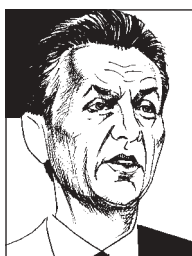




WILLIE
WALSH

Adquisición de Vueling

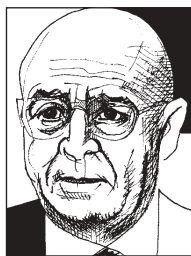
PÁG. 11 / La CNMV admite la oferta de adquisición de IAG sobre Vueling



MICHAEL
FRENZEL

Mayores beneficios

PÁG. 8 / Crece un 5% la facturación del Grupo TUI, y en el 20% sus beneficios



ABEL
MATUTES

Ley de Costas

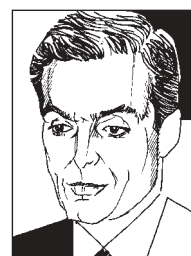
PÁG. 8 / La Ley de Costas evitará la pérdida de un millón de empleos



MARK
TANZER

Cambios beneficiosos

PÁG. 7 / La nueva Directiva de Viajes Combinados "debe aportar beneficios"



RAFAEL
BARBADILLO

Peligro de 'dumping'

PÁG. 14 / Asintra teme que Renfe incurra en 'dumping' con sus descuentos

La aportación de la actividad turística al PIB nacional crece y se sitúa en el 10,8% en 2011

El Turismo representa ya más del 12% del empleo total en España

Por segundo año consecutivo, el peso del Turismo en la economía española registra un incremento. Así, según la Cuenta Satélite del Turismo, su aportación al

Producto Interior Bruto (PIB) asciende al 10,8% en 2011, frente al 10,4% del año anterior. En el empleo, la contribución del Turismo pasa del 11,8% al 12,2%.



Vincent Coste dirige Air France-KLM.

Las agencias venden el 85% de Air France

Para Air France, las agencias "siguen siendo nuestro principal socio en España", con en torno el 85% de las ventas. **Pág. 4**

La facturación de las agencias cae otro 5%

En octubre, el volumen de negocio de agencias y turoperadores ha descendido en un 4,7%, y en el acumulado un 7,5%. **Pág. 8**

Club NEXOTUR

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

En 2011, la actividad turística en España paso a representar en el PIB un 10,8%, cuatro décimas más que en 2010, según la Cuenta Satélite del Turismo de España. Así, su contribución se incrementa por segundo año consecutivo, tras pasar del 10,1% de 2009 al 10,4%. En concreto, el Receptivo crece tres décimas, con un 4,8%, mientras el consumo de los residentes, el gasto en consumo de las Administraciones Públicas con finalidad turística y la

formación bruta de capital fijo vinculada al Turismo, una décima más, con un peso conjunto del 6%.

Por otra parte, el empleo turístico en el año 2011 ha superado los 2,2 millones de trabajadores, lo que representa el 12,2% del total y un incremento de cuatro décimas respecto a 2010. De esta manera, al igual que en el caso del PIB, es el segundo avance consecutivo, ya que en 2010 su peso pasó del 11,7% al 11,8%. **Escapate en pág. 5**

Se abre la fase de liquidación de AEDAVE previa a su disolución

El juzgado de lo mercantil número 10 de Madrid ha abierto ya la fase de liquidación en el concurso voluntario de acreedores presentado por AEDAVE, según recoge el Boletín Oficial del Estado (BOE). En un auto con fecha 27 de noviembre, el citado juzgado ha acordado la disolución de la Asociación y el cese de sus administradores socia-



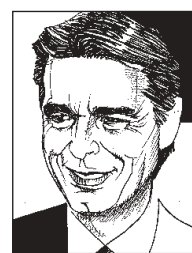
José M. Maciñeira

les, que serán reemplazados por la administración concursal. La Asociación creada en 1979 se declaró en concurso voluntario de acreedores en mayo de 2012, al no poder hacer frente a la sanción de cerca de 1,5 millones de euros impuesta por el Tribunal de la Competencia, hoy Comisión Nacional de la Competencia. **Escapate en pág. 6**

El Gobierno ya ha ejecutado el 28% del Plan de Turismo

Un 85% de las acciones 'ya han sido puestas en marcha'

De las 28 medidas y 104 acciones que incluye el Plan Nacional e Integral de Turismo, ya se han ejecutado el 28%, mientras que un 85% de las acciones "ya han sido puestas en marcha", según afirma el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel



José Manuel Soria

Soria, en la última comparecencia en la Comisión de Industria, Energía y Turismo del Congreso de los Diputados. Soria ha garantizado que se completará en la pre-

sente legislatura, a pesar del recorte presupuestario. Respecto a una de las principales novedades del Plan, la participación del sector privado en TurEspana, el ministro adelanta que esta medida se encuentra ya en tramitación, y que el consejo asesor estará compuesto por 11 miembros, de los cuales "al menos cinco, serán representantes del sector privado". **Escapate en pág. 6**

Costa Cruceros e Iberocruceros se integran y crearán un grupo

Grupo Costa integra la estructura operativa de dos de las tres marcas con las que opera en España, Costa Cruceros e Iberocruceros, que mantendrán la independencia. "Se crea un grupo muy sólido que dispondrá de la experiencia y especialización de ambas marcas", destaca el hasta ahora director general de Iberocruceros,



Bernardo Echevarría

Alfredo Serrano, que estará al frente del grupo. El que fuera director general de Costa Cruceros, Bernardo Echevarría, y que estará al mando de la nueva estructura, señala que "nace con la vocación de ofrecer dos productos complementarios, con las máximas facilidades y oportunidades para comercializarlo". **Escapate en pág. 12**

Sumar Avios con Iberia Plus es cosa de niños.

Ahora, a partir de los 2 años, todos suman Avios con el Programa Iberia Plus. Solicita tu tarjeta Iberia Plus Kids en iberia.com

■ CLAVES

¿Somos verdes?

EN PRIMER LUGAR, me gustaría comenzar lanzando un piropo a los organizadores de eventos en este país, por su capacidad de trabajo y su continuo reinventarse. Dicho esto, me gustaría analizar las razones por las que en el sector MICE está adquiriendo gran relevancia todo lo medioambiental y sostenible.

A lo que iba en realidad cuando me puse a escribir estas líneas:



✉ ELENA D. VALCARCE

la evolución de los eventos hacia los llamados Eventos Verdes o Green Meetings. Está claro que todo el mundo es consciente de la situación de nuestro planeta y la necesidad de mirar por él. Está en nosotros poder conservar el planeta a largo plazo y eso también ha calado a nivel profesional.

Las razones que nos han llevado a ello son varias, pero me gustaría destacar que la esencia de casi todas ellas es egoísta. Evidentemente, nos mueve el objetivo de reducir el impacto medioambiental de nuestras actuaciones, pero también nos mueve el mejorar los resultados de nuestro evento. Ser 'verdes' hace que mejore nuestra reputación, tanto del promotor como del resto de los actores que participan pero, sobre todo, incrementa los impactos mediáticos que conseguimos. ¿Cuál es entonces la razón que nos hace ser tan respetuosos y concienciados?

Ya en el año 2008 se hablaba de cifras como que el 80% de los compradores tenían en cuenta consideraciones ambientales en la toma de decisiones sobre cómo y dónde celebrar sus reuniones. Ese es el fondo, la razón principal, lo pide el cliente.

Nuestra mentalidad es más de actuar por las consecuencias que por el convencimiento y en este sector no iba a ser de otro modo. Nuestra cultura no tiene arraigo en principios de sostenibilidad. Nuestros hijos sí han mamado la cultura de cuidar nuestro planeta, pero nosotros lo hacemos porque nos lo pide el cliente. Sólo me queda un deseo, que con los años lo hagamos no sólo por el interés del negocio sino por que pensemos que el futuro está precisamente en cuidar lo que hoy tenemos. Bienvenida sea nuestra voluntad de mejorar, sean cuales sean las razones que nos lleven a hacerlo.

✉ Elena D. Valcarce es directora de Marketing y Ventas de Business Hotels Collection, Places & Cities.

El 'periodismo ciudadano' es esgrimido como estandarte y escudo no sólo para hacer un uso popular y abierto a todos de la libertad de expresión, sino para difundir libelos anónimos en publicaciones y foros, amparados en el artículo 20º de la Constitución', explica el presidente del Grupo NEXO

TRIBUNA



✉ EUGENIO DE QUESADA

Prensa en la Red; del mito a la realidad (y IV)

FRENTE AL IMPARABLE avance de la información en Internet y sus atributos, existen muchas incertidumbres, que conviene matizar aún someramente:

—¿Soporte gratuito? Aunque se hayan abaratado bastante, los costes de desarrollo, implantación y mantenimiento no son baratos en absoluto.

—¿Distribución sin coste? Sí, frente al quiosco o al envío por correo, pero sin olvidar la masificación que conlleva y la gestión de bases de datos.

—¿Soporte seguro? La inseguridad de la Red es notable: de 'ciberataques' de hackers a 'piratería' de competidores, pasando por las 'infecciones'.

—¿Control de audiencia? Los datos de tráfico son siempre cuantitativos, y muy poco cualitativos, y resultan fácilmente manipulables.

—¿Captación de tráfico? Además de la calidad de los contenidos y de su promoción, están en función de la eficacia del posicionamiento.

—¿Referencias fiables? Rankings como el de Alexa afinan muy poco, mientras proliferan los engaños a los controles de OJD Interactiva.

—¿Personalización? El periódico a la carta no se ha desarrollado y los accesos siguen siendo masivos, siendo el lector quien elige qué desea.

—¿Calidad de lector? Los tiempos de lectura en la Red son muy breves respecto al papel, con un alto grado de infidelidad de los lectores.

—¿Diferenciación? La marca es esencial también en Internet, a riesgo de estar sometidos al filtro de metabuscadores como Google.

Partiendo de la conveniencia (o la necesidad) de incorporar a Internet nuestras publicaciones, una importante clave es determinar si hemos de adaptar nuestras redacciones a la Red, o debemos crear redacción *ad hoc*. Uno de los axiomas del entorno digital es que subir a la web nuestras publicaciones tal cual (en PDF, por ejemplo, mostrando en pantalla lo que ya ofrecemos en papel), es un gravísimo error. Periodistas y editores estamos obligados a utilizar al máximo las funcionalidades y la interactividad que ofrece el soporte digital.

La adaptación a la Red no se limita sólo a la diagramación en pantalla o a los gestores de contenidos, sino que afecta también a la periodicidad (la redacción de una revista mensual puede elaborar una *online* semanal, y la de un semanario puede editar un diario

digital), a los tiempos de cierre (obligando a adaptar los horarios de trabajo), a los tipos de información (incorporación de audio y video, además de imagen), a las actualizaciones (ampliando o corrigiendo noticias en tiempo real), entre otros aspectos.

sar qué y cómo piensan los lectores, o de medir la aceptación de cada artículo, imagen o video... en el 'periodismo ciudadano' hay otros aspectos no tan positivos.

Tras una noticia, elaborada por periodistas de acuerdo a las normas de



Estos cambios abren un mundo de nuevas posibilidades (y de mayores exigencias) en el ámbito laboral, posibilitando nuevas formas de trabajo (especialmente el teletrabajo, al que el Periodismo se presta y mucho), alterando los horarios tradicionales para adaptarlos a los cierres (lo cual choca frontalmente con los actuales convenios laborales), y ponen —al menos potencialmente— la edición de publicaciones al alcance de los periodistas (de hecho, gran parte de

estilo de cada medio y el código ético profesional, aparecen sin solución de continuidad las opiniones de los lectores. Un océano de aportaciones que exigen a los medios contar con neo censores (no siempre periodistas) que, transitando a toda velocidad entre ortografías y sintaxis infernales,

han de podar un sínfin de arbitrariedades, exabruptos, injurias, dislates y, sobre todo, pastorear y ordenar las filias y fobias (a veces alimentadas por la tendencia del propio medio), de unos lectores que actúan casi siempre desde la impunidad que les da el anonimato. Todo ello mientras, bajo la bandera (en ocasiones pirata) de la reputación corporativa, mercenarios a sueldo —responsables por contrato de velar por el buen nombre de sus clientes— hacen publicidad encubierta y engañosa de quien les paga o, incluso, denostan o atacan sin piedad a los competidores de su cliente.

El 'periodismo ciudadano' es esgrimido como estandarte y escudo no sólo para hacer un uso popular y abierto a todos de la libertad de expresión, sino para difundir libelos anónimos en publicaciones y foros, amparados en el artículo 20º de la Constitución Española, cuyo punto 1 "reconoce y protege el derecho a expresar y difundir libre-

mente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción". Todo ello aprovechando un limbo legal —avivado por la consigna de dejar hacer— que en no pocos casos está poniendo medios serios, rigurosos e influyentes, al servicio de anónimos maledicentes, cuando no sirviendo como soporte para ajustes de cuentas entre enemigos o competidores.

Los líderes de este emergente 'periodismo ciudadano', capaz de canalizar el descontento ciudadano y que contribuye a crear conciencia y a movilizar a las personas, incluso en países donde la libertad de expresión brilla por su ausencia, no son ajenos a las grandezas y las miserias propias de la naturaleza humana. Surgen así nuevos divos virtuales, en forma de bloggers, algunos de los cuales imparten doctrina desde un populismo digital plagado de frases hechas, con relatos en los que prima la opinión y queda en segundo plano la veracidad, y en los que se rinde culto al eslogan. Efectismo, egolatría, personalismo... desde la óptica personal y, siempre, con la mayor brevedad. ¿Quiénes son estos nuevos líderes? ¿Acaso son intelectuales, dirigentes, emprendedores o filósofos...? Pues no, se trata en su mayoría de personas jóvenes, idealistas y con tiempo libre ("gente sin oficio", que dirían despectivamente nuestros abuelos),

que rara vez encuentran cabida, y menos aún altavoces, en los medios de comunicación tradicionales. De ahí la necesidad de contar con un nuevo canal, a través del cual canalizar esta corriente de 'opinión ciudadana'.

Y hasta aquí las reflexiones de un periodista y editor para quien la realidad que ofrece Internet es tan poliédrica como agri dulce. Alguien que está convencido de que, lejos de desaparecer, el papel cederá parte de su cuota de mercado a favor de otros soportes. Y que considera la Red como un medio (excepcional eso sí), pero en modo alguno como no un fin. Un colega más, entre este millar de generadores de contenidos que formamos parte de AIPET, sea cual fuere el soporte en que éstos se distribuyan, pero que a mí juicio son y serán los verdaderos artífices de ese tan valioso como delicado 'oro gris' que es la información.

✉ Eugenio de Quesada es presidente del Grupo NEXO. Ponencia en el VIII Congreso Iberoamericano de Periodistas Especializados y Técnicos (CIPET).

Estamos ante una explosión de la oferta de medios en la Red, que tiende a multiplicarse hasta (casi) el infinito

El 'periodismo ciudadano' es estandarte y escudo para difundir libelos anónimos en publicaciones y foros

OPINION

NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero Delegado: Carlos Ortiz

director
Eugenio de Quesada

Adjunto a Dirección: Carlos Ortiz
Coordinadora General: Marga González

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

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

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Zoreda en su laberinto

EXCELTUR ESTÁ EN CRISIS. Tras el abandono de varios socios, la retirada de Sebastián Escarrer (que fue su valedor), y la sorprendente baja de Simón Pedro Barceló (impulsor del proyecto), Exceltur afronta en 2013 la posibilidad de que Pepe Hidalgo decida sacar a dos principales grupos turísticos españoles, Globalia y Orizonia, de la pretenciosamente autodenominada Alianza para la Excelencia Turística, que dejaría así de ser el lobby de las grandes empresas.

¿Cómo es posible que esté en cuestión el futuro de un lobby empresarial que, desde su creación, contó con todos los recursos imaginables y las bendiciones del poder? Buena parte de las causas de este declive están, precisamente, en su gerente, el consultor que ofreció en Palma este proyecto a unos jóvenes Sebastián Escarrer y Simón Pedro Barceló.

La histriónica personalidad de José Luis Zoreda, un mediocre consultor que hizo carrera a la sombra de la OMT, ha sido, sin duda, su peor enemigo. Tras rebautizar pomposamente al Comité de Miembros Afiliados de la OMT como "Consejo Empresarial del Turismo" (jugando a la confusión con el Consejo de Turismo de CEOE, como volvería a hacer, años más tarde, con "la Patronal" Exceltur), la prepotencia de Zoreda dejó el peor sabor en dirigentes y funcionarios de la Organización de las Naciones Unidas para el Turismo, recelosos ante la lucrativa actividad de consultoría que desarrolló, casi puerta con puerta con la OMT.

El propio Gabriel Escarrer se vio obligado a prescindir del consultor Zoreda, quien —en su labor de *abrepueñas* en Iberoamérica—, no dudaba en abroncar al ministro de

Turismo de turno ante el patriarca del Grupo Meliá, si cuestionaba las operaciones hoteleras que Zoreda ya daba por concretadas. De ahí que Escarrer padre desconfiara del proyecto de Zoreda, advirtiéndolo a su hijo Sebastián de la peculiar personalidad de su ex consultor.

El histriónico gerente del 'lobby' de los grandes, gracias a sus delirios e insaciable locuacidad, ha conseguido algo casi imposible: poner al Sector de acuerdo en su contra, incluyendo a los impulsores de Exceltur

Todos, desde los socios y mentores hasta políticos y empresarios, han acabado hartos de sus delirios. Víctima de una locuacidad ininteligible, propia de consultores de mediopelo, y carente de la empatía mínima, Zoreda a hecho de Exceltur su cortijo, pese a verse obligado a reducir su millonario salario.

La eventual salida de Simón Pedro Barceló, alma mater de Exceltur, por incompatibilidad de caracteres con un gerente devenido en presidente *de facto*,

reduce el privilegiado apoyo del PP, del cual el lobby se ha beneficiado desde su creación, mimada por el entonces vicepresidente Rato y su delfín Juan Costa.

Pero el mayor error del gerente de Exceltur ha sido pretender solapar al Asociacionismo empresarial, con apoyo de Simón Pedro Barceló, intentando (sin éxito) desplazar CIMET, para sustituirlo por el Foro Exceltur. Llegando incluso a presionar a la Feria de Madrid para sacar a la Conferencia Iberoamericana del auditorio de Ifema para celebrar su Foro, el mismo día y a la misma hora, convocando a su evento a ministros de Iberoamérica.

Paradójicamente, del gran competidor de Barceló, J. José Hidalgo, depende sujetar (o dejar caer) a Zoreda, manteniendo (o sacando) a Globalia-Orizonia del lobby.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

▲ check-in / COMPRA DE ORIZONIA

Globalia, 'salvador' de Orizonia

La compra de Orizonia por parte de Globalia está creando preocupación entre los agentes de viajes.

Una preocupación comprensible, ante la notable concentración que conlleva (por la previsible integración de proveedores), pero que está siendo utilizada —desde las redes sociales y medios de Palma— para presionar al Servicio de Defensa de la Competencia (SDC), con el objetivo de que prohíba (o no autorice) la operación de compraventa.

