ Ofrece programa de afiliados, pero no la **reserva** desde agencias.



<http://www.booking.com>

## Eventos en Gijón

↑ La Cámara de Comercio de Gijón ha desarrollado una *web* dedicada a su Recinto Ferial en la que incluye la **información** y las facilidades de contratación que ofrecía desde la página de la Cámara, simplificado su estructura y facilitando su utilización.

⇒ Mejoraría su **utilidad** ampliando la descripción de sus espacios.

↓ Ofrece formularios y tarifas para solicitar **reservas**.



<http://www.feriastur.es>

## LEGISLACIÓN

### Resoluciones

#### Bajas y nuevos impuestos

✓ Resolución de 2 de octubre de 2012, de la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Junta de Andalucía, por la que se hace pública la cancelación de la inscripción en el Registro de Turismo de Andalucía de las agencias Bmoly Viajes, Viajes Gelduba, Viajes Benalsun.

✓ Anuncio de 18 de octubre de la Consejería de Presidencia del Gobierno de la Región de Murcia de la decisión de no someter a evaluación ambiental el proyecto de Perforaciones para Instalación Geotérmica de baja Entalpia, en el termino municipal de Cieza, a solicitud del Consorcio Turístico Cañón de Almádenas.

✓ Entrada en vigor el pasado 1 de noviembre de la Ley 5/2012 del 20 de marzo de Cataluña, por la que se establecen las medidas fiscales, financieras y administrativas y de creación del Impuesto sobre las Estancias de Establecimientos Turísticos. Con esta ley se grava la estancia en los alojamientos de Cataluña.

Boletín Oficial del Estado  
www.boe.es

## CURSOS

### Formación en el sector hotelero

#### La AEDH colaborará con la Universidad a Distancia de Madrid

Apoyar y supervisar la formación de los futuros profesionales y conseguir ventajas en el acceso a grados y cursos de postgrado para sus asociados es el objetivo del convenio que la Asociación Española de Directores de Hotel ha firmado con la Universidad a Distancia de Madrid (Udima) y el Centro de Estudios Financieros (CEF). Se trata de un acuerdo que contempla la realización de prácticas externas de los alumnos de dichos centros en los establecimientos dirigidos por los asociados que las requieran, así como "oportunidades ventajosas" para que los profesionales miembros de la asociación accedan a

los programas formativos de ambas entidades educativas.

En cuanto a las prácticas, el convenio establece que las bolsas de empleo de Udima y CEF darán trato preferente a la búsqueda de candidatos de AEDH. Estas prácticas serán acordes a cada una de las titulaciones y se registrarán por un documento específico que detallará las funciones, la duración y, para los títulos oficiales, la carga de créditos. Las prácticas en empresas comprenderán el contacto con otros profesionales, el desarrollo de la labor profesional y la participación en reuniones en las que se debatan cuestiones relativas al ejercicio de la actividad.



## LIBROS

### La Guía Repsol para Windows 8

#### La descarga de las nuevas aplicaciones es gratuita

La Guía Repsol ha lanzado una nueva aplicación para Windows 8. Esta aplicación, disponible para los usuarios de Windows 8 y Windows Phone, se suman a las ya existentes para iPhone, iPad y Nokia Symbian, que cuentan con casi 300.000 usuarios. La Guía Repsol es pionera en adaptar sus contenidos a los soportes más vanguardistas y apuesta por la innovación y el desarrollo de aplicaciones novedosas que acompañan al viajero en todo momento y en cualquier lugar. Las nuevas aplicaciones, disponibles de forma gratuita en las tiendas *online* de Windows, ofrecen una innovadora forma de conocer la gastronomía y el Turismo de España. Incluyen los mejores restaurantes galardonados con Soles Repsol, reportajes gastronómicos, recomendaciones turísticas adaptadas a los diferentes tipos de viajeros y contenidos sociales que el usuario puede compartir.