Sin embargo, para muchos empresarios y profesionales del Sector, la entrada en Orizonia del grupo de la familia Hidalgo es garantía de futuro. Y viene a despejar el fantasma de una nueva quiebra abrupta —tras la debacle del Grupo Marsans— que amenazaba a todo el Emisor español por igual.

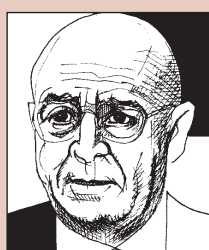
Y es que en la gestión de un grupo del tamaño y la situación de Orizonia, querer no es poder. Algo que saben bien las capital-riesgo Carlyle y Vista, al igual que gestores como Gabriel Subías y José Duato, o Simón Pedro Barceló, que ha fracasado una y otra vez en la creación de un grupo turístico integrado. Sin olvidar a los otrora todopoderosos Gonzalo Pascual y Gerardo Díaz, protagonistas de la quiebra más sonada que ha sufrido el Sector Turístico en España.

Sólo un grupo turístico en España, como es Globalia, quiere y puede, gestionar con cierta garantía de éxito Orizonia. Sólo Globalia cuenta con el equipo humano, con los medios y la experiencia necesarios para sacar adelante una Orizonia agonizante.

En suma, Globalia puede salvar a Orizonia (y al Sector) de otro desastre que perjudicaría a todos. Por ello, esta operación es buena para el Sector.

★ personaje de la semana / Abel Matutes

La fructífera labor desarrollada al frente de la Mesa del Turismo por Matutes, ha llevado al Pleno de este veterano lobby sectorial a requerir, de forma unánime, su continuidad durante el año 2013, en la presidencia del veterano grupo de opinión.



Contar con un ex canciller español y ex comisario europeo al servicio de los intereses generales del Sector, es un auténtico lujo para el Turismo español que, ojalá, pueda prolongarse en unos tiempos especialmente convulsos para esta actividad.

🔥 la chispa / Quique



▼ check-out / GOBIERNO RAJOY

Muchas más sobras que luces

El balance del Sector Turístico del primer año del Gobierno presidido por Mariano Rajoy, es negativo. Pese a la consideración como *sector estratégico*, la aplicación de severos recortes presupuestarios y el incremento de la presión fiscal está afectando a la competitividad de la actividad turística en España.

Entre los incumplimientos electorales del equipo de Rajoy, la subida del IVA turístico (aunque se mantenga el tipo reducido, frente a la recomendación de OCDE para que se aplique el tipo general), es la que mayor rechazo ha generado en el Sector. No le va a la zaga el incremento de tasas aeroportuarias, que está provocando un daño gravísimo a la competitividad de España como destino turístico, y deprimiendo aún más (si cabe) el mercado emisor.

Resulta difícilmente explicable que la promoción turística haya sido objeto de un doble (y durísimo) recorte presupuestario, por parte de un Gobierno que cuestionó desde la Oposición el escaso gasto turístico del Gobierno Zapatero.

El Gobierno de España deja la partida de los Presupuestos Generales dedicada al Turismo reducida a solo 310,7 millones de euros para este año, un 29% menos, pese a que en 2012 ya la había recortado en idéntico porcentaje. En suma, Rajoy ha dejado en casi 311 millones de euros los más de 622 millones anuales con que contaba el Turismo. TurEspana también ha visto reducirse en la mitad los casi 152 millones de su presupuesto, hasta 83.

Un auténtico dislate, ya que las partidas dedicadas al Turismo han sido recortadas muy por encima de las del Ministerio al que está adscrito.

Es muy importante saber escuchar al cliente y darle respuestas adaptadas / Las agencias de viajes son fundamentales para el desarrollo de nuestro negocio en el mercado español / Nuestro grupo aéreo está a favor de esta liquidación semanal / En Air France-KLM estamos continuamente presentando mejoras en nuestros productos, tanto a bordo como en tierra

«Las agencias son nuestro principal socio con un 85% de las ventas»

Vincent Coste / Director general de Air France-KLM para España y Portugal

Nombrado el pasado mes de septiembre director general de Air France-KLM para España y Portugal, Vicent Coste, da a conocer en una entrevista concedida a NEXOTUR sus retos en esta nueva trayectoria empresarial. El directivo, que sustituyó en el cargo a Thierry de Bailleul, también analiza los planes del grupo aéreo y su relación con el canal de agencias de viajes, entre otras cuestiones.

P.- Ha pasado de dirigir el negocio del grupo aéreo en Bélgica y Luxemburgo a hacerlo en España y Portugal. ¿Podría decirse que cambia un mercado estable por uno de los más debilitados de Europa?

R.- Aunque el mercado es un poco más estable que el español gracias a la presencia de importantes organizaciones como la Comisión Europea, el Parlamento Europeo, la OTAN, etc., la situación comercial de Air France-KLM es similar a la de España.

Una competencia importante, una economía en dificultades y con menos viajeros de negocios y de ocio respecto a antes de la crisis. Desde ese punto de vista, no hay una gran diferencia en nuestro enfoque en España respecto a 'Belux'. Nuestro papel en cada uno de estos mercados es ofrecer a cada segmento de la clientela la mejor oferta, en el momento preciso, asegurando un servicio irroprochable a nivel operacional, y colaborar de manera eficaz con nuestros socios de siempre, los agentes de viajes.

P.- ¿Qué retos se marca en esta nueva etapa profesional?

R.- Entre mis objetivos está consolidar la posición de Air France y KLM en la península Ibérica, teniendo como punto de mira la excelencia en el servicio a los clientes y en consonancia con la política de desarrollo del grupo.

P.- A diferencia de otras aerolíneas, que buscan el crecimiento vía bajada de precios, Air France-KLM continúa apostando por la excelencia en el servicio a los clientes. ¿En qué se fundamenta esta estrategia?

R.- A pesar del contexto económico, en Air France-KLM tenemos muy presente que el posicionamiento de un grupo aéreo como el nuestro no solo pasa por tener unos buenos resultados financieros, sino también por saber responder a las expectativas de nuestros clientes. La prioridad de nuestra estrategia de reposicionamiento se basa en la satisfacción de nuestros clientes y en este sentido estamos realizando cuantiosas inversiones para garantizar más eficacia, más fluidez y calidad de servicio. Aún así, ofrecemos precios muy atractivos

La subida de las tasas aéreas es un error y puede provocar que se retraiga el número de turistas

Entre mis retos está consolidar la posición del grupo, apostando por la excelencia en el servicio

a nuestros clientes tanto en el medio como en el largo radio.

P.- ¿Cuáles son sus principales novedades en productos y servicios?

R.- En Air France-KLM estamos continuamente presentando mejoras en nuestros productos, tanto a bordo como en tierra. Por poner algunos ejemplos, casi toda la flota de Air France de largo alcance está ya equipada con el nuevo asiento *business full sleep*, más ancho y espacioso. También recientemente hemos anunciado una inversión de varios cientos de millones de euros en los

próximos años para renovar nuestras cabinas La Première y Business en la flota de largo alcance. Y hemos mejorado el servicio de restauración a bordo de los vuelos de medio alcance, inspirándonos en el servicio de largo alcance.

Además, el año que viene, tanto Air France como KLM ofrecerán a todos los clientes la posibilidad de descargar y archivar de manera gratuita la prensa del día en su tableta o Smartphone. También hemos anunciado, en fase de experimentación, la conectividad a bordo a principios de este ejercicio.

P.- Esta temporada de invierno han mantenido sus operaciones en España. ¿Demuestra esto su apuesta por el mercado?

R.- Con más de 700 vuelos semanales en 17 rutas desde y hacia ocho aeropuertos españoles, Air France-KLM reafirma su apuesta por este mercado que es estratégico

co en el Sur de Europa y en el que está presente desde hace 79 años.

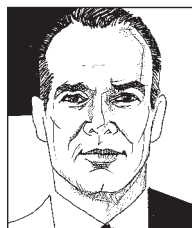
P.- ¿Habrá novedades la próxima temporada de verano?

R.- Sí, hemos anunciado aperturas en nuestra red de vuelos de largo alcance. A partir del verano de 2013, los pasajeros españoles podrán viajar, vía París-CDG o Ámsterdam, a Fukuoka (Japón) y Alesund (Noruega) con KLM y a Minneapolis (Estados Unidos) y Kuala Lumpur (Malasia) con Air France. Estos nuevos vuelos se añaden a la red de 230 destinos ofrecidos por el Grupo en todo el mundo.

España es un mercado estratégico para el grupo

El plan Transform 2015 de Air France prevé una reestructuración de la actividad de corto y medio alcance. Esta reestructuración gira en torno a la creación de tres áreas complementarias. La primera será la de vuelos Air France que alimenten el *hub* de París-Charles de Gaulle y las nuevas bases de

provincias francesas. La segunda es el área regional francesa, orientada a vuelos domésticos en Francia y hacia Europa y operados por las filiales Airlinair, Brit Air y Régional. Y la última es Transavia Francia, destinada al tráfico vacacional.



VINCENT COSTE

Con más de 700 vuelos semanales en 17 rutas desde y hacia ocho aeropuertos españoles, Air France-KLM reafirma su apuesta por este mercado que es estratégico en el Sur de Europa y en el que está presente desde hace 79 años.

Para la próxima temporada de verano hemos anunciado aperturas en nuestra red de vuelos de largo alcance. A partir del verano de 2013, los pasajeros españoles podrán viajar, vía París o Ámsterdam, Fukuoka y Alesund con KLM y a Minneapolis y Kuala Lumpur con Air France.

convertido en una muy buena alternativa para viajar a todo el mundo.

P.- ¿Cómo combaten la atonía de la demanda en España y Portugal?

R.- Creo que una de las claves es la capacidad de adaptación. Es muy importante saber escuchar al cliente y darle respuestas adaptadas. Nuestro equipo comercial y de *pricing* trabaja de manera muy dinámica para identificar los distintos segmentos del mercado y proponerles las ofertas más adecuadas.

P.- ¿Qué opinión le merece la subida de las tasas aéreas que ha aplicado el Gobierno español?

R.- Nos alineamos con la postura de la Asociación de Líneas Aéreas (ALA), de la que somos miembros, que ha denunciado que dicho incremento se ha desarrollado con anomalías e irregularidades. Apoyamos el recurso presentado por dicha asociación contra la propuesta de incremento de dichas tasas para 2013.

P.- ¿Es un error castigar así al sector aéreo y al Turismo en un país tan dependiente de esta actividad?

R.- En efecto, esta subida de tasas puede tener consecuencias en el mercado, haciendo que se retraiga el número de turistas que nos visitan.

P.- International Airlines Group (IAG) es el primer grupo en operaciones entre Europa e Iberoamérica. ¿Desbancará Air France-KLM a este holding por la debilidad de Iberia?

R.- América Latina es una de las redes más importantes de Air France-KLM. En la actualidad operamos a 14 destinos a Sudamérica con 120 vuelos semanales. Y el grupo continúa apostando por esta zona. Un ejemplo de ello es Brasil, donde volamos a Río, Sao Paulo y 31 destinos adicionales de la región en código compartido con Gol. Y nuestro desarrollo prosigue. En Río, por ejemplo, KLM acaba de aumentar sus frecuencias, con lo que en la actualidad el grupo propone unos 17 vuelos semanales a esta ciudad. Recientemente también hemos anunciado nuestra voluntad de operar el A380 en la ruta a Sao Paulo de aquí a 2014.

P.- ¿Qué porcentaje de las ventas de Air France-KLM canalizan las agencias en el mercado español? ¿Ha variado en los últimos años?

R.- Las agencias de viajes siguen siendo nuestro principal socio en España. En torno al 85% de las ventas que realizamos pasan por agencias de viajes y si analizamos la variación ésta no ha sido muy grande en los últimos años.

P.- ¿Es fundamental la colaboración con el canal de agencias?

R.- Por supuesto. Las agencias de viajes son socios fundamentales y prioritarios para el desarrollo de nuestro negocio en España.

P.- La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) sigue insistiendo en que las agencias españolas liquiden semanalmente al BSP. ¿Ve importante este cambio normativo?

R.- Nuestra aerolínea está a favor de esta liquidación semanal.

escapate

Se mantiene el número de pasajeros aéreos

Entre enero y noviembre de 2012, los aeropuertos españoles han recibido 59,9 millones de pasajeros internacionales, un 0,4% menos que en 2011, según el Instituto de Estudios Turísticos (IET). **Pag. 32**



Cae un 6% la llegada de turistas con 'paquete'

En noviembre han llegado a España algo más de 930.000 turistas internacionales con un viaje combinado, un 6,3% menos que en 2011. Este dato contrasta con el crecimiento de septiembre y octubre. **Pag. 13**



Desciende casi un 5% la facturación de agencias

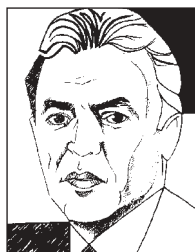
Por decimotercer mes, la facturación de minoristas y touroperadores desciende un 4,7% en noviembre. Así, en el acumulado su volumen de negocio disminuye un 7,5% en comparación con 2011. **Pag. 9**

■ Prontuario

Reconversión del Sector (y II)

CITO ESTOS DOS países por tratarse de los dos principales mercados emisores hacia España, en los que la utilización de la agencia es superior al nuestro.

Existe otro aspecto de capital importancia. La modernización de los procesos de producción y calidad llegan con un importante retraso a un buen número de agencias de viajes. El nivel de calidad y servicio exigido por el cliente es cada día mayor, y para poder aportar verdaderamente un valor añadido deben realizarse continuas actualizaciones en los métodos y en las herramientas. Y esto supone inversión.



☞ JOSÉ LUIS PRIETO

Son numerosas agencias las que, en los últimos 15 años, han pecado de obsolescencia en sus procesos. Ya no sirve lo que hace unos años era habitual y suficiente. El cliente, sobre todo el corporativo, exige hoy comparativas de tarifas en cada solicitud. Requiere sofisticados informes estadísticos periódicos que incluyan análisis de ahorro de costes. Si se produce una contingencia imprevista, desea poder ser atendido, en cualquier momento, en cualquier lugar del mundo. Y todo ello, las 24 horas del día, los 365 días del año.

Ya no es, por tanto, el negocio fácil, de escasa inversión inicial, que propició miles de aperturas en éstos últimos 15 o 20 años.

El continuo avance de las tecnologías y los nuevos procesos requeridos en el contexto de la crisis económica están, en definitiva, produciendo la reconversión industrial que probablemente exigía el mercado. Inevitablemente, se trata de un proceso de selección natural. La agencia no dejará de existir jamás, pero será el mercado el que dicte cuántas necesita. En todos los sectores sucede lo mismo.

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

La aportación del Turismo al PIB nacional sube por segundo año y se sitúa en el 10,8% en 2011

Dio trabajo a unas 2,2 millones de personas, lo que representa el 12,2% del empleo total en España

El peso del Turismo en la economía española vuelve a crecer por segundo año consecutivo. Según la Cuenta Satélite del Turismo, su aportación al Producto Interior Bruto (PIB) asciende al 10,8% en 2011, frente al 10,4% del año anterior. Lo mismo sucede con el empleo, en el que la contribución del Turismo pasa del 11,8% al 12,2%, según los datos recabados por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

El Turismo gana aún más importancia en la economía española. Su peso en España, medido a través de la demanda final turística, se sitúa en el 10,8% del Producto Interior Bruto (PIB) en 2011, lo que supone cuatro décimas más que en el ejercicio anterior, según la Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE). Se trata del segundo incremento consecutivo, ya que en 2010 la aportación de las actividades turísticas a la economía se incrementó en tres décimas, pasando del 10,1% de 2009 al 10,4%.

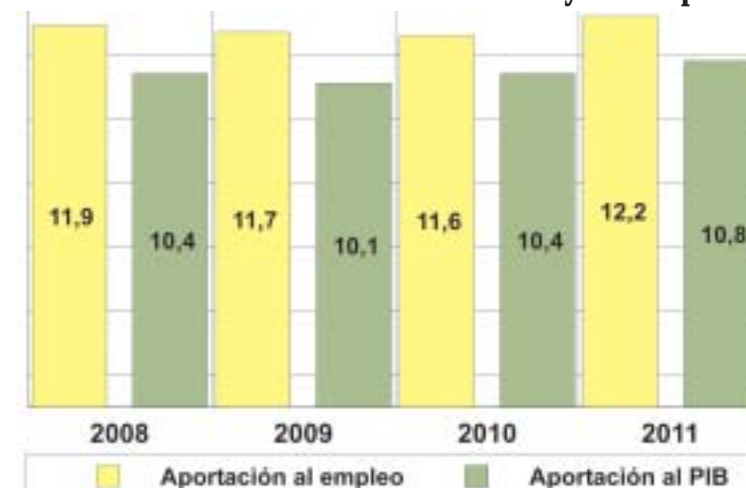
El empleo turístico también registra una evolución favorable. En 2011 se han superado los 2,2 millones de trabajadores, lo que representa el 12,2% del total y un incremento de cuatro décimas respecto a 2010. Al igual que en el caso del PIB, es el segundo avance consecutivo, ya que en 2010 su peso pasó del 11,7% al 11,8%. La evolución de la ocupación en el Turismo en los últimos años muestra una tendencia estable, en contraste con la tendencia decreciente del total de la economía.

Turismo Receptivo

Si se analizan los distintos componentes de la demanda final turística, el consumo turístico receptivo crece tres décimas, contribuyendo al PIB en 4,8 puntos. Por su parte, el consumo de los residentes, el gasto en consumo de las administraciones públicas con finalidad turística y la formación bruta de capital fijo vinculada al Turismo tienen un peso conjunto del 6%, una décima más que en 2010.

En términos monetarios, la demanda final turística alcanza los 114.965 millones de euros en el año 2011, lo que implica un aumento del 5,2% a precios corrientes. Este crecimiento contrasta con el registra-

Contribución del Turismo al PIB y al empleo



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

© NEXOTUR

do por el conjunto de la economía, que se estima en un 1,4%. El crecimiento en términos de volumen de

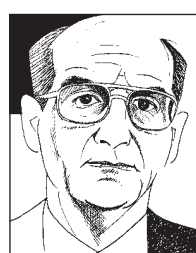
dicha demanda turística fue del 2,2%, cifra casi dos puntos superior a la del PIB (0,4%).

El juzgado de lo mercantil número 10 abre la fase de liquidación de AEDAVE y acuerda su disolución

La Asociación presentó en mayo concurso de acreedores al no poder pagar la sanción de Competencia

El juzgado de lo mercantil número 10 de Madrid ha abierto la fase de liquidación en el concurso voluntario de acreedores presentado por AEDAVE, según recoge el Boletín Oficial del Estado (BOE). En un auto con fecha 27 de noviembre, el citado juzgado ha acordado la disolución de la Asociación, así como el cese de sus administradores sociales, que serán reemplazados por la administración concursal.

Tal y como adelantó NEXOTUR, AEDAVE se declaró en concurso vo-



José M. Maciñeiras

luntario de acreedores el pasado mes de mayo, al no poder hacer frente a la sanción de cerca de 1,5 millones de euros que le impuso el Tribunal de Defensa de la Competencia (ahora Comisión Nacional de la Competencia). Dicha multa, motivada por la imposición de fees por parte de Iberia, Air Europa y Spanair, afectó a todas las Organizaciones empresariales que formaban parte de la Cúpula Asociativa de Agencias de Viajes (CAAVE), provocando también la disolución de FEAAV y de AMAVE.

La Asociación de agencias de viajes creada en 1979 agotó "todos los medios a su alcance para conseguir la paralización o incluso una sentencia favorable", según reconocieron fuentes de la misma a NEXOTUR. No obstante, el Tribunal Supremo ratificó la sentencia el pasado mes de marzo, desestimando tanto los recursos de AEDAVE como los de FEAAV, la Unión Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (UCAVE), Agencias de Viajes Asociadas de Andalucía (AEDAV), Agencias Unidas Servicios de Asociación (AUSA), la Asociación de Mayoristas de Via-

jes Españolas (AMAVE) y la Asociación Española de Touroperadores de Receptivo (AETOR).

Emisión de billetes

La resolución del Tribunal de Defensa de la Competencia se emitió en julio de 2006, a raíz de una denuncia presentada al Servicio de la Competencia por la Unión de Consumidores de España. En el expediente se acusaba a las Asociaciones pertenecientes a CAAVE y a las citadas aerolíneas del cobro a sus clientes de un cargo adicional idéntico en concepto de emisión de billetes.

CEAV refuerza la relación con Ecuador en su congreso

El primer congreso de CEAV como Confederación del Sector ha congregado a unos 50 agentes en Quito (Ecuador). El encuentro les ha permitido mejorar el conocimiento del destino y estrechar vínculos comerciales. Sobre esta base, y tras el éxito de las dos jornadas técnicas celebradas en Berlín y Santander, el evento ha compaginado la celebración de una jornada de trabajo con diversos itinerarios.

Más viajes al extranjero en para celebrar el fin de año

Más de la mitad de los viajeros nacionales han optado por pasar la Nochevieja fuera del país, según eDreams. Así, ha habido un cambio de tendencia, ya que en 2011 el 67% se desplazó a destinos nacionales, y este año ha sido el 44%. La agencia online considera que "la posibilidad de juntar más días y la gran cantidad de ofertas parecen ser el motivo de este cambio".

Predif y Aeca trabajan en mejorar la accesibilidad

La Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física (Predif) y la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (Aeca) estudiarán la accesibilidad de la oferta turística. Con este acuerdo buscan garantizar la igualdad de oportunidades a todas las personas, y contemplan la incorporación de Predif a la comisión de estudio dedicada al Sector Turístico.

Jaén apuesta por ser un destino para los congresos

Bajo el lema de 'Jaén, paraíso de encuentros' la Diputación de Jaén ha lanzado una nueva estrategia turística dirigida a promocionar la provincia jienense como un destino idóneo para la celebración de congresos, reuniones e incentivos. Su presidente, Francisco Reyes, destaca que "se trata de situar la provincia de Jaén en los circuitos nacionales e internacionales más activos y prestigiosos".

La subida de impuestos y de tasas lastra la competitividad del Turismo español en el primer año de gobierno popular

La creación de un Plan de Turismo y la recuperación de la Secretaría de Estado han sido las medidas mejor recibidas

Aunque desde un primer momento el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, hizo hincapié en que el Turismo ha de ser considerado "como un sector estratégico y una política

de Estado", en su inicio de legislatura la política turística ha sufrido un duro revés en lo que a la dotación presupuestaria se refiere. No obstante, en su haber están medidas

como el Plan Nacional e Integral de Turismo, la recuperación de la Secretaría de Estado o el mantenimiento del tipo reducido en la mayoría de actividades turísticas.

Hace poco más de un año, concretamente el 21 de diciembre de 2011, el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, anunciaba la composición de su primer gabinete, haciendo oficial el nombramiento de José Manuel Soria como ministro de Industria, Energía y Turismo. Pocos días después se designaba a Isabel Borrego secretaria de Estado de Turismo, mientras que Manuel Butler pasaba de la Oficina Española de Turismo de Berlín a la dirección de TurEspana. Un año después, NEXOTUR repasa las principales actuaciones llevadas a cabo en materia turística.



Mariano Rajoy

Públicas, Cristóbal Montoro, afirmaba que "no hay intención" de seguir esta sugerencia, insinuando que las instituciones europeas "no entienden la importancia que tiene el Sector Turístico en este país".

Pese a lo positivo de estas medidas, probablemente ha habido más sombras que luces en el primer año de legislatura. Llama la atención el incumplimiento de rebajar al 4% el IVA al Turismo, por lo que las empresas turísticas siguen con un tipo del 10% o del 21%, tras la subida de dos puntos del tipo reducido y de tres del general que entró en vigor el 1 de septiembre. Aunque la propuesta no fue incluida en el programa electoral, cuando estaban en la oposición, diferentes portavoces del partido manifestaron su compromiso de reducir el tipo impositivo a las actividades turísticas.

Más sombras que luces

Aún así, el ministro de Industria, Energía y Turismo defiende que el compromiso del Ejecutivo se mantiene, pero argumenta que "ahora no es momento de ejecutar esta medida", ya que "es fiscalmente imposible". Según Soria, cuando se inicien las mejoras en la economía global "y haya margen de maniobra para proceder a esa mayor flexibilidad fiscal", se realizará.

Otro punto negro en la política turística del actual Gobierno es la revisión al alza de las tasas aeroportuarias que entró en vigor el pasado mes de julio, y que obligó a numerosas aerolíneas a asumir la diferencia. Asimismo, al aumento del 10,2% que se aplicó en dicho mes se sumará otro aproximado del 8% en 2013.

Estas subidas, que afectan principalmente a los aeropuertos de Madrid y Barcelona, han sido duramente criticadas por las organizaciones empresariales, que han llegado a afirmar que el proceso de consulta para la aplicación de las mismas se ha desarrollado "con un cúmulo de irregularidades y anomalías". A raíz de la denuncia de varias asociaciones, la Comisión Europea ha iniciado un proce-

dimiento previo de infracción para investigar si se ha producido una vulneración en cuestiones como la información y el periodo de consulta que debe ofrecerse a los usuarios, y que se recogen en la Directiva relativa a las tasas aeroportuarias.

Finalmente, otra de las medidas criticadas por el empresariado ha sido el fuerte recorte aplicado al Turismo en los Presupuestos Generales del Estado de 2012 y de 2013. El Turismo, cuyo peso en el Producto Interior Bruto (PIB) alcanza ya el 10,8%, contará en 2013 con 310,7 millones de euros, un 29,1% menos que en 2012, frente a la reducción media del 8,9% que sufrirán los diferentes Ministerios.

Este recorte se suma al que ya se aplicó en los primeros presupuestos de Rajoy, cuando la dotación se situó en 438,2 millones de euros (un 29,5% menos). De este modo, la partida destinada al Turismo en los Presupuestos de 2013 es la mitad que en 2011, los últimos del Gobierno socialista, pa-



El 21 de diciembre de 2011, se anunció la composición del nuevo Ejecutivo.

sando de 622,4 millones a 310,7 millones, un descenso del 50% en dos años.

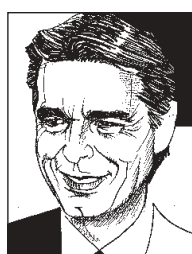
Lo mismo sucede con TurEspana, que en dos años ha visto reducida su partida un 45,3%. El organismo contará en 2013 con una dotación de 83 millones de euros, lo que implica un recorte del 15,2% respecto al ejercicio anterior, año en el que dispuso de 97,9

millones de euros (un 36,1% menos en comparación con 2011). La dotación de esta entidad, encargada de la planificación, desarrollo y ejecución de actuaciones para la promoción de España como destino turístico en los mercados internacionales, fue de 151,7 millones de euros en el último año de la legislatura del Gobierno socialista.

El Gobierno ya ha ejecutado el 28% del Plan Nacional e Integral de Turismo

El ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, afirma que el Gobierno ha ejecutado el 28% de las 28 medidas y 104 acciones contempladas en el Plan Nacional e Integral de Turismo, y que un 85% de las mismas "ya han sido puestas en marcha". En su última intervención en la Comisión de Industria, Energía y Turismo en el congreso, ha garantizado que se completará en esta legislatura, a pesar de que el fuerte recorte presupuestario mermará, al menos en 2013, la partida destinada al mismo.

Tal y como publicó NEXOTUR, en su presentación se pronosticó que la partida destinada al Turismo sería de 438 millones de euros en 2013, cantidad idéntica a la de 2012. No obstante, se ha reducido a 310,2 millones. Asimismo, en el documen-



José Manuel Soria

to que se hizo público en junio, la previsión de presupuesto del Gobierno era de 460 millones en 2014 y de 480 millones en 2015, si bien el propio Soria ha evitado dar cifras, asegurando que la cantidad "se adaptará al conjunto de objetivos definidos en el plan".

El grado de cumplimiento es del 19% en el caso de la marca España, del 20% en la orientación al cliente, del 28% en destinos, del 29% en la colaboración público-privada, del 33% en el emprendimiento y del 42% en la reorganización de las Oficinas Españolas de Turismo. El ministro destaca que con las diversas acciones y medidas recogidas se pretende "afrontar la caída en competitividad turística sufrida por España", que le ha llevado "del quinto al octavo puesto".

Respecto a la participación del sector privado en TurEspana, Soria ha adelantado que esta medida se encuentra en tramitación y que el consejo asesor estará compuesto por 11 miembros, de los cuales "al menos cinco serán representantes del sector privado". Según detalla, estará compuesto por el presidente del organismo, el subsecretario del Ministerio, el director de TurEspana, dos vocales con nivel orgánico de subdirector general y un vocal más en representación de la administración.

Del lado del sector privado estará el presidente del Consejo de Turismo de CEOE, dos vocales nombrados por el presidente del consejo asesor a petición de CEOE y otros dos vocales "de reconocido prestigio en el Turismo". Está previsto que la ejecución de esta colaboración público-privada se haga efectiva a principios de 2013.

Bruselas podría dar a conocer la revisión de la Directiva de Viajes Combinados

La revisión de la Directiva de Viajes Combinados está en su fase final y podría presentarse en la primavera de 2013. Así lo afirma el consejero delegado de ABTA, que apuesta por "luchar para que se garantice un sistema justo de protección y para evitar que se imponga una burocracia innecesaria" a las agencias de viajes.

La modificación de la Directiva de Viajes Combinados, en la que viene trabajando desde hace años la Comisión Europea (CE), está ya en su fase final. Según el consejero delegado de la Asociación de Agencia de Viajes del Reino Unido (ABTA), Mark Tanzer, Bruselas pretende dar a conocer sus planes en la primavera de 2013, aunque previsiblemente pasarán unos años hasta su aplicación definitiva.

Por ello, Tanzer apuesta por "luchar para que se garantice que nuestros asociados siguen teniendo un sistema justo de protección y para que se evite que se imponga una burocracia innecesaria en el mercado europeo". Según detalla, ABTA "ya ha estado haciendo un gran trabajo en Bruselas con el fin de influir en las propuestas", presentando "puntos de vista sólidos sobre cuestiones clave como el derecho a rescisión del consumidor, la responsabilidad en la prestación de los servicios turísticos y el derecho de aplicar recargos".

El consejero delegado de la Asociación subraya que "si la CE tiene intención de modificar la Directiva de Viajes Combinados, debe asegurarse de que dichos cambios benefician tanto a los consumidores como a las agencias de viajes", evitando así "causar un daño innecesario al mercado". "La extensión de la protección del consumidor no debe ser a costa del modelo de negocio de las agencias", añade.

Preocupación de ECTAA

Como publicó NEXOTUR, la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) se ha mostrado especialmente activa en este sentido, reclamando en todo momento que con la reforma se igualen las exigencias entre agencias y el resto de operadores. Asimismo, muestra su preocupación "por las posibles obligaciones adicionales".

Aunque según apuntan desde ECTAA, el Sector Turístico "comparte la necesidad" de actualizar esa normativa, creada hace 20 años, pide que se apliquen "unas condiciones más equitativas", recordando al mismo tiempo que las empresas que comercializan los denominados 'paquetes' dinámicos (creados por los consumidores) "no están cubiertas por la estricta legislación europea", por lo que ve con buenos ojos su inclusión en la Directiva de Viajes Combinados.

La Directiva de Viajes Combinados entró en vigor en 1990 con el objetivo de proteger a los consumidores que adquieren un 'paque-

te' turístico. La normativa contiene una serie de exigencias relativas a la responsabilidad del organizador del viaje, que deberá aceptar la responsabilidad por el funcionamiento de los servicios ofrecidos, requiriéndoles, además, la aportación de una garantía a fin de ofrecer la devolución del dinero o la repatriación en caso de insolvencia de alguno de los proveedores.

En 2007, la CE comenzó a trabajar en su revisión para adaptar el marco legislativo a la nueva realidad de la distribución de los viajes, especialmente tras la proliferación de las aerolíneas de 'bajo coste' y el auge de Internet. Todo apunta a que la actualización de esta normativa, en fase muy avanzada, reforzará la protección de los consumidores, incluyendo los 'paquetes' dinámicos.



CE quiere adaptar la legislación a la nueva realidad de la distribución de los viajes.

Fitur

2013

Feria Internacional de Turismo

30 ENERO - 3 FEBRERO

www.fituronline.com

TODOS LOS DESTINOS,
TODOS LOS NEGOCIOS.

Miembro de:

UFI
Approved
Event

ORGANIZA

IFEMA
Feria de
Madrid

TU ENCUENTRO

IBERIA
Transportista Oficial

Travelcube duplica sus reservas a Extremo Oriente

Travelcube, herramienta de reservas online B2B, ha aumentado las ventas a Extremo Oriente tras su promoción 'Destino Asia', de la que se beneficiaron los agentes de España, Francia, Alemania, Italia, Portugal y Reino Unido. Esta campaña de cuatro meses de duración ha permitido a los viajeros conocer mejor destinos como China, Japón, Malasia, Singapur y Tailandia.

No aceptan la oferta para privatizar TAP

El Gobierno de Portugal no ha aceptado la oferta realizada por el magnate Germán Efromovich para hacerse con el control de TAP, por lo que la privatización queda suspendida. Según ha explicado el secretario de Estado de Presidencia, Luis Marques Guedes, la propuesta "no cumple con todos los requisitos". A partir de ahora, el Ejecutivo deberá volver a iniciar el proceso para vender.

La nueva Ley de Costas vela por zonas protegidas

La nueva Ley de Costas, denominada Ley de Protección y Uso Sostenible, "evitará la pérdida de un millón de empleos y velará por zonas protegidas", como es el caso de las salinas de Cádiz. Así lo afirma la Mesa del Turismo, que recuerda que se trata de una normativa "conservacionista" y que "impide que se efectúen nuevas ocupaciones de terreno".

Los destinos de Navidades, los de medio y largo alcance

Los españoles han viajado más al extranjero estas Navidades en comparación con el año anterior. Según un estudio realizado por Liligo, los destinos favoritos han sido los de medio y largo alcance, predominando los vuelos a París, Londres, Ámsterdam, Roma y Nueva York. Entre los destinos nacionales, los más demandados son Madrid, Barcelona, Sevilla e islas.

La facturación de agencias cae casi un 5% en octubre

La debilidad del Turismo Emisor sigue dejándose notar en las ventas de las agencias de viajes establecidas en España. Según revela el Instituto Nacional de Estadística (INE), en octubre la facturación de minoristas y turoperadores decrece un 4,7% en comparación con el mismo mes del año anterior.

Se trata del decimotercer mes consecutivo en el que la cifra de negocio de estas empresas turísticas muestra una evolución negativa. Es necesario remontarse a septiembre de 2011 para observar un incremento de las ventas, concretamente del 3,5%. En lo que va de 2012 se ha registrado una caída media del 7,5%, siendo abril el mes con peor balance, con un descenso del 19%.

Un mes más, del resto de sectores relacionados con el Turismo solamente el transporte marítimo muestra una evolución favorable, experimentando un avance del 5,5% en octubre y del 0,6% en los diez primeros meses del año. Todo lo contrario sucede con el transporte por ferrocarril, con sendas caídas del 6,3% y del 8,8% en octubre y en el acumulado, y con el aéreo, con tasas ne-



Las ventas no aumentan hace 13 meses.

gativas del 3,4% y del 1,5%, respectivamente.

El volumen de negocio de la hostelería también disminuye un 7,8% en octubre y un 3,9% en los diez primeros meses del año. A esta tendencia desfavorable contribuye principalmente el apartado servicios de comidas y bebidas con descensos del 9,1% y del 5,6%, respectivamente. La facturación de los servicios de alojamiento cae un 5,3% en el último mes, mientras que en los diez primeros meses se mantiene estable.

El gasto de turistas con un viaje organizado cae un 8% en noviembre, con 1.000 millones

En los 11 primeros meses del año el desembolso de este tipo de viajeros aumenta un 8%

La eliminación de la cuota mensual desde el pasado 1 de octubre podría permitir a Viajes Carrefour superar los 500 puntos de venta antes de que finalice el

año. Según explica a NEXOTUR su director general, la agencia espera incorporar entre 100 y 130 puntos de venta durante este último trimestre.

Los más de tres millones de turistas internacionales que han visitado España en noviembre han gastado un total de 2.967 millones de euros, lo que supone un descenso del 1,1% en comparación con el mismo mes del año anterior. Según los datos publicados por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), el desembolso de los viajeros que han contratado un 'paquete' turístico registra un fuerte descenso del 7,8%, situándose en 1.021 millones de euros (el 34,4% del total).

Esta variación está en línea con la menor entrada de turistas con un viaje combinado en noviembre (un 6,3% menos). También influye la disminución del 3% del desembolso por turista, que se sitúa en 1.153 euros, mientras que el diario experimenta un ligero avance del 0,2%, hasta 152 euros.

Por su parte, los visitantes extranjeros que han optado por otras formas de organización han gastado 1.946 millones de euros en noviembre, un 2,8% más que hace un año. Su desembolso medio por turista asciende a 919 euros, un 0,3%



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

más, mientras que el diario crece un 6,4%, hasta 109 euros.

En los 11 primeros meses del año se observa una tendencia bien distinta en el caso del 'paquete' turístico. Los viajeros que lo han contratado han incrementado su gasto un 3,6%, alcanzando los 17.462 millones de euros (el 33,1% del total). El resto de turistas desembolsan un 2,6%, hasta los 35.371 millones.

Volviendo a noviembre, destaca el fuerte incremento del 19,7% del gasto efectuado por los turistas de

Reino Unido, lo que le lleva a la primera posición con 512 millones de euros. Le siguen Alemania con 488 millones, un 9,8% menos que hace un año; países nórdicos con 439 millones, un 11,6% más; y Francia con 262 millones, un 15% más.

Por Comunidades autónomas, Canarias se sitúa a la cabeza con 1.046 millones de euros, un 2,2% más. A continuación aparecen Cataluña con 579 millones (1,2%), Andalucía con 404 millones (16,9%), y Madrid con 398 millones (-11,9%).