## CALENDARIO

### Quinta edición de Futuralia

● El 21 de noviembre de 2012, 5º Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo, Futuralia, Hotel Eurostars Madrid Tower, Madrid. El Foro convocado por el Grupo NEXO se marca como reto sensibilizar a los empresarios del Sector Turístico de la importancia de respetar el medioambiente, dedicando especial atención al impacto medioambiental de los diversos subsectores turísticos. El Foro comenzará a las 9.00 con el discurso de bienvenida del vicepresidente de Futuralia, Eugenio de Quesada, que dará paso a la inauguración del secretario de Estado de Medio Ambiente, Federico Ramos de Armas. Posteriormente, tendrán lugar las ponencias de directivos y responsables de empresas y Organizaciones del Sector Turístico, como MSC Cruceros, ECTAA, la Federación de OPC, Europcar, Iberia, Museo de Ronda y la Escuela de Organización Industrial. El cierre del evento correrá a cargo del vicepresidente de CEAV, Vicente Blasco. Para confirmar asistencia envíe un correo a [confirmacion@futuralia.org](mailto:confirmacion@futuralia.org).

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

¿Necesita  
un profesional?

Ofertas y Demandas  
de Empleo para  
Profesionales de  
Agencias de Viajes

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

Cumplimente  
AHORA sus demandas  
y ofertas de empleo  
en tiempo real

¿Busca trabajo?

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



## SUBEN

### ▲ Boris Zgomba



El informe enviado por el Parlamento Europeo a la Comisión para reforzar los derechos de los pasajeros aéreos, recoge algunas de las demandas de ECTAA. La Agrupación sigue así presionando para mejorar su protección.

### ▲ Bernardo Echevarría



Costa Cruceiros ha sido premiada por la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) por su apoyo constante al sector de la distribución. La Asociación decana del Sector destaca con este galardón el compromiso de la naviera con el canal de agencias de viajes.

### ▲ Rafael Gallego

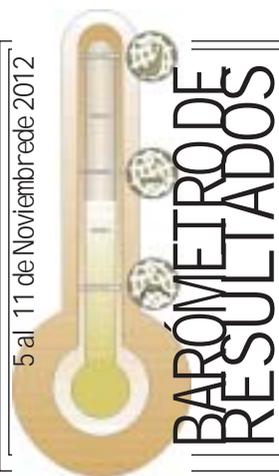


El presidente de CEAV, Rafael Gallego, ha sido nombrado vicepresidente del comité organizador del Salón Internacional de Turismo, Arte y Cultura, Euroal 2013. De este modo, podrá aportar sus conocimientos y experiencia a un evento que alcanzará el próximo año su octava edición.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Fabio Cannavale	3
Entrevista / Tomeu Bennasar	4
Escaparate	5-16
Gestión	17
Mostrador	18-20
Club	21
Hotelería	23-25
Booking	27
Evaluanet	28-29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

5 al 11 de Noviembre de 2012



## LA SEMANA

### El turista español se queda en 'casa' en el puente

Los destinos nacionales se imponen una vez más a los europeos e internacionales. En el pasado puente de noviembre, los españoles se han decantado en mayor medida por los desplazamientos dentro del territorio nacional, siendo Madrid, Barcelona y Palma de Mallorca los más demandados. Por desgracia para las agencias de viajes, así como para el resto de actores implicados en el Turismo, los viajes *low cost* continúan predominando en estas fechas, destacando el mayor uso del vehículo propio y las viviendas propias o de familiares y amigos. Entre los españoles que sí han optado por destinos extranjeros, Londres, París y Bruselas están entre los más demandados.