TUI Group obtiene un beneficio de 142 millones de euros y logra reducir su deuda en 639 millones

Los márgenes de beneficios de las compañías aéreas pasarán del 1,4% del año pasado al 1% en este ejercicio

TUI Group ha finalizado el año fiscal con "unos resultados récord" y una "perspectiva positiva" para 2013. El grupo turístico alcanza una facturación de 18.300 millones de euros, un 5%

más, mientras que su beneficio asciende a 142 millones, un 20% más. Para su consejero delegado, Michael Frenzel, "nuestro modelo de negocio ha demostrado ser estable y sostenible a

pesar del marco económico adverso en nuestros mercados emisores". Así, subraya que han sido posibles "gracias a nuestra estrategia de producto y a nuestra capacidad de control del gasto".

TUI Group mejora sus cifras en plena crisis económica. Según destaca el propio grupo turístico, el año fiscal, comprendido entre el 1 de octubre de 2011 y el 30 de septiembre de 2012, ha concluido con "unos resultados récord", mientras que las previsiones para el ejercicio actual son positivas.

TUI mantiene su liderazgo en Europa con un volumen de ventas de 18.300 millones de euros, un 5% más que en el ejercicio anterior, cuando



Michael Frenzel

rondó los 17.500 millones. Mejor aún evolucionan sus ganancias, que crecen un 20% hasta 142 millones.

Para el consejero delegado del grupo turístico, Michael Frenzel, "nuestro modelo de negocio ha demostrado ser estable y sostenible a pesar del marco económico adverso en

nuestros mercados emisores". Así, subraya que "estos resultados récord" han sido posibles "gracias a nuestra estrategia de producto y a nuestra capacidad de control del gasto".

Frenzel también resalta que "la deuda ha experimentado una significativa reducción de 639 millones", lo que deja al grupo "prácticamente libre de deudas". Exactamente, al cierre del ejercicio se ha situado en 178 millones de euros, un 78% menos que en septiembre de 2011. Para el ejercicio 2012/13, el consejo ejecutivo de TUI Group, espera un ligero aumento de la cifra de negocio, mientras que las ganancias coincidirán con las de este año.

Por divisiones, TUI Travel aporta al grupo un volumen de negocio de 17.700 millones de euros, un

4,8% más que en el año anterior. El beneficio en esta línea de negocio asciende a 637 millones de euros, lo que supone un incremento del 28%. Esto es atribuible tanto a la subida de los precios de venta como a la mayor proporción de productos exclusivos, además de al aumento de la venta directa.

Un 15% más en cruceros

Por su parte, TUI Hotels & Resorts ha facturado 826 millones de euros, un 5,8% más que en el ejercicio anterior, incrementando la ocupación

media en 2,1 puntos porcentuales. Los beneficios de esta división hotelera crecen un 23% y se sitúan en 179 millones, gracias, en gran medida, a la subida de los precios y a una "gestión de costes exitosa".

Finalmente, en el sector de los cruceros, sus marcas Hapag-Lloyd Kreuzfahrten y TUI Cruises alcanzan una cifra de negocio de 231 millones de euros, lo que implica un avance del 15%, respecto al ejercicio anterior. En este caso, los beneficios se han reducido a tres millones de euros, frente a los 11 millones del año anterior.

Admitido el concurso de acreedores de Islas Airways

El Juzgado de lo Mercantil nº1 de Santa Cruz de Tenerife ha declarado en concurso voluntario de acreedores a Islas Airways, nombrando como administrador concursal a Dictum Abogados. Tal y como publicó NEXOTUR, la aerolínea suspendió en octubre sus vuelos debido a sus problemas económicos. El auto judicial considera probada la insolvencia de la compañía aérea.

Pekín permite estancias de menos de 72 horas sin visado

El Gobierno de Pekín permitirá visitar su ciudad durante 72 horas a los turistas procedentes de 45 países que tengan billetes de avión y visados para un tercer destino. Con la medida, que previsiblemente entrará en vigor a lo largo de este año, se pretende impulsar la actividad turística y la economía de la ciudad. Se espera que esta medida genere más de 48 millones de euros.

Buen balance de 'Premium Economy' de Air France

Air France hace un balance muy positivo del lanzamiento de su clase 'Premium Economy', que se produjo hace tres años. Según destacan desde la compañía aérea, en este periodo más de 1,5 millones de clientes han contratado este tipo de plazas, y tan solo en 2012 "los ingresos adicionales generados superan ampliamente la inversión inicial", concluyen.

Haro será un 'Destino Turístico Inteligente'

Haro será, al igual que la playa de Palma, un 'Destino Turístico Inteligente'. El acuerdo entre la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur) y la Rioja Turismo implicará el desarrollo de actuaciones tecnológicas en materia turística en esta comarca. Establece la creación de un marco homogéneo para facilitar la incorporación de innovaciones.

La llegada de turistas a Europa crecerá por encima del 2% en 2012, pero se estancará en 2013, según ETC

Los destinos turísticos de la zona mediterránea serán los que peor evolucionen, igualando las cifras de 2011

A pesar de que la complicada situación económica y de la incertidumbre en la zona euro, ETC espera un incremento del 2,4% del Turismo Receptivo en Europa. El organismo

revisa así al alza sus previsiones para el viejo continente, ya que hace tres meses auguró un descenso de visitantes del 0,7%. De las diferentes regiones europeas, la mediterránea

es la que sale peor parada. Según el informe concluirá el año con un 0,2% más de visitantes internacionales, lo que supone el menor crecimiento a nivel mundial.

El Turismo Receptivo crecerá en Europa este año. Según las últimas previsiones de European Travel Commission (ETC), la entrada de turistas aumentará un 2,4% en el cómputo global de 2012, a pesar de los problemas económicos de la zona euro. El organismo corrige así sus previsiones, ya que en septiembre auguró un descenso de visitantes del 0,7%.

Pese a lo positivo de la cifra, el presidente de ETC, Leslie Vella, reconoce que "si bien continúan creciendo las llegadas, la contribución económica del Turismo sigue bajo presión". En este sentido, detalla que se ha producido "un aumento de la demanda de viajes menos costosos, incluyendo un menor tiempo de estancia y un mayor uso de alojamientos

extrahoteleros". Además de la desaceleración prevista para este 2012, ya que en 2011 el Turismo creció un 6%, ETC pronostica un estancamiento en 2013, mientras que para 2014 y 2015 calcula incrementos del 2,9% y del 4%, respectivamente.

Evolución favorable

De las diferentes regiones europeas, la mediterránea es la que sale peor parada. Según el informe concluirá el año con un 0,2% más de visitantes internacionales, lo que supone el menor crecimiento a nivel mundial. Asimismo, para 2013 se prevé una caída del 1,3%, lo que de confirmarse también le situaría a la cola en la comparación interanual. Del resto de zonas

europeas destacan las evoluciones favorables del 4% del centro y este y del 3,8% del oeste en 2012.

Después de verse muy afectado en 2011 como consecuencia de la primavera árabe, perdiendo un 7,9% de viajeros, el continente africano será el que crezca con mayor intensidad en 2012, con una tasa del 8%, mientras que en los tres próximos años registrará un incremento medio del 5,2%. A continuación aparece Asia-Pacífico con un avance del 6,3%. Además, ETC prevé que mantenga su fortaleza en los próximos años, augurando nuevos aumentos del 6,2% en 2013, del 6,5% en 2014 y del 6,4% en 2015.

América recibirá un 3,6% más de turistas este año, variación que se repetirá en 2013 y que ascenderá hasta



África recibirá un 8% más de turistas internacionales.

el 5% en 2014 y 2015. Estos avances vienen motivados especialmente por el buen comportamiento del centro y sur del continente, que muestra una mayor fortaleza que norteamérica y el

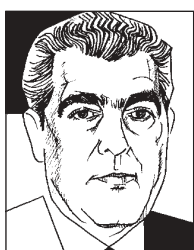
Caribe. Finalmente, Oriente Medio finalizará 2012 con un 1% más de viajeros, mientras que las previsiones apuntan a un aumento medio del 5,4% los tres próximos años.

ASET espera impulsar el Turismo con más cruceristas

La Asociación Sevillana de Empresas Turísticas (ASET), acompañada por representantes de las administraciones públicas, ha hecho balance del Turismo de la provincia durante el recién finalizado año 2012. El aspecto más negativo de este ejercicio es la pérdida de unos 400.000 pasajeros aéreos en comparación con 2011.

Por su parte, el sector hotelero ha experimentado un descenso en la ocupación del 2% a partir de mayo, motivado principalmente por la caída del Turismo nacional. El presidente de ASET, Antonio Távara, reconoce que la disminución de las llegadas a través de la vía aérea "sigue siendo el talón de Aquiles del Sector y debe ser un objetivo prioritario para el próximo año, mejorando tanto la calidad como la cantidad".

No obstante, destaca como "muy positiva la colaboración público-privada, que durante este 2012 ha dado muchas satisfaccio-



Antonio Távara

nes al Sector, permitiendo llevar el la marca Sevilla como ciudad y provincia a potenciales clientes, tanto nacionales como internacionales". Asimismo, como nota más positiva, Antonio Távara resalta el incremento del número de cruceros que "deciden incluir a Sevilla como destino, potenciando uno de los mejores elementos que tenemos, como es el río Guadalquivir".

Fortalece la imagen

Para en recién iniciado 2013, tanto las administraciones como los empresarios que han participado en el acto de la Asociación han incidido en la necesidad en potenciar elementos que fortalezcan la imagen de Sevilla como destino turístico. En este sentido, han hecho especial hincapié en aquellos servicios que cuentan con infraestructuras y están despuntando, como es el caso de los congresos y los cruceros.

Castilla y León pretende aprovechar el auge del Turismo cultural para crecer como destino

Lanza una campaña para transmitir su valor cultural, patrimonial, natural y gastronómico

Castilla y León busca utilizar su oferta cultural para captar turistas. La Comunidad, a través de su Consejería de Cultura y Turismo, ha lanzado una cam-

paña para dar a conocer las conmemoraciones culturales que tendrán lugar en 2013, además de la puesta a la venta de una caja regalo de las Ciudades Patrimonio.

El Turismo cultural es cada vez más demandado entre los turistas internacionales que visitan España. Durante el pasado año, de los 56 millones de viajeros que recibió el país, unos 9,4 millones vinieron atraídos por esta oferta turística, lo que supone un incremento del 26% respecto a 2010.

Este auge del Turismo cultural pretende ser aprovechado por la Consejería de Cultura y Turismo de Castilla y León, que ha presentado en Madrid su campaña 'Castilla y León, el Museo más grande del mundo está vivo', dando a conocer las conmemoraciones culturales que se desarrollarán durante el 2013, así como la puesta a la venta de una caja regalo de las Ciudades Patrimonio de Castilla y León. Con esta iniciativa se busca transmitir el gran valor cultural, patrimonial, natural y gastronómico de la región, que cuenta con ocho Bienes Patrimonio Mun-

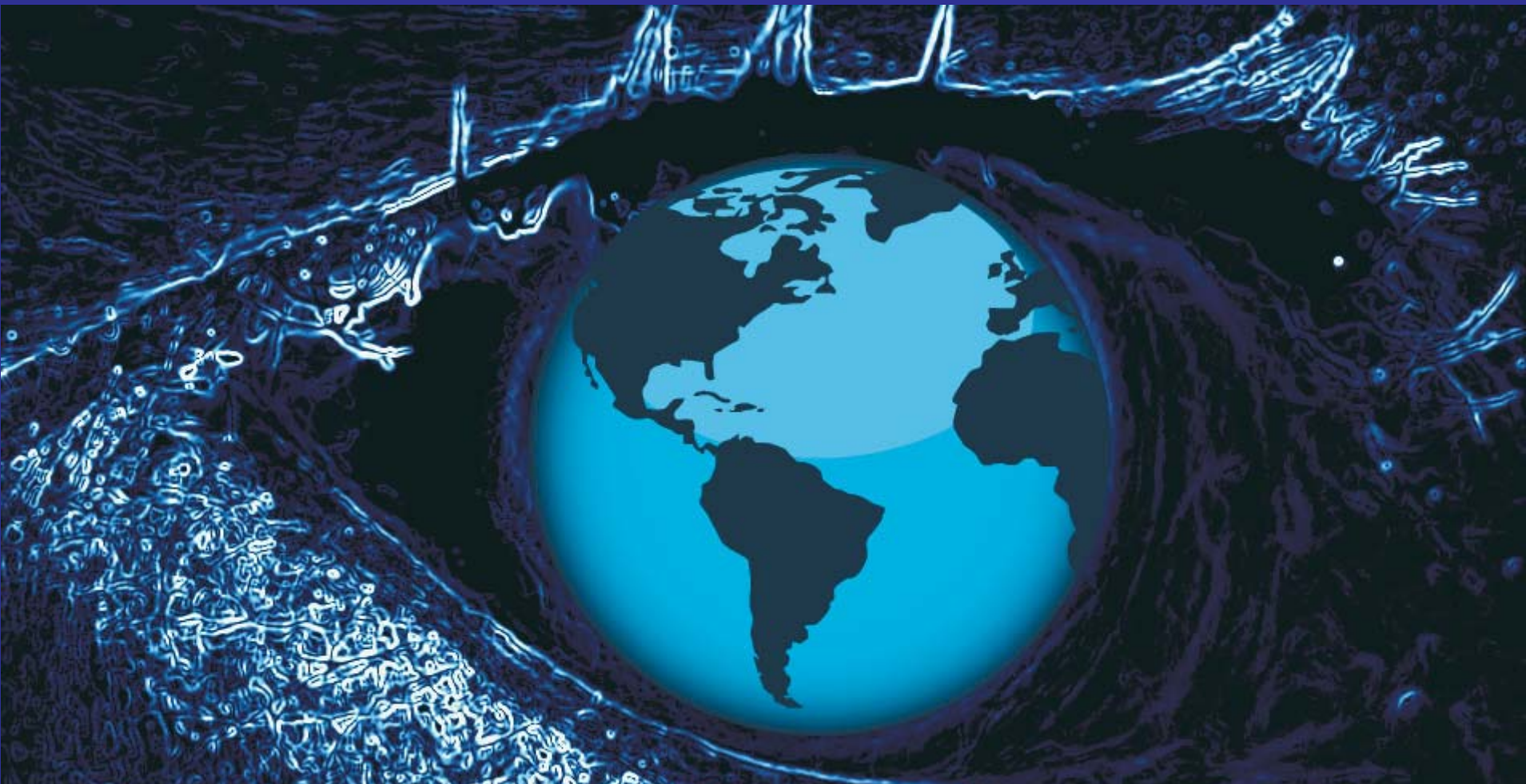


La Consejería ha presentado su oferta cultural en Madrid.

dial, más de 23.000 yacimientos arqueológicos y 350 museos, 326 castillos, 26 Espacios Naturales Protegidos y más de 5.000 restaurantes.

Durante la presentación de la campaña, el director general de Turismo de la Junta, Javier Ramírez, ha destacado que "Madrid es un mercado fundamental que la región pretende aprovechar como puerta de

entrada", tanto de turistas nacionales como internacionales. En este sentido, explica que "el 80% de los turistas que visitan Castilla y León son nacionales y de este porcentaje el 30% proceden de la Comunidad de Madrid". No obstante, reconoce que "es muy importante el Turismo extranjero en un momento en el que la demanda nacional está retraída".



Una visión global del Turismo entre Iberoamérica y España



XVI Conferencia Iberoamericana de
Ministros y Empresarios de Turismo

*Exportación de 'Know-How' Español
de Gestión Hotelera en Iberoamérica*

Martes, 29 de Enero de 2013

Sede: Centro de Convenciones de Feria de Madrid (Ifema)

CIMET ES UNA CONFERENCIA ORGANIZADA POR EL GRUPO NEXO, EN COLABORACIÓN ORGANIZADA CEOE Y FITUR, PATROCINADA POR:



NEXOTUR.com



CNMV admite a trámite la oferta pública de adquisición de IAG por Vueling

La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) ha admitido a trámite la oferta pública de adquisición (OPA) formulada por International Airlines Group (IAG) sobre Vueling. La decisión, que no supone la autorización de la operación, ha sido adoptada por su presidenta, Elvira Rodríguez.

El siguiente paso será presentar la propuesta del holding resultante

de la fusión de Iberia y British Airways a los accionistas de Vueling, y en caso de que sea aceptada, se prevé que la operación se complete en la primavera de 2013. Como recogió el periódico NEXOTUR, la oferta de IAG para hacerse con el 100% de la low cost es de 113 millones de euros. Iberia es titular actualmente del 45,85% del capital social de Vueling.

En caso de que se complete la adquisición, que no requiere de la aprobación de la Comisión Europea, la intención de IAG es mantener el actual equipo directivo. De este modo, Vueling será gestionada como una compañía aérea operativamente diferenciada, con su consejero delegado reportando directamente al consejero delegado de el grupo aéreo.



La operación podría finalizar en la primavera de 2013.

Mejorar el posicionamiento de España en el Sector MICE

El Instituto de Turismo de España (TurEspana) y la Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE) han suscrito un convenio para mejorar el posicionamiento de España en el Turismo de Reuniones internacional a través de acciones conjuntas, aprovechando las redes y tecnologías de la información y las comunicaciones y la cooperación en programas de promoción y comercialización.

Actualmente, según los datos de APCE, más de un tercio de los asistentes a congresos o convenciones celebrados en sus palacios son de procedencia internacional. Este hecho convierte a los palacios de congresos en instrumento de promoción internacional y de proyección de imagen de nuestro país en el exterior.

Desde TurEspana se contempla además como elemento diferencial en los mercados internacionales, el relevante papel de los palacios como desestacionalizadores del Turismo, así como su contribución a la diversificación del producto turístico y la mejora de la calidad turística española, considerándose piezas claves en la estrategia desarrollada en la política de promoción turística en España.

En palabras del presidente de APCE y consejero director-gerente del Palacio de Congresos de Valencia, José Salinas, "es importante reflejar la relevancia de los palacios de congresos en la celebración de los grandes eventos en España y en especial en el ámbito internacional, teniendo en cuenta que estos edificios acogen aproximadamente el 60% de los delegados que participan en ellos y contribuyen a incrementar la posición de España en el ranking mundial, cuyas reuniones internacionales han crecido más de un 100% en los últimos 10 años, según las estadísticas de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA)".

Con este convenio con duración de dos años y que continúa la labor ya iniciada por las dos entidades desde 2010, se establecen las bases de colaboración para lograr objetivos comunes y mejorar la eficiencia de las acciones realizadas, apoyando la comercialización de productos turísticos españoles en el exterior mediante la utilización conjunta de los distintos medios de promoción turística.

amos
tranquilidad

erv.es

~ «ERV, compañía líder en seguros de viaje en España según el "Ranking NEXOTUR", felicita al Grupo NEXO y a NEXOTUR, publicación favorita de los Agentes de Viajes».

David Hernández | Consejero Delegado | ERV Europea

25 años

Costa Cruceros e Iberocruceros integran sus estructuras operativas en España, aunque mantendrá la independencia de sus marcas

Dos de las tres marcas con las que el Grupo Costa opera en el mercado español, Costa Cruceros e Iberocruceros, han integrado sus estructuras operativas, manteniendo la independencia y personalidad. "Se trata de una decisión que crea un grupo muy sólido que dispondrá de la experiencia y especialización de ambas marcas dentro de sus segmentos específicos", des-

taca el hasta ahora director general de Iberocruceros, Alfredo Serrano, que estará al frente del grupo en España. El directivo añade que "en un momento de dificultades económicas generales, la integración se realizará contando con todos los profesionales que actualmente forman parte de nuestra plantilla".

"Nuestras prioridades serán mantener la satisfacción total de

nuestros clientes, reforzar nuestra posición de liderazgo e incrementar nuestra capacidad de crecimiento", prosigue Serrano. Finalmente, aclara que ambas marcas "continuarán siendo tan diferenciadas como hasta ahora, cubriendo prácticamente toda la gama de productos para todo tipo de públicos, pero ofreciendo una interlocución única para el mercado".

Para el hasta ahora director general de Costa Cruceros, Bernardo Echevarría, que estará al mando de la nueva estructura, esta operación "nace con la vocación de ofrecer dos excelentes productos complementarios, con las máximas facilidades y oportunidades para comercializarlo". En este sentido, destaca el "sólido compromiso de la compañía con las agencias de viajes, ya que esta nue-

va estructura representa una gran oportunidad para brindarles un mejor servicio a quienes siempre han sido nuestros socios estratégicos".

"Creemos profundamente en este nuevo modelo que determina una decidida estrategia de crecimiento en España", señala. Además, afirma que "seguiremos trabajando para reforzar nuestras relaciones con las agencias, nuestros socios estratégicos".

Brasil es uno de los países punteros a nivel mundial en Turismo sanitario

Brasil se marca como objetivo estratégico "cuidar y potenciar el Turismo sanitario". Según los datos de Embratur, casi uno de cada 100 turistas que visitan el país lo hacen por motivos de salud, predominando las intervenciones de cirugía estética, campo en el que Brasil ocupa la segunda posición.

Brasil es el segundo país, solo superado por Estados Unidos, en número de intervenciones de cirugía estética realizadas. Según los datos recabados por la Sociedad Brasileña de Cirugía Plástica, cada año se efectúan aproximadamente unas 629.000 operaciones, por lo que para el Gobierno brasileño "es estratégico cuidar y potenciar el Turismo sanitario", subrayan.

Tal y como revela el Instituto Brasileño de Turismo (Embratur), en 2006 el 0,6% de los turistas internacionales que llegaron al país lo hicieron por motivos de salud (más de 30.000 visitantes). Un año después esta cifra creció hasta rozar el 1,2% de las entradas, con cerca de 59.000 viajeros. En 2008, sin embargo, se produjo un descenso en el índice respecto a 2007, motivado en gran medida por el inicio de la crisis económica mundial.

Crecimiento interno

En definitiva, entre 2004 y 2008, la media de entrada de turistas extranjeros a Brasil por razones de salud ha sido del 0,8%. En este sentido, Embratur resalta que uno de los principales impulsores del Turismo en Brasil "es el reconocimiento internacional de sus tratamientos de cirugía estética, que se cuentan entre los mejores del mundo".

Según la Sociedad Brasileña de Cirugía Plástica, el 2% de las cirugías estéticas realizadas entre los años 2004 y 2006 en Brasil se llevaron a cabo a pacientes extranjeros. De todos ellos, la mayoría eran mujeres procedentes de Estados Unidos, Italia, Francia, Portugal, Inglaterra y Japón. Además de los flujos internacionales, este segmento también está creciendo internamente, lo que a juicio de Embratur "refuerza aún más la necesidad de seguir estructurándolo".



~ «Desde la creación de nuestra agencia "on-line" leemos, cada mañana, el Diario Nexotur.com, sin duda el medio profesional favorito de los Agentes de Viajes».

José Manuel Dávila | Director General | OCIOVÍA



La llegada de turistas con viaje organizado desciende un 6% en el mes de noviembre

En noviembre han llegado a España algo más de 930.000 turistas internacionales con un viaje combinado, cifra un 6,3% inferior a la registrada en el mismo mes del año anterior. Este dato contrasta con el significativo crecimiento experimentado en septiembre y octubre.

España ha recibido un total de tres millones de turistas internacionales en noviembre, cifra similar a la de 2011, según la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur), del Instituto de Estudios Turísticos (IET). De éstos, el 31% ha contratado un viaje organizado (936.328 visitantes), lo que supone un descenso del 6,3% respecto al año anterior.

Esta evolución contrasta con la observada en septiembre y octubre, meses en los que el uso del 'paquete' turístico creció un 4,6% y un 10,2%, respectivamente. No obstante, en agosto también registró una variación negativa del -2,7, representando únicamente el 27,4% de las entradas. Por su parte, algo más de dos millones de personas se han decantado por otras formas de organización en este mes de noviembre, un 3,8% más que hace un año.

En los 11 primeros meses de 2012 España ha recibido 55 millones de turistas, lo que implica un avance del 2,9% respecto a 2011. En este periodo el viaje combinado ha concentrado 17 millones de viajeros, un 3,7% más, mientras que la entrada de visitantes sin 'paquete' turístico ha aumentado un 2,6%.

Crece Reino Unido y Francia

Volviendo a noviembre, destaca en primer lugar la fortaleza de Reino Unido, punto de origen de 635.310 turistas, un 4,8% más, aumentando de manera importante sus desplazamientos a Cataluña. Le sigue Alemania con 479.000, un 3,5% menos, lo que ha afectado principalmente a Canarias. Francia experimenta un importante avance del 12,6%, alcanzando los 469.000 viajeros, mientras que los países nórdicos crecen un 8,6% hasta los 348.000 turistas. Una vez más el mercado ruso se anota un fuerte incremento del 46,6%, hasta un total de 45.247 viajeros.

Canarias es el primer destino del mes. En noviembre, ha recibido 909.003 turistas, el 30,2% del total. Sin embargo, las entradas en la Comunidad autónoma han retrocedido un 3,9% debido en gran medida a la bajada del mercado alemán. Por su parte, Cataluña prosigue con el crecimiento de los últimos meses (2,4%), con 727.471 visitantes, aumentando las llegadas de los tres grandes mercados emisores de España, Reino Unido, Alemania y Francia.

La tercera plaza es para la Comunidad de Madrid, punto de destino de 378.000 viajeros, un 3,3% más que hace un año. Por detrás están Andalucía con 363.000, un 4,9% más; Comunidad Valenciana con 274.000, un 4,1% más; y Baleares con 124.000, un 2,6% menos. El resto de Comunidades autónomas concentran tan solo

el 7,7% de las llegadas, experimentando una caída interanual del 5%.

Según las vías de acceso, los aeropuertos se mantienen a la cabeza con cerca de 2,5 millones de pasajeros internacionales, un 1,3% más que en 2011. Por detrás está la carretera con algo más de 450.000, un 2,4% menos, mientras que el resto de medios de transporte pierde un 20,7% de usuarios, contabilizando 67.000.

En lo que respecta al tipo de alojamiento, el hotelero sigue siendo el más utilizado pese a experimentar un descenso de pernoctaciones del 0,5%, alcanzando los dos millones de turistas. Por su parte, los establecimientos no hoteleros han recibido 922.000 viajeros, un 2,7% más que en el año anterior, siendo las viviendas propias y de familiares o amigos y las alquiladas las más utilizadas.

Entrada de turistas internacionales



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR





~ «25 años de información turística de calidad merecen el sentido homenaje de la Hostelería y Restauración al Grupo NEXO, por su liderato en las Agencias españolas».

José Mª Rubio | Presidente | FEHR

Croacia baja el tipo de IVA del 25% a un 10%

Croacia rebaja su IVA turístico. Según ha anunciado el ministro de Turismo del país, Veljko Ostojic, el tipo impositivo pasa en la mayoría de servicios turísticos del 25% actual al 10%. Con esta medida, que entró en vigor el 1 de enero, se pretende reforzar la competitividad del destino. Así, Croacia sitúa su IVA en niveles similares a los de otros países competidores del sur de Europa.

Iberia espera que Sepla 'rectifique su actitud'

Iberia insiste al sindicato de pilotos Sepla que se siente a negociar el plan de reestructuración anunciado recientemente, "tal y como lo están haciendo los representantes del 93% de la plantilla", subraya. Según destaca la compañía aérea, el nuevo laudo arbitral señala que "en situaciones como la presente, la negociación es la mejor vía de abordar y definir el futuro".

CEAV promocionará la marroquí Chefchaouen

CEAV promocionará el destino Chefchaouen (Marruecos) el próximo año. Así lo ha acordado su presidente, Rafael Gallego, con el alcalde de la ciudad, Mohamed Sefiani, y el presidente de la Asociación de Empresarios del Sector Turístico de esta región, Hassan Ben Hamda, en el marco del 'Taller de Turismo Rural, Naturaleza y Turismo Activo'.

airberlin y Etihad Airways, un año de colaboración

En el primer año de colaboración estratégica entre airberlin y Etihad Airways, más de 300.000 pasajeros han utilizado sus conexiones conjuntas, lo que ha supuesto unos ingresos adicionales de 100 millones de euros. De este modo, "se han superado las expectativas", destacan ambas aerolíneas. El consejero delegado de airberlin, Hartmut Mehdorn, afirma que seguirán aumentando su oferta conjunta.

Bruselas trabaja para eliminar el visado turístico que existe con Rusia

Aunque el Gobierno español ya ha externalizado los servicios de apoyo en diversos consulados para agilizar la tramitación de los visados, el ministro Soria se marca como meta eliminar los visados turísticos con Rusia. En este sentido, revela que la Unión Europea ya está trabajando en esta cuestión.

La Unión Europea está trabajando para conseguir la eliminación del visado turístico con Rusia. Con esta iniciativa, en la que colabora activamente el Gobierno español, se pretende eliminar barreras y favorecer la entrada de turistas procedentes de este mercado emisor, que a pesar del sistema actual de visados es el que mejor evolución presenta en el destino España.

Según destaca el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, esta medida tendría una "importancia vital ante el gran potencial" del Turismo ruso en España, por lo que es

"una prioridad" del Ejecutivo. En este sentido, detalla que en lo que va de año ha aportado más de 1,2 millones de visitantes, mientras que el gasto de los mismos ha crecido un 40% respecto a 2011.

Servicios de apoyo

A la espera de una posible supresión de los visados turísticos, el Gobierno español viene apostando por la externalización de servicios de apoyo a los consulados a fin de agilizar la tramitación de visados. Por ejemplo, en el caso de Rusia ha puesto en marcha estas medidas en Moscú y San Petersburgo, mientras que en China se han externalizado estos servicios en Pekín, Cantón y Shanghai. En el caso del país asiático, Soria subraya que se ha producido un aumento del 30% en el número de llegadas y del 60% en su gasto en lo que va de año.

Los pagos de los españoles para viajar al extranjero caen un 6% en octubre

En los diez primeros meses del año experimentan un recorte de casi el 4%, situándose en 9.972

El Turismo Emisor continúa mostrando una tendencia negativa. Al igual que en los tres meses anteriores, en octubre los pagos efectuados por los españoles

para viajar al extranjero registran un fuerte descenso, concretamente del 6,2%, pasando de los 1.171,5 millones de 2011 a 1.098,9 millones.

Los pagos realizados por los españoles para viajar al extranjero disminuyen por cuarto mes consecutivo. Según revela la Balanza de Pagos del Banco de España, en octubre experimentan un descenso del 6,2%, pasando de los 1.171,5 millones de euros de hace un año a 1.098,9 millones. Cabe recordar que en los tres meses anteriores ya se observaron recortes del 4,8%, 7% y 4,3%, variaciones que contrastan con las cifras positivas del segundo trimestre del año.

La debilidad del Turismo Emisor también se refleja en los datos del periodo acumulado. En los diez primeros meses de 2012 los pagos se han reducido en un 3,6%. De este modo, se sitúan en 9.972 millones

de euros, desde los 10.344,9 millones del año anterior.

Disminuyen ingresos

A diferencia de lo sucedido en los meses anteriores, los ingresos por Turismo muestran una evolución negativa en octubre, registrando un descenso del 1,7%, hasta 4.083,8 millones de euros. En cambio, de enero a octubre muestran un tímido avance del 0,8%, alcanzando los 38.595,5 millones de euros. El superávit del apartado Turismo y viajes presenta cifras similares que en octubre de 2011, con 2.984,9 millones. En los diez primeros meses del año crece un 2,5%, hasta 28.623,4 millones de euros.



En el segundo trimestre crecieron.

Asintra teme que Renfe pueda vender billetes por debajo de coste con la aplicación del nuevo sistema tarifario

La federación solicita transparencia en sus cuentas para conocer las subvenciones que recibe del Estado

La Federación Española Empresarial de Transporte de Viajeros (Asintra) alerta de que la nueva política tarifaria de Renfe podría "afectar muy negativamente a otros medios de

transporte". La federación considera que con este cambio la compañía ferroviaria podría llegar a vender por debajo de coste al adoptar una estrategia comercial similar a la de las

compañías aéreas. El pasado mes de diciembre, la ministra de Fomento, Ana Pastor, anunció que Renfe presentará en enero las nuevas tarifas para el tren de Alta Velocidad (AVE).

La Federación Española Empresarial de Transporte de Viajeros (Asintra) alerta de que Renfe podría incurrir en *dumping* (vender por debajo de coste) con el nuevo sistema tarifario previsto para el AVE, con el que pretende ofrecer billetes más asequibles. La entidad, que cifra en hasta un 70% la rebaja prevista por la compañía ferroviaria para 2013, considera que podría "afectar muy negativamente a otros medios de transporte, como el autobús".

La federación también demanda "transparencia en las cuentas de Renfe". Con ello pretende conocer "la imputación de la subvención que la Administración General del Estado otorga a la compañía ferroviaria para que preste las obligaciones de servicio público, así como los resultados de cada una de las líneas de negocio".

La ministra de Fomento, Ana Pastor, anunció el pasado mes de di-

cembre que Renfe presentará este mes de enero las nuevas tarifas para el tren de Alta Velocidad (AVE). Según apunta Asintra, el sistema de tarifas que pretende aplicar es el mismo que ya están utilizando las compañías aéreas: "adaptar el precio del billete a la demanda y a lo que está dispuesto a pagar el viajero". Con esta forma de operar, utilizada en Francia y que fracasó en Alemania, Renfe pretende incrementar la ocupación y obtener más rentabilidad".

Liberalización del ferrocarril

Asimismo, la federación entiende que la compañía ferroviaria se podría estar preparando para competir con los nuevos operadores ferroviarios que entrarán en el mercado gracias a la liberalización de este medio de transporte, además de hacer frente al resto de medios de transporte. A día de hoy, el tren de Alta Velocidad se ha hecho

con el dominio de rutas como Madrid-Barcelona o Madrid-Valencia, donde cuenta con una cuota de mercado del 51% y del 80%, respectivamente.

Comité Nacional

Por otro lado, como cada año, se ha celebrado en el Ministerio de Fomento la reunión anual de los representantes del Comité Nacional del Transporte por Carretera con los directores generales de Transporte del Estado y las Comunidades Autónomas. El presidente del Comité, Rafael Barbadillo, ha pedido una mayor periodicidad.

Barbadillo ha puesto encima de la mesa los principales asuntos que preocupan al sector, entre los que se incluyen "la revisión extraordinaria de tarifas para los servicios regulares, más información sobre las quejas presentadas por alguna empresa española ante la Comisión Europea, la necesidad de redimensionar la oferta, la



Pastor ha anunciado que Renfe presentará en enero las nuevas tarifas AVE.

construcción de infraestructuras propias para la carretera, la internacionalización, la modernización de las estaciones de autobuses y la próxima entrada en vigor del Reglamento 181/2011 sobre derechos de los pasajeros".

Por su parte, el representante del sector del transporte discrecional ha reivindicado medidas para los proble-

mas de este segmento como "soluciones para superar la atomización, la elaboración de un pliego de condiciones básico para la ejecución de los servicios regulares". Mientras, el representante de las estaciones de autobuses ha recordado "la necesidad de homogeneizar la normativa de estas infraestructuras a nivel nacional".

Iberostar incluye redes sociales en su 'website'



El Grupo Iberostar presenta otra nueva versión de su web, manteniendo el mismo sistema de información y reservas pero modificando la presentación e incluyendo en los hoteles la opinión de los clientes y la gestión de las redes sociales.

Nueva versión 'online' de la página de Alitalia



La nueva web de Alitalia mantiene, con una estructura semejante a la anterior, la gestión de reservas —no disponible para agencias— de sus vuelos, y los de las compañías de SkyTeam, de hoteles, coches, y un nuevo apartado de avión más hotel.

Zenith presenta alquiler de vehículos en Málaga



Zenith Rent a Car ofrece en su web un sencillo acceso a la información sobre vehículos en alquiler en sus oficinas de la provincia de Málaga, las características de su flota y las tarifas por temporada, incluyendo un formulario para solicitud de reserva.

El Centro de Puerto de la Cruz con nueva 'web'



El Centro de Congresos de Puerto de la Cruz presenta una nueva versión de su página que, potenciando su presencia en las redes sociales, mantiene un limitado nivel de información de sus servicios y sigue sin ofrecer una agenda de eventos.

CWT ayuda a las empresas a encontrar el mejor momento para organizar reuniones entre distintos países

La nueva aplicación móvil permite localizar el día y la hora óptimos para organizar una reunión o evento

CWT 78 BizDays es la nueva aplicación que ha lanzado Carlson Wagonlit Travel para facilitar encontrar el día y la hora óptimos para organizar una teleconferencia internacional,

una videoconferencia, un evento o una reunión. El profesor de gestión de la escuela de negocios Hautes Études Commercial-es (HEC) de París, Michael Segalla, que ha co-

laborado en su desarrollo, destaca que "planear una reunión internacional, ya sea presencial o vía teleconferencia, es algo complicado en un entorno globalizado como el actual".

Carlson Wagonlit Travel (CWT) ha anunciado el lanzamiento de CWT 78 BizDays, una nueva aplicación móvil que permite encontrar el día y la hora óptimos para organizar una teleconferencia internacional, una videoconferencia, un evento o una reunión. De esta manera, CWT mantiene su compromiso de seguir investigando en soluciones móviles que apoyen su máxima de proporcionar el viaje perfecto a los viajeros de negocios, explican desde la compañía.

CWT ha desarrollado la aplicación en colaboración con el profesor de gestión de la escuela de negocios Hautes Études Commercial-es (HEC) de París, Michael Segalla, que ha llevado a cabo distintas investigaciones en esta materia. "Planear una reunión internacional, ya sea presencial o vía teleconferencia, es algo complicado en un entorno globalizado como el actual", ha comentado el profesor Segalla. "Me he dado cuenta de que

en realidad existen muy pocos días laborales adecuados para organizar una reunión una vez descontadas las vacaciones nacionales y religiosas de cada país", ha añadido.