Semana del 12 al 18 de Noviembre de 2012

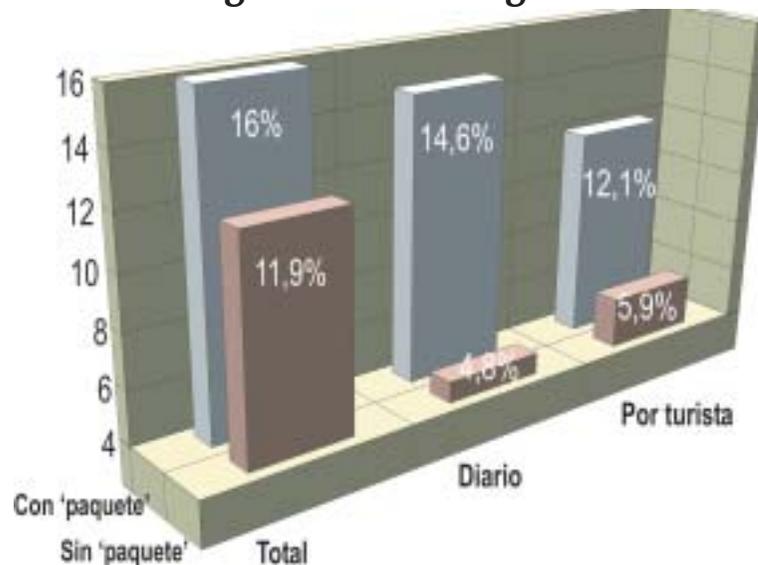
## INDICADOR DE EXPECTATIVAS

## COYUNTURA

### El gasto turístico crece un 13%

El gasto turístico registra un notable aumento del 13,4% en septiembre, alcanzando los 6.242 millones de euros. Destaca en este mes la mayor contribución respecto a 2011 de los visitantes con 'paquete' turístico, cuyo desembolso crece un 16%, hasta los 2.078 millones. Por su parte, el resto de viajeros gastan 4.164 millones, un 12,1% más. Por mercados emisores, Reino Unido y Alemania encabezan el ranking.

### Gasto según forma de organización



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

El gasto turístico crece con mayor intensidad que la entrada de viajeros. En septiembre, los 6,1 millones de turistas que ha recibido España (un 5,2% más que hace un año) han desembolsado 6.242 millones de euros un 13,4% más que en 2011.

Según los datos del Instituto de Estudios Turísticos (IET), el gasto de los visitantes que han llegado sin un viaje organizado sigue estando muy por encima de los que sí lo han contratado, con 4.164 millones de euros, un 12,1% más que en el mismo mes del año anterior. No obstante, el desembolso de los viajeros con 'paquete' turístico crece de forma más intensa, presentando una variación positiva del 16%, hasta los 2.078 millones de euros.

El gasto medio de estos visitantes sube un 11,9%, situándose en 1.112 euros, frente a los 952 euros de los viajeros que optan por otras formas de organización. Asimismo esta clase de turistas gastan 37 euros más de media al día, con 140 euros, lo que implica un incremento del 14,6% respecto a septiembre de 2011.

### Fortaleza de Reino Unido

Más allá de la forma de organización del viaje, analizando el mercado de origen, Reino Unido se mantiene como la principal potencia con un gasto total de 1.144 millones de euros, un 16,3% más que en septiembre del año anterior. Le sigue Alemania, que también protagoniza un importante avance del 16,1%, alcanzando los 1.184 millones de euros. En ambos casos, Baleares ha sido la Comunidad autónoma más beneficiada. Francia aumenta su gasto total por segundo

mes consecutivo, con una variación del 1,7% (505 millones de euros), a pesar del descenso del desembolso medio por persona del 5,3%. Los países nórdicos ocupan la cuarta plaza con 384 millones de euros, un 17,7%, mientras que Italia presenta un fuerte descenso del

10,3%, hasta los 242 millones de euros. El resto de países aportan al destino España 2.481 millones de euros (el 39,8% del total), lo que supone un incremento del 15,3% respecto a septiembre del año anterior.

Baleares concentra en septiembre el 26,8% del gasto turístico in-

ternacional, con 1.673 millones de euros, un 18% más que en 2011. Le siguen Cataluña con 1.448 millones, un 16,6% más; Andalucía con 910 millones, un 12,2% más; y Canarias con 793 millones, un 11,7% más.

La Comunidad Valenciana es la que muestra el mayor incremento interanual, concretamente del 28%, alcanzando los 550 millones de euros. Todo lo contrario ocurre con la Comunidad de Madrid, la única de las seis grandes potencias receptoras que no supera los resultados del año anterior. El gasto en la región asciende a 435 millones de euros, un 9,4% menos que en septiembre de 2011. El resto de Comunidades concentra en su conjunto 434 millones de euros (únicamente el 6,9% del total), experimentando un avance interanual del 3,7%.

### Peso del alojamiento hotelero

El alojamiento hotelero tiene mayor peso, lo que se refleja en los niveles de gasto. Así, en septiembre concentra el 66,2% del desembolso realizado, con 4.132 millones de euros, un 16% más que en el mismo mes de 2011. Por su parte, los visitantes que han pernoctado en otro tipo de establecimientos han gastado 2.111 millones de euros, un 8,4% más que en el año anterior. Mientras que el gasto medio es similar, el realizado por turista es mucho mayor entre los que optan por alojamientos hoteleros, con 142 euros frente a 80 euros. Finalmente, el ocio vuelve a ser el motivo del viaje que más ha visto incrementado su volumen de gasto (16,5%), frente al retroceso registrado en los viajes de trabajo.

Date de alta en Nexotur.com  
Diario online del Agente de Viajes  
...y recíbelo cada mañana en tu email