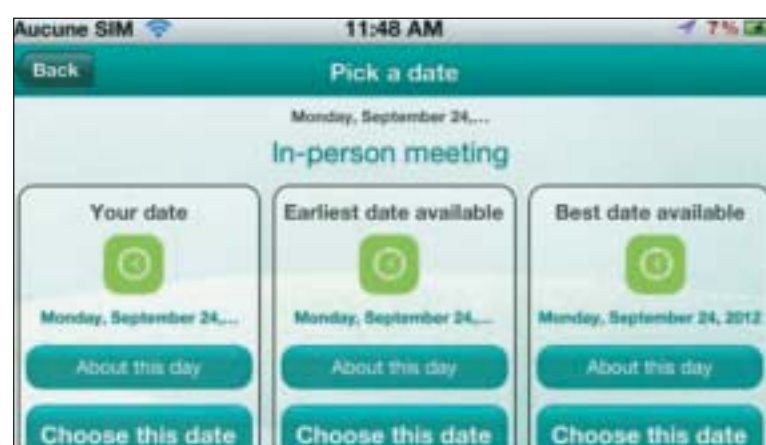
Funcionalidades adicionales

Basándose en los 'hallazgos' de Segalla, CWT 78 BizDays ha sido desarrollada para ayudar a elegir el mejor momento para organizar reuniones internacionales entre asistentes de distintos países. Además, el organizador de la reunión puede enviar a los participantes una notificación vía e-mail directamente desde la aplicación CWT 78 BizDays. Los usuarios de la aplicación tienen acceso a una gran cantidad de información de los países, incluido el histórico de por qué se celebra una festividad en un país determinado.

CWT mantiene su compromiso de seguir investigando en solucio-

nes móviles que apoyen su máxima de proporcionar el viaje perfecto a los viajeros de negocios. En colaboración con su recién adquirida empresa subsidiaria, WorldMate, CWT integrará funcionalidades adicionales en sus herramientas móviles para garantizar que los viajeros se beneficien de un amplio abanico de servicios móviles. De desarrollo propio, CWT 78BizDays constituye un paso más en la hoja de ruta de tecnología móvil de CWT.

"Con la explosión del móvil, los viajeros están utilizando sus dispositivos para planear, reservar y ajustar la organización de sus viajes", señala el máximo responsable de Innovación de CWT, Patrice Simon. "Del mismo modo, esperamos que los organizadores de reuniones utilicen cada vez más sus dispositivos móviles para planificar sus reuniones internacionales. CWT 78 BizDays puede ayudarles a hacerlo", concluye.



Permite encontrar el día y la hora óptimos para organizar una reunión.

CWT 78BizDays pasa a formar parte de la familia de aplicaciones móviles de CWT, que incluye CWT To Go, así como un amplio abanico de herramientas para la organización de reuniones como CWT Meeting Optimizer, que permite encon-

trar el mejor emplazamiento para reuniones de cualquier tamaño. La aplicación CWT 78BizDays está disponible en la tienda de aplicaciones de iTunes y también puede usarse a través de la página web www.cwt78bizdays.com.

Iberia lanza una aplicación para informar a sus clientes de cualquier incidencia relacionada con su vuelo

Con Iberia Conecta, la aerolínea se comunicará con sus clientes en tiempo real, por SMS o a través de correo electrónico

Desde principios de diciembre Iberia dispone de una nueva aplicación para sus clientes, Iberia Conecta. Con este servicio la compañía aérea informa a sus clientes en tiempo real, por SMS a través de correo electrónico a sus móviles, de cualquier novedad o incidencia relativa a su vuelo.

La aerolínea decidió adelantar el estreno de este servicio ante las seis jornadas de huelga que se habían convocado en protesta por el Plan de Transformación. Desde el mismo momento en que se hizo oficial la convocatoria, la compañía puso en marcha un plan de contingencia para mitigar los efectos de la huelga en los clientes.

Gracias a Iberia Conecta, Iberia podrá informar a sus clientes mejor, y de una manera más rápida y eficaz de cualquier novedad o incidencia relacionada con su vuelo, y no solo

durante las jornadas de huelga, sino en cualquier momento y situación, como explican desde la línea aérea.

Tan solo es necesario que el cliente facilite a la compañía aérea el número de móvil y correo electrónico que utilizará durante su viaje para que, en caso de que se produzca cualquier novedad, se pueda contactar con él, bien para informarle sobre las incidencias que pueda haber en su vuelo, como un cambio de horario, cancelación o retraso del vuelo, entre otros, o bien para proporcionarle información de utilidad, por ejemplo, información sobre las conexiones que tiene previsto realizar en la T4 de Madrid-Barajas. Todo, sin ningún coste para el cliente.

Si el cliente es titular de la tarjeta Iberia Plus no es necesario que rellene ningún formulario, ya que la compañía aérea dispone de sus datos.



El servicio se presta sin ningún coste para el cliente.

Eso sí, debe tenerlos actualizados, sobre todo el teléfono y dirección de correo electrónico que utilice habitualmente cuando está de viaje, para que la compañía contacte con él.

Si no pertenece al programa Iberia Plus, puede acceder a Iberia Conecta en www.iberia.com en el

mismo momento en que reserva o compra el billete o en cualquier otro momento en el apartado 'Gestión de reservas', incluso si ha comprado el billete en una agencia de viajes. Este servicio está disponible en castellano, catalán, alemán, francés, inglés, italiano, portugués y ruso.

British Airways y Finnair usarán EMD de Travelport

British Airways y Finnair implementan Electronic Miscellaneous Document (EMD) con Travelport. Se trata de un documento electrónico para la emisión de servicios opcionales y complementarios al vuelo, como por ejemplo, cargos por penalización, cargos por exceso de equipaje y reserva de asientos.

Los EMD se liquidan a través del BSP, con la particularidad que pueden validarse durante el mismo día de su emisión, estando el reembolso y la remisión sujetos a la normativa correspondiente a cada compañía aérea. Gracias a este acuerdo, todos los agentes de viajes de España podrán beneficiarse de estos servicios en los vuelos operados por British Airways y Finnair.

Instrumentos de Trabajo

Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



NEXOTUR.com
AGENCIAS DE VIAJES
PERIÓDICO DIARIO ONLINE



CONEXO.net
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE



Nexobús.com
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE



NexoHotel.com
HOTELERÍA Y ALOJAMIENTO
PERIÓDICO DIARIO ONLINE



NEXOTUR
AGENCIAS DE VIAJES
PERIÓDICO SEMANAL (50 EDICIONES)



CONEXO
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



Nexobús
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



CEHAT
HOTELERÍA ESPAÑOLA
PERIÓDICO MENSUAL (10 EDICIONES)



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



EL NOTICIEROPC
ORGANIZADORES CONGRESOS
BIMESTRAL (6 EDICIONES)



destinomadrid
TURISMO DE MADRID
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)



Talonotel
RESERVAS DE HOTEL
PERIÓDICO QUINCENAL (24 EDICIONES)



NEXOTUR
DIRECTORIO DE AGENCIAS
ANUARIO (1 EDICIÓN)



NEXO HOTEL
PROVEEDORES DE HOTELERÍA
ANUARIO (1 EDICIÓN)



RANKING
DE EMPRESAS TURÍSTICAS
PERIÓDICOS ANUALES (4 EDICIONES)



PROTAGONISTAS
DEL TURISMO EN ESPAÑA
PERIÓDICOS ANUALES (2 EDICIONES)



CIMET
CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO



Turnexo
SALÓN PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES



NexoBusiness
SALÓN DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS



BIBLIOTECA NEXOTUR
BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL

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

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



Nexotrans.com
TRANSPORTE DE MERCANCÍAS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

NexoLog.com
LOGÍSTICA DE TRANSPORTE
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

Nexotrans
TRANSPORTE DE MERCANCÍAS
PERIÓDICO SEMANAL (50 EDICIONES)

Nexocar
INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCIÓN
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



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



NEXOTIME con ALTA RELOJERÍA
RELOJERÍA COMERCIAL Y ALTA GAMA
REVISTA BIMESTRAL (5 EDICIONES)



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



ALTA RELOJERÍA
RELOJERÍA DE ALTA GAMA
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



DOSSIER
DE JOYERÍA ESPAÑOLA
MENSUAL (10 EDICIONES)



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



ART&VALUE
TASACIÓN DE ALHAJAS
MENSUAL (11 EDICIONES)



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



Obra Nueva
ENSEÑANZA DE JOYERÍA
MENSUAL (11 EDICIONES)



Cronometría
RELOJEROS DE VALENCIA
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



VOLVO EN RUTA
TRANSPORTE MERCANCÍAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



Michelin Camión
TRANSPORTE MERCANCÍAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



PRODIAM
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y
LAS PIEDRAS PRECIOSAS



FORO
FORO ANUAL DE LA
RELOJERÍA ESPAÑOLA



AEA
ENGASTADO DE JOYAS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



SEMPSA
METALES PRECIOSOS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

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

NEXO
editores s.a.

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

Mostrador

Avis lanza 10% de descuento para las estaciones de esquí española

Para esta temporada de invierno, Avis lleva a sus clientes a las mejores pistas de esquí nacionales con un 10% de descuento poniendo a su disposición el modelo que mejor se adapte a sus necesidades, desde un robusto 4x4, a un espacioso monovolumen. En cualquiera de estos vehículos la empresa de alquiler de coches destaca que es posible conducir hasta las estaciones de Alto Campoo en Santander, Cerler en el Pirineo aragonés, Sierra Nevada en Granada o La Molina y Masella en el Pirineo catalán.

✉ www.avis.es

Politours distribuye su catálogo de grandes cruceros fluviales por Europa con validez hasta abril de 2013

Entre los itinerarios se encuentran desde los que recorren el Duero portugués al Danubio o el Rin

Desde un crucero por el Duero en Portugal a un gran tour de Europa por sus ríos son las propuestas de Politours en su nuevo catálogo de 'Grandes Cruceros

Fluviales por Europa'. También cuenta con un apartado para cruceros de Mar de Politours Sea Cruises, Croise Europe, Variety Cruises y Holland America Line.

Politours ya ha distribuido su nuevo catálogo de 'Grandes Cruceros Fluviales por Europa' con validez hasta abril de 2013. En el catálogo se ofertan cruceros con duración de entre cinco y 15 días por la mayoría de los ríos más importantes de Europa. Así, se puede disfrutar de un crucero fluvial por el Duero portugués, recorriendo Oporto, Bitetos, Régua, Vega de Terón, Barca d'Alva y Pinhão, desde 510 euros. En el otro

extremo, Politours oferta un crucero de 15 días desde 2.875 euros, para realizar un gran tour por Europa. Así, del Danubio al Rin se recorre Budapest, Bratislava, Viena, Melk, Linz, Passau, Regensburg, Kelheim, Nuremberg, Bamberg, Würzburg, Werthien, Miltenberg, Rudesheim, Coblenza, Colonia y Amsterdam.

El catálogo también cuenta con una sección de Cruceros de Mar en los que oferta cruceros velero de

Politours Sea Cruises por las Islas Dálmatas, ocho días desde 1.195 euros. También cuenta con programas de Variety Cruises en veleros, megagoleta o megayate por el Adriático o Islas Seychelles, con duración de entre cuatro y 11 días, así como con la oferta de cruceros de Holland America Line por Canadá, Nueva Inglaterra y Sudamérica, y un crucero de Croisi Europe por el Adriático.

✉ www.politours.es



Oferta diferentes destinos fluviales.

SeaDream Yacht Club presenta sus novedades para la próxima temporada

El lujoso SeaDream I cruzará por primera vez el Canal de Panamá

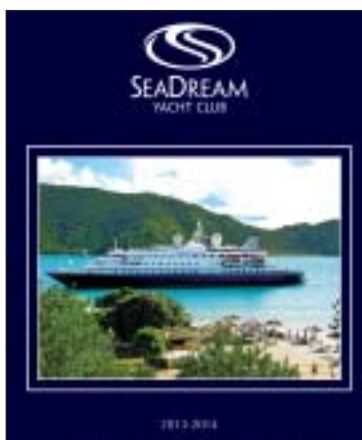
SeaDream Yacht Club ha lanzado varios nuevos itinerarios para 2013 por el Mediterráneo, Mar Negro, Transatlántico, Caribe, Canal de Panamá, Costa Rica, Asia y Amazonas. Entre octubre de 2013 hasta abril de 2014, ofrecerá cruceros muy exclusivos con el SeaDream II, por los "lugares más sorprendentes de Asia, del ajetreo y el bullicio de los paraísos comerciales internacionales de Hong Kong y Singapur, por el encanto y la tranquilidad imperturbable de Myanmar y Nueva Guinea", señalan.

Uno de los cruceros que recomienda es el que emprende desde

Atenas, en Grecia, en octubre de 2013, el SeaDream II trazando la ruta que hicieron los primeros exploradores hacia Mumbai, la India, y de allí, a Singapur.

Otras de las novedades es que por primera vez, el SeaDream I cruzará el Canal de Panamá para pasar varias semanas navegando a lo largo de Costa Rica. En noviembre de 2013, zarpará de Barbados hacia la Ciudad de Panamá. Desde a Caldera, Costa Rica, haciéndolo su puerto de origen para seis viajes consecutivos, pasando el último en Fin de año en la ciudad de Panamá.

✉ www.seadream.com



Portada catálogo 2013-2014.

Madrid-Berlín con airberlin en un vuelo diario sin escalas

A partir del próximo 25 de febrero, airberlin volará sin escalas de Madrid a Berlín-Tegel. Con este vuelo directo diario, la aerolínea pretende fortalecer a largo plazo su presencia en el mercado estratégico de Madrid a la vez que comunica entre sí los dos hubs de airberlin e Iberia, su socio de Oneworld.

airberlin empleará un Boeing 737-800 con 186 asientos. El nuevo vuelo despegará diariamente a las 13:15 horas de Madrid y aterrizará en Berlín a las 16:15 horas. El horario para el vuelo de regreso desde Berlín será el siguiente: despegue a las 8:50 horas y llegada a Madrid-Barajas a las 12:00 horas. En Madrid-Barajas, airberlin lleva desde



Empleará un Boeing 737-800.

junio de 2011 despegando y aterrizando en la Terminal 4, la misma que utilizan también las demás líneas aéreas de la alianza Oneworld.

✉ www.airberlin.es

El 'bus blanco' de Alsa unirá Madrid con Sierra Nevada

El 'bus blanco' de Alsa unirá este invierno Madrid y Ceturra Sierra Nevada todos los fines de semana hasta el 31 de marzo. Como explica el Grupo Alsa, los horarios se han diseñado especialmente adaptados a las necesidades de los esquiadores. De esta manera, el 'bus blanco' partirá de la Estación de Sur de Madrid todos los jueves y viernes a las 16.30 horas y llegará al parking de Pradollano a las 22.15 horas. El regreso se producirá los domingos a las 17.00 horas. El precio del servicio será de 40,56 euros ida y vuelta.

Además, el Grupo Alsa y Ceturra Sierra Nevada han acordado la creación de productos combinados para sus clientes que incluyan bus más actividad de



Saldrá hasta el 31 de marzo.

multiaventura, bus más forfait, bus más hotel, bus más hotel y forfait, así como la puesta en marcha de un plan de promoción conjunto.

✉ www.alsa.es
sierranevada.es

Paradores ofrece 'Pausas' para regalar estancias, cenas o rutas en sus establecimientos

Propone disfrutar de los tesoros más destacados y alojamientos especiales

Paradores de Turismo pone a disposición de sus clientes nuevas cajas regalo, para disfrutar hasta el 31 de marzo de 2014. Estas 'Pausas', operadas por Smartbox, brindan la posibilidad de disfrutar de las estancias, rutas y la gastronomía más selecta de la firma hotelera con precios más convenientes.

Los amantes de la naturaleza, la historia o el patrimonio cultural español tienen a su disposición diferentes rutas para disfrutar de los tesoros más destacados y los establecimientos más especiales de nuestro país. Para quien no disponga de tanto tiempo Paradores propone las tarjetas 'Una noche para

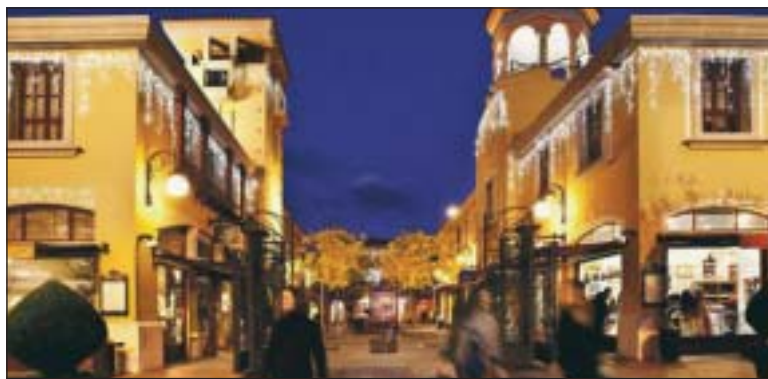
soñar' o 'Dos noches para evadirse', que permiten disfrutar de una o dos noches en cualquiera de los 94 Paradores de la Red en régimen de alojamiento y desayuno.

Las 'Habitaciones Únicas' que un día ocuparon reyes, príncipes o personajes ilustres de nuestra historia harán sentir especiales a aquellos que las ocupen, convirtiendo su estancia en el Parador en algo irrepetible. Finalmente, para aquellos que se decanten por la buena gastronomía Paradores de Turismo ofrece sus cajas de regalo 'Una noche para deleitarse' o 'Una cena para saborear'.

✉ www.paradores.es



Cuenta con varios 'paquetes'.



Las Chic Outlet Shopping Villages se caracterizan por sus espacios al aire libre.

Experiencias de 'shopping' de cinco estrellas para el sector MICE

La Roca Village, en Barcelona, y Las Rozas Village, en Madrid, dos de los nueve Chic Outlet Shopping Villages de Value Retail, han aprovechado su presencia en la feria EIBTM de Barcelona para presentar sus propuestas personalizadas para el Sector MICE basadas en la experiencia del *shopping* cinco estrellas. Por un lado, ofertan un día de compras opcional en uno de los Villages para los invitados a un congreso o evento y, por otro, un día de compras como parte integrante del itinerario dónde se ofrecen espacios y *catering* para el grupo, así como bienvenidas VIP.

Para atraer a este mercado con nuevas y atractivas experiencias, los Chic Outlet Shopping Villages aportan be-

neficios diferenciadores como la VIP Card (10% de descuento adicional al precio *outlet* ya rebajado), un asesor de compras, *parking* exclusivo para 10 autobuses, restaurantes y cafeterías, *tax free*, tarjeta regalo, *parking* gratuito para todos los visitantes, transporte, seguridad en todo el recinto y wifi gratuito, entre otros.

Además, "la experiencia se convierte en memorable cuando se le une la bienvenida y hospitalidad, la personalización de la experiencia del grupo, un ambiente exclusivo y muy cuidado, un espacio (*boulevard*) al aire libre seguro y tranquilo" destacan desde Value Retail.

✉ www.larocavillage.com
www.lasrozasvillage.com

Pierre & Vacances desarrolla una oferta para reuniones e incentivos en Los Alpes franceses

Ofrecen originales incentivos y sofisticados espacios en sus instalaciones

El grupo Pierre & Vacances ha desarrollado un paquete de propuestas para celebrar reuniones de empresa y congresos este invierno en Los Alpes fran-

ceses. Así, oferta originales incentivos como el buceo bajo el hielo, parapente o ciclismo en la nieve, bajada de antorchas o incluso un *rally* en la nieve.

En los Alpes franceses, los complejos de Pierre & Vacances en las estaciones de Avoriaz y Arc 1950 ofrecen un amplio abanico de actividades para estimular el trabajo en equipo y disfrutar de espectaculares paisajes al mismo tiempo. Avoriaz, ubicado entre el Mont Blanc y el lago de Ginebra, con sus más de 650 kilómetros de pistas de esquí alpino y 243 kilómetros de pistas de esquí nórdico es ideal para celebrar actividades en grupo.

De hecho, a tan sólo 200 metros de los seis complejos de Pierre & Vacances, Avoriaz ofrece a las empresas un espacio de 270 metros cuadrados con un equipo audiovisual y wifi para dar cabida hasta 300 personas. "Esta estación peatonal, donde los trineos han substituido a los coches, está preparada para que las estancias sean inolvidables con su vanguardista arquitectura, innumerables animaciones e infraestructuras de alta gama con acceso directo a las pistas", afirma el grupo.



Una de sus propuestas de incentivo, parapente en la nieve.

Por su parte, Pierre & Vacances Arc 1950 Premium ofrece la oportunidad de adentrarse en un auténtico paraíso en el corazón de los Alpes franceses: una pequeña villa totalmente peatonal donde todo gira en torno a la naturaleza y el bienestar. Ubicado en Saboya, a 1950 metros de altura, dispone de 425 kilómetros de pistas de esquí a través del domi-

nio Paradiski. Pierre & Vacances Arc 1950 Premium es un escenario ideal pensado para reuniones e incentivos con sus ocho chalets de lujo y 700 apartamentos de alto *standing* junto a una selección de restaurantes, bares o tiendas y seis salas modulables para conferencias, dotadas de las últimas tecnologías.

✉ www.pv-holidays.com

La información profesional no es un juego de niños

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

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

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

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid

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



De Profesional a Profesional

■ Club NEXOTUR

El Grupo Natura ofrece un precio especial a los agentes

Los agentes de viajes y demás profesionales del Sector Turístico podrán disfrutar de una aventura en el Noguera Pallaresa (Pirineos) de la mano del Grupo Natura. La mayorista de via-

Club NEXOTUR

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

jes cuenta con varias promociones exclusivas que incluyen alojamiento en el Hotel Condes de Pallars y *rafting*. Para ampliar la información puede llamar al siguiente número de teléfono: 93680 10 62.

■ Fam Trip



Más de 300 profesionales han realizado un recorrido en el Costa Fortuna.

Costa Cruceros recibe a los agentes

El Costa Fortuna ha sido el escenario del último *famtrip* organizado por Costa Cruceros para agencias de viajes y medios de comunicación españoles. Más de 300 profesionales han vivido esta experiencia única durante seis días, partiendo de Barcelona y haciendo escalas en lugares tan representativos como Málaga, Casablanca y Santa Cruz de Tenerife.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

8 7 de enero

Amparo Martínez, Xátiva Tours, Xátiva; Melchor Baixas, V. Petrabax, Madrid; Guillermo Coello Sánchez, Antours, Madrid; Carlos Fernández, Itsasur Uya, Pamplona; Mónica Bello, V. Anaga, Santa Cruz de Tenerife; Irene Ortiz, V. Albiztur, Munguía; Paula Hernández, V. Ecuador, Santurce; Lorena González, V. Joryol, Oviedo.

8 8 de enero

Irantzu Erdoiza, Halcón Bidaia, Bilbao; José M. Rodríguez, V. Nairotoours, Alcalá de Gudaia; Jesús Baigorri, V. Amalur, Vitoria; Ana Isabel Vidal, V. Sureda, Palmanova; José Palacios, V. Printer, Valencia; Tina Pedrajas, V. Estivaltour, Vinaroz; Lorena Fuente, V. Dorasol, Palencia; Miguel Ángel Pérez, Gestur, Vigo.

8 9 de enero

Judit Sanz Gil, V. Promomida, Barcelona; Rocío Povea, V. Gran Plaza, Sevilla; Lola Azcona, V. Tivoli, Tudela; Elena Rubio, V. Urola, Zumaya; Ángeles González, V. Alcázar, Sevilla; Ana Mª Ramos Ferreira, V. Ibercán, Santa Cruz

de Tenerife; Alicia Suárez Gómez, V. Metro, Madrid; Edurne Torlla, V. Barceló, Alava; Aurora Alonso, V. Cúspide, Cullera; Mariemma Martínez, V. Volemar, Astorga; Maite Just, V. Ambes, Barcelona; Africa Sogorb, V. Eldatour, Elda; Paula Elena G. López, V. LugoCruz, Madrid.

8 10 de enero

Juan José Redondo, Viajes Lexitours, Madrid; Rodrigo García, Viajes Nepaltoours, Granada; Cayetano Vinzia, Viajes Aventurismo, Barcelona; Gema Rueda, Viajes Ok, Madrid; Pilar López, Viajes Andino Musical Tours, Valencia; Delia Díaz, Viajes Delia Tours, Puerto de la Cruz; Roberto Sagarra, Viatges Iltida, Lleida; María Ibañez, Viajes Andantino, Valencia; Marga Torres, Viajes Company, Palma de Mallorca; Lorena Ribera, Viajes Coscos Travel, Palma de Mallorca.

8 11 de enero

Mireya Silvana, Viajes Imperio, Madrid; Manuel Araque, Viajes Araque, Madrid; Ramón Ferri, Ferri Tours, Almería; Nieves Clemente Bruned, Viajes Clemente,

Aranda de Duero; Begoña Fente, Viajes Viloria, Santiago de Compostela; Mariona Martí, Viatges Girones, Girona.

8 12 de enero

Esther Pallarés, Joster Travel, Cervera; Mina Mora, Viajes Ala, Valencia; Carmen Valdes, Sant Yago, Santiago de Compostela, La Coruña; Ana Mª Jiménez, Viajes Ávila Tours, Ávila; Rocío Gumiel, Viajes Ok, Madrid; Ángel Guerrero Ruiz, Viajes Amazona, Silla.

8 13 de enero

Piñeiro, Gerardo, Britour, Viajes, Santander; M. Angeles Gandía, Viajes Haya Travel, Caudete; Alicia Gómez Barragán, Viajes Prader Tour, Guillena; Laura Mateos Casado, Viajes Abaranda, Dos Hermanas; Asunción Rodríguez Pérez, Viajes Atlántico, Ribeira; Isidoro Sánchez Arenas, Viajes MedinaTours, Medina del Campo; Katy Martín, Viajes Jet, Vigo; Primitivo Vaquero, Viajes Banoa, Bilbao; Eva Angelina del Río Serrano, Bioshelter Viajes, Getafe; Mª Cristo Pérez Menéndez, Viajes Canarias, Icod de los Vinos.

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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

Subvenciones

Servicios Jurídicos



Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

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

club N e x o t u r

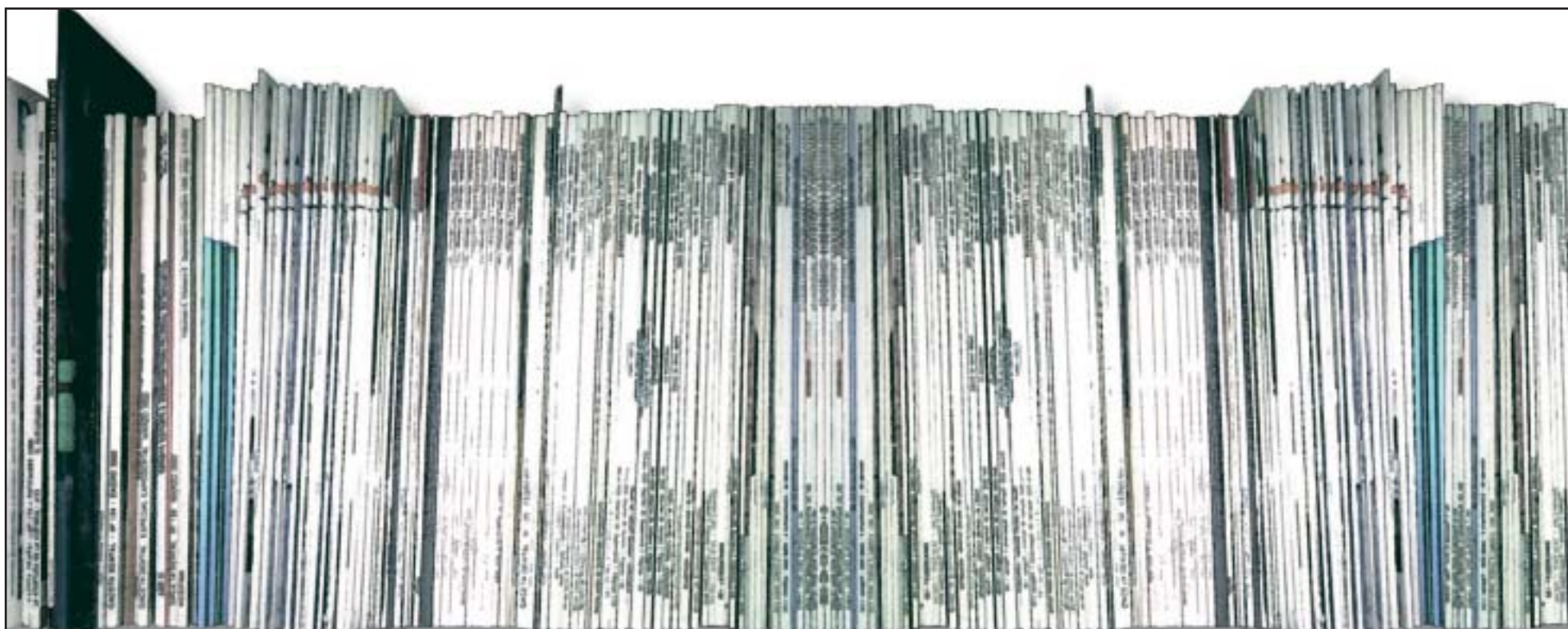


El Club NEXOTUR es un Servicio para Suscriptores del Periódico NEXOTUR reservado en exclusiva para Agentes de Viajes en activo. El Club expide un Carnet de Miembro, que reciben los suscriptores, y que permite beneficiarse de los Acuerdos de Colaboración suscritos con un selecto grupo de Proveedores,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

☎ 91 369 41 00
✉ 91 369 18 39
Lope de Vega, 13
28014 Madrid

El Club Exclusivo Para Los Agentes de Viajes

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
A SU AIRE	18% de descuento a miembros del Club y 10% para acompañantes, sobre tarifas.	Descuentos válidos para todos los folletos, excepto "Vacaciones para todos".	Abierto	Jesús Millán	☎ 926 22 62 59 ✉ 926 22 63 34
GRUPO NATURA	Aventura en el Noguera Pallaresa -Pirineos- para Agente y acompañante.	Entre semana 2 noches Hotel Condes de Pallars -a+d- y Rafting Gratis. Fin de Semana 1ad+1mp en Condes del Pallars+Rafting sólo 54,50 /Persona.	12-10-2009	Ricardo y Carlos	☎ 93 680 10 62 ✉ 93 668 30 82
GUAMA	Descuento del 30% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para la programación de los folletos de Cuba América y Egipto 2009-10	30-04-2010	Ventas Madrid	☎ 917823787 ✉ 915643918
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
OCTOPUSTRAVEL	15% de descuento para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 ✉ 91 531 34 90
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ACCOR HOTELES	Hasta 30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Descuentos desde el 25 al 75% en el alojamiento de los Hoteles: Sofitel, Novotel, Mercure e Ibis..	31-12-2008	Central de Reservas	☎ 902 10 04 83 www.accorhotels.com
HOTASA HOTELES	50% de descuento sobre tarifa Rack. Máximo 1 acompañante. Sujeto a disponibilidad.	Descuento aplicable en Régimen Alimenticio. Baleares-Canarias-Torremolinos-Lepe.	31-12-2009	Ana. Dpto. Marketing	☎ 902 160 055 ✉ 913 14 14 19
BEST WESTERN	50% de descuento sobre la tarifa más baja del momento a miembros del Club y acompañante.	Máximo dos habitaciones y tres noches de estancia. Válido en hoteles españoles y portugueses. Sujeta a disponibilidad.	01-07-2013	Dpto.deReserva de cada hotel	Tlf. de cada hotel en www.bestwestern.es
HOSTERÍAS REALES	50% de descuento sobre tarifa a Miembros del Club.	Para cualquiera de sus cinco hoteles en edificios históricos, excepto Semana Santa. Según disponibilidad.	31-12-2008	Eva Dpto. Reservas	☎ 902 20 20 10 ✉ 902 20 20 10
HOTELES MONTE	50% de descuento para miembro y acompañante en temporada baja y 25% en alta.	Hoteles de ciudad. Sujeto a disponibilidad. Descuento sobre tarifa oficial.	Abierto	Departamento Comercial	☎ 902 520 555 www.hotelesmonte.com
HUSA HOTELES	45% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 ✉ 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 ✉ 956 65 49 01
OCA HOTELS	50% de descuento a miembros del Club sobre tarifa (excepto Puente del Pilar).	Régimen de alojamiento y desayuno, en habitación doble. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Lalo Crespo	☎ 986 80 67 02 ✉ 986 72 78 79
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 ✉ 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo.	Valido excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento Reservas	☎ 900 99 49 54 www.worldhotels.com
COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HERTZ	Descuentos 15% fin de semana, 10% resto semana (España), 5% Internacional, 22% furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es
HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO	30% de descuento sobre la tarifa oficial a miembros del Club y 15% a acompañante.	Según disponibilidad. Excluidas Semana Santa, Corpus y Fin de Año.	30-12-2009	Departamento de Reservas	☎ 925 26 91 00 ✉ 925 21 58 65
HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID	50% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Dirección del Hotel	☎ 964 44 34 76 ✉ 964 44 34 61
HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL	Sobre tarifa para miembros del Club y acompañante.	H. Doble o Dui (alojamiento y desayuno buffet), detalle de bienvenida y plaza de garaje 40,00 euros, I.V.A. incluido.	30-05-2009	Pedro Bellón	☎ 926 22 85 45 ✉ 926 22 86 18
SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ERVEUROPEASEGUROSDEVIAJE	85% de descuento sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de Viaje Póliza Especial Agentes. Mod. Individual: 82,04 euros. Mod. Familiar. 150,24 euros.	31-12-2013	Claudia Gonçalves	☎ 91 344 17 37 ✉ 91 457 93 02
INTERMUNDIAL SEGUROS	30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Un seguro incapacidad laboral temporal, para que tus ingresos no se reduzcan en caso de baja laboral.	1-07-2011	Rafael Palacios Dpto.Profesionales	☎ 902909737 Ext.415 palacios@intermundial.es



Transferencia del conocimiento

Las publicaciones profesionales y generales son el principal vehículo para la transferencia del conocimiento, ayudando así a la formación continua de los profesionales, al progreso de los sectores y a la mejora de la economía.

Conocimiento de las ideas y de las opiniones que son la transferencia cultural necesaria para la identidad y continuidad de nuestra sociedad.

publicaciones profesionales y generales

Nuestras más de 300 cabeceras en el mercado, forman el más importante grupo dedicado a cumplir con los compromisos de informar, formar, entretener, servir y dinamizar.

Solicite la guía de publicaciones (aepp@aepp.com)

H o t e l e r i a

Las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros en España disminuyen más de un 5% en noviembre

Ingresan cerca de 33 euros por habitación disponible y facturan cais 70 euros de media por habitación ocupada

Durante el mes de noviembre se han registrado 13,9 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros, con un descenso del 5,1%

respecto al mismo mes de 2011, según los datos facilitados por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Las pernoctaciones de residentes en

España disminuyen un 12,5%, mientras que las de no residentes experimentan un leve crecimiento del 0,5%, en el último mes analizado.

En noviembre, las pernoctaciones en establecimientos españoles ha descendido un 5,1% con 13,9 millones. En concreto, la de los españoles cae un 12,5% y la de los extranjeros se incrementan un 0,5%. La estancia media baja un 2,4%, situándose en 2,9 pernoctaciones por viajero. En el acumulado, las pernoctaciones disminuyen un 1,7%.

El Índice de Precios Hoteleros (IPH) registra un descenso anual del 1,8%, tasa inferior en 1,4 puntos a la de noviembre de 2011. Respecto a los indicadores de rentabilidad, la facturación por habitación ocupada alcanza un valor medio de 69,8 euros (1,3 euros más que hace un año) y el ingreso por habitación disponible se sitúa en 32,6 euros (un euro menos).

En noviembre se cubren el 41,1% de las plazas ofertadas, con un descenso anual del 3,0%. El grado de ocupación por plazas en fin de semana baja un 1,9% y se sitúa en el 46,9%.

Los viajeros procedentes de Alemania y Reino Unido realizan más de

3,8 millones de pernoctaciones. El mercado alemán experimenta una caída anual del 11,2% y el británico crece un 5,5%. Las pernoctaciones de los viajeros de Francia, Suecia e Italia (los siguientes mercados emisores) registran tasas anuales del 26,7%, 17,6% y -5,9%, respectivamente.

Canarias, el principal destino

El principal destino elegido por los no residentes es Canarias. En esta Comunidad las pernoctaciones de extranjeros bajan un 0,7%. Le siguen Cataluña, con una tasa anual del 10,6%, y Andalucía, con un descenso del 5,0%. Andalucía, Comunidad de Madrid y Cataluña son los destinos principales de los viajeros residentes en España, con tasas anuales de pernoctaciones del -16,2%, -4,0% y -11,1%. Canarias es la Comunidad autónoma con el mayor grado de ocupación por plazas durante noviembre (67,5%). Le siguen Comunidad de Madrid (45,8%) e Illes Balears (41,8%).

Las zonas turísticas con mayores grados de ocupación y pernoctaciones se sitúan en las islas y costas. El Sur de Tenerife presenta tanto el mayor grado de ocupación por plazas (75,7%) como el mayor grado de ocupación por plazas en fin de semana (75,9%). En Tenerife se registran más de 1,8 millones pernoctaciones en noviembre. Los puntos turísticos con mayor número de pernoctaciones son Madrid, Barcelona y San Bartolomé de Tirajana. Arona alcanza tanto el grado de ocupación por plazas más elevado (79,8%) como el mayor grado de ocupación en fin de semana (81,2%).

IPH y rentabilidad

En cuanto a la variación anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH), es del -1,8% en noviembre, tasa inferior en 0,6 puntos a la obtenida el mes anterior y 1,4 puntos menor que la registrada hace un año. En cuanto a los Indicadores de Rentabilidad del Sector Hotelero, la facturación media de



La mayor ocupación se da en las islas.

los hoteles por cada habitación ocupada (ADR) es de 69,8 euros en noviembre, 1,3 euros más que la del mismo mes de 2011. Por su parte, el ingreso por habitación disponible (RevPAR), que está condicionado por la ocupación registrada en los establecimientos hoteleros, alcanza los 32,6 euros, con un descenso de un euro.

La marca Ininside by Meliá llega a España con dos hoteles que abrirán en 2013 en el centro de Madrid

Meliá Hotels International firma su tercer hotel Ininside by Meliá en Madrid, que abrirá en 2014

Ininside by Meliá desembarca en España con tres hoteles en Madrid. Ininside Madrid Génova Ininside Madrid Luchana abrirán este año, mientras que

Ininside Madrid Suecia lo hará en 2014. Los hoteles de la marca Ininside by Meliá se caracterizan por su diseño, su equipamiento tecnológico de últi-

ma generación y un servicio profesional, que hacen de estos establecimientos una inmejorable opción tanto para clientes de ocio como de negocio.

Meliá Hotels International abrirá los dos primeros establecimientos Ininside by Meliá en España a principios de 2013. La primera apertura será el nuevo Ininside Madrid Génova, ubicado en la céntrica plaza de Alonso Martínez, que ocupará un edificio histórico totalmente renovado en su interior para convertirse en un moderno hotel cuatro estrellas con 65 habitaciones. El segundo establecimiento será el hotel Ininside Madrid Luchana, de 44 habitaciones.

Ambos establecimientos suponen la primera entrada en España de esta urbana marca hotelera, una de las más valoradas en Alemania (su país de origen) y que se incorporó a la cartera de la compañía hotelera española en 2007. Desde entonces, Meliá Hotels International ha impulsado un ambicioso plan de expansión para la marca, que ya tiene varios establecimientos pendientes de apertura en ciudades como

Copenhague, Manchester, Lisboa, Barcelona, Hamburgo o Dusseldorf.

El tercero, en 2014

Además, a finales de año, Meliá Hotels International ha anunciado que el tercer establecimiento de esta marca también estará en Madrid: Ininside Madrid Suecia, previsto para 2014. El hotel, ubicado en el mismo inmueble que ocupaba un clásico de la hotelaría madrileña, el Hotel Suecia, se encuentra junto al Círculo de Bellas Artes y a escasa distancia de Gran Vía y de Cibeles. Tras una rehabilitación integral, el edificio albergará un hotel de diseño vanguardista sobre la clásica estructura con 127 habitaciones, bar lounge y una espectacular terraza en el ático, además de un restaurante, salas de reuniones y gimnasio.

Los hoteles de la marca Ininside by Meliá se caracterizan por su diseño, su equipamiento tecnológico



Los hoteles de la marca Ininside by Meliá se caracterizan por su diseño.

co de última generación y un servicio profesional, que hacen de estos establecimientos una inmejorable opción tanto para clientes de ocio como de negocio.

Como explica el vicepresidente y consejero delegado de Meliá Hotels

International, Gabriel Escarrer, "Ininside by Meliá cumple con todos los requisitos para convertirse en una marca urbana de referencia en las principales ciudades del mundo, y por ello hemos puesto un importante foco en su expansión internacional".

■ Producto

H10 Hoteles refuerza su expansión internacional con un segundo hotel en Cuba

H10 Hotels ha inaugurado su primer establecimiento en Varadero, un resort de cinco estrellas en la reserva ecológica de Varahiacos, explotado en régimen de gestión y cuya propiedad es la compañía cubana Gaviota. El Ocean Varadero El Patriarca se encuentra en primera línea de mar y está rodeado de zonas verdes, entre las que figura el cactus 'El Patriarca' que, con más de 500 años de historia, da nombre al resort. Cuenta con 420 habitaciones entre habitaciones Deluxe, Junior Suites y Junior Suites Privilege. Este resort refuerza la presencia de H10 Hotels en el Caribe, donde con éste suma ya cinco en Riviera Maya, Punta Cana y Cuba.

Segunda estrella Michelin para el restaurante Enoteca del Hotel Arts Barcelona

El restaurante Enoteca del Hotel Arts Barcelona ha obtenido su segunda estrella Michelin. La visión creativa de Paco Pérez; su cocina que combina vanguardia y tradición, la labor de todo el equipo, así como su carta de vinos con más de 600 referencias que el *sumiller* y jefe de sala, Albert Escofet, se encarga de seleccionar y recomendar, han contribuido a situarle en la vanguardia de la cocina mediterránea. "Esta segunda estrella supone un gran reconocimiento y responsabilidad que nos anima a seguir trabajando con la misma ilusión del primer día", señala Paco Pérez. Paco Pérez está al frente de Enoteca desde el año 2008.

Axor y su restaurante Mirage obtienen la marca calidad Hygiene Monitored

Los hoteles Axor, y su restaurante Mirage, han obtenido la marca de calidad Hygiene Monitored, por parte de la compañía de servicios de inspección, verificación, ensayos y certificaciones SGS. Dicha marca de calidad es un sistema global de seguridad e higiene que analiza el último proceso de manipulado de los alimentos (justo antes de servirse al cliente). De esta manera, todos los productos que se consumen en el Restaurante Mirage, y en los establecimientos que el Grupo Axor tiene en Madrid, Axor Feria y Axor Barajas, cumplen adecuadamente todos los controles de seguridad alimentaria y de higiene que exige la normativa europea.



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**

El hotel Duran de Figueres lidera el 'ranking' español de los mejor valorados en 2012, según Hotel.info

El Holiday Inn Express Leads-East de Reino Unido ha sido el hotel europeo mejor valorado

Hoteles de dos y tres estrellas han sido los mejores valorados por los usuarios de Hotel.info. En Europa el dos estrellas Holiday Inn Express de

la ciudad inglesa de Leeds lidera la tabla. Por su parte, en España, el tres estrellas Hotel Duran de Figueres, con 9,1 puntos, encabeza la lista

española de establecimientos hoteleros mejor valorados. Le sigue el cinco estrellas ACE Hotel Palau de Bellavista by Marriott.

El servicio de reservas hoteleras online, Hotel.info, ha recogido los hoteles mejor valorados del año 2012 por sus más de cinco millones de clientes. En base a las valoraciones de los huéspedes de los hoteles, ha elaborado el *ranking* teniendo en cuenta los hoteles que obtuvieron una puntuación que estuviera entre ocho y diez. Es importante mencionar que la valoración global ha sido tomada en base a criterios como la calidad de la habitación, la amabilidad del personal, la limpieza del hotel, el nivel de ruido, la relación calidad-precio y la gastronomía del hotel o el desayuno.

En el ámbito español, han sido dos hoteles catalanes los mejor valorados por los usuarios de Hotel.info. En primera posición se sitúa el Hotel Duran de Figueres, con una puntuación de 9,1. En segunda posición se encuentra el AC Hotel Palau de Bellavista by Marriott, en Girona, con casi un

sobresaliente. Cabe destacar que el primer lugar lo ha ocupado un hotel de tres estrellas, mientras que la segunda y tercera posición han sido cubiertas por hoteles de cinco estrellas.

'Ranking' europeo

El hotel que lidera el *ranking* es el Holiday Inn Express de la ciudad inglesa de Leeds, que ha obtenido una puntuación de 9.8. El aspecto a destacar es que el ganador de todo el *ranking* es un hotel de dos estrellas. Con esto, si alguna conclusión se puede sacar es que las estrellas no influyen en la valoración que los clientes de Hotel.info hacen de sus hoteles. Dentro de los primeros diez puestos se encuentran hoteles de países como Alemania, Austria, Eslovaquia, Bosnia y Herzegovina o Italia.

El hotel que en el *ranking* español ha ocupado la primera posición, Hotel Duran de Figueres, ha queda-



El Holiday Inn Express de Leeds encabeza el 'ranking' europeo.

do en el número 13 de la clasificación europea. En los últimos puestos (el número 29 y 30), pero dentro del *ranking* de los hoteles mejor valorados, dado que han obtenido una nota de ocho y medio, están el Hilton Copenhague Airport, en Dinamarca, y el Zira Hotel de Serbia.

Finalmente, en Latinoamérica el hotel ganador ha sido el GHL Hotel Capital de Colombia, con una puntuación de 9,2. A este hotel le siguen el B&B Hotel Vista Linda Montana de Costa Rica y el hotel de alta categoría Hyatt Regency Mexico City de México.

Extremadura publica el decreto que establece la clasificación de los alojamientos turísticos hoteleros

Es la cuarta Comunidad en incorporarse al nuevo sistema de ordenación europeo

El Diario Oficial de Extremadura ha publicado el decreto que establece la ordenación y clasificación de los alojamientos turísticos hoteleros de Extremadura, una nor-

ma que incorpora la figura de los complejos turísticos y regula los requisitos específicos que deben reunir los hoteles-balnearios y las Hospederías de Extremadura.

Con este decreto se flexibilizan los requisitos técnicos de algunas categorías para adecuarlos a nuevas demandas, y se sustituye la exigencia de autorización por la preceptiva declaración responsable, optando por un control a posteriori de la actividad por parte de la Administración. La norma establece la definición de los servicios de alojamiento hotelero, los servicios complementarios, los establecimientos hoteleros y la unidad de alo-

jamiento, y la clasificación de este tipo de alojamientos en hoteles, hoteles-apartamentos, hostales y pensiones.

En todos los establecimientos hoteleros será obligatoria, junto a la entrada principal, exhibir una placa normalizada en la que figure el distintivo correspondiente a la clase y categoría a la que pertenezca el establecimiento. En materia de accesibilidad y especificaciones técnicas, los alojamientos hoteleros deberán cumplir con las

exigencias de accesibilidad y las bases técnicas establecidas.

Esta nueva norma atiende a la necesidad de adaptar la normativa reguladora de los alojamientos turísticos hoteleros a las modificaciones que se han producido en la regulación de las empresas turísticas, tras la entrada en vigor de la Ley 2/2011, de 31 de enero, de Desarrollo y Modernización del Turismo de Extremadura, en agosto de 2011.

AEHM reclama a la Comunidad de Madrid mayor promoción turística ante la caída de rentabilidad

El mes de noviembre ha sido el peor del año, con importantes descensos

Según la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), la ocupación media de los hoteles alcanzará solo el 64,61%, sufriendo un descenso medio respecto al 2011

del 2,93% aunque los hoteles de cinco estrellas con un 4,22% de descenso, los de tres estrellas con un 4,93% y los hostales con un 18,58%, son los más afectados.

En cuanto a precios, el descenso ha sido también casi generalizado con una media del 3,92% aunque ha afectado en mayor medida a los cuatro estrellas con un 3,77% y a los dos estrellas con un 4,63%. Por habitación disponible el descenso es aún más drástico con una media de 7,8%, y afectando a todas las categorías (-5,95 en cinco estrellas, -6,02 en cuatro estrellas, -8,32 en tres estrellas, -4,24 en dos estrellas y -10,22 en hostales).

El peor mes del año ha sido noviembre con descenso de ocupación del 4,43%, de precio medio del 4,68% y de RevPAR del 8,91%. Los datos son reflejo de la continuada "cuesta abajo" que se ha apreciado en el segundo semestre del año lo que pone una nota de pesimismo en el futuro inmediato del hospedaje madrileño.

"El dramático descenso del segmento corporativo, que ha sido siempre la base de nuestra ocupación, y el

hecho de que no se haya conseguido animar al segmento de ocio internacional, son los principales motivos de esta preocupante situación que marca cada vez más las diferencias con nuestros principales competidores europeos", explica Carlos Díaz, presidente de la patronal. "Otra causa del descenso habría que buscarla en el notable incremento de la oferta ilegal, sobre todo la de viviendas para uso turístico", continúa Díaz.

Producto

Asur Hoteles finaliza 2012 con dos nuevos hoteles emplazados en Sevilla

Asur Hoteles ha finalizado 2012 con dos nuevas incorporaciones en Sevilla, una plaza donde la marca perseguía tener presencia desde sus inicios. Se trata de dos establecimientos situados en el Aljarafe sevillano y que presentan dos tipologías de establecimiento muy distintas. Por un lado la cadena suma a su cartera el Asur Hotel Santa Bárbara, situado en Castilleja de la Cuesta, a seis km del centro de Sevilla. Este moderno hotel distribuido en cuatro plantas, cuenta con 26 habitaciones, de las cuales 22 son dobles, y cuatro son triples. Por otro, está la apuesta de la marca Asur Hoteles por el segmento del lujo, Hacienda la Calesa, una finca sevillana rodeada de olivos centenarios, y ubicada en Bollullos de la Mitación, a 15 km. de Sevilla.

NH Hoteles presenta NH Edition Shop by Juanjo Oliva en Hesperia Madrid

"Hemos creado juntos una tienda itinerante en Hesperia Madrid, en la que los clientes de NH Hoteles van a poder disfrutar de esta experiencia única durante aproximadamente tres meses. Después, se va a trasladar a otros conocidos establecimientos de la Compañía como el NH Constanza en Barcelona, NH Almenara o NH Palacio de Tepa". Con estas palabras, el diseñador Juanjo Oliva invita a conocer un proyecto que aúna hoteles y moda, desarrollado en conjunto con NH Hoteles y que, de forma posterior a su desarrollo en España, pasará al circuito internacional en ciudades como Milán o Berlín, "siempre con un *look and feel* adaptado al lugar de destino", continúa Oliva.

El Hotel Puente Romano sustituye sus calderas por unas con fuentes renovables

El complejo hotelero Puente Romano ha decidido reducir la emisión de dióxido de carbono en sus instalaciones de manera significativa. El hotel, ubicado en Marbella, llevará a cabo una mejora energética que le permitirá cubrir las necesidades térmicas de sus instalaciones (climatización y agua caliente sanitaria) a partir de energías limpias. Esta optimización se llevará a cabo gracias a la sustitución de dos calderas de gasóleo de 1.266 kW de potencia (que existen actualmente) por tres calderas que utilizarán fuentes renovables como combustible. Concretamente, el combustible que se usará en esta instalación es hueso de aceituna, aunque estos dispositivos están preparados para poder quemar cualquier otro recurso biomásico.

Ibis renueva el 100% de las camas de sus hoteles filiales

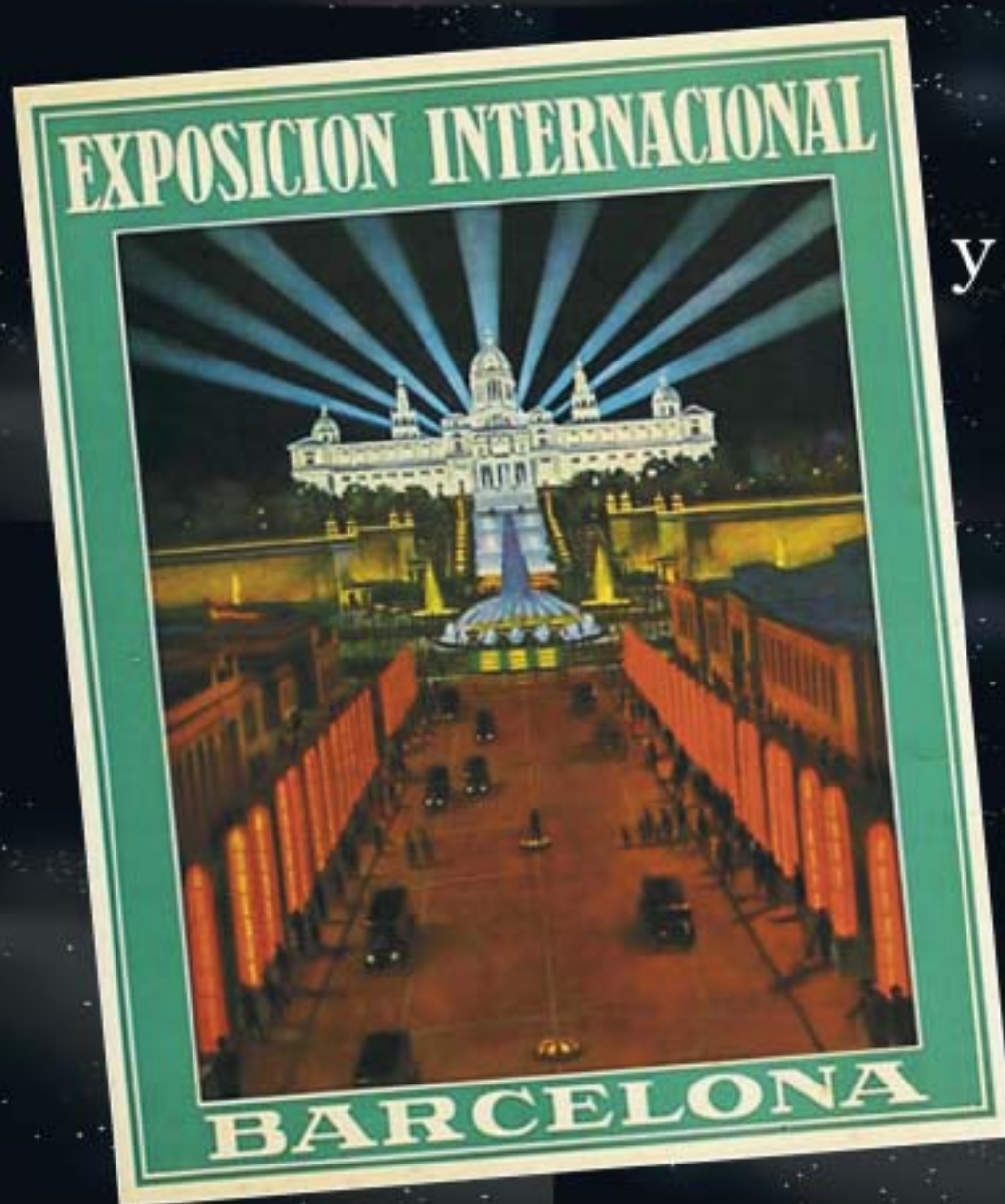
La cadena de hoteles ibis prosigue su transformación. Tras el cambio de identidad visual de sus hoteles, con una recién estrenada imagen de marca y la incorporación de nuevos servicios como el wifi gratuito, la cadena renueva el 100% de las camas de sus hoteles filiales en España, desplegando 'Sweet bed by ibis'.

Teniendo en cuenta que un 70% de los clientes consideran el confort de la cama como el primer criterio a la hora de elegir un hotel económico, la cadena ha desarrollado este concepto exclusivo de cama con el objetivo de ofrecer a sus clientes el mejor confort.

Resultado de la experiencia de más de 40 años del Grupo Accor en el sector, ibis presenta su nuevo concepto de cama, desarrollada por un comité científico interno, compuesto por expertos del sueño y consultores externos. Es la primera vez en el segmento económico que un grupo hotelero concibe una cama en su integralidad, aseguran desde la compañía. Durante meses, los investigadores de ibis han probado todo tipo de colchones, somieres, la suavidad de los tejidos y las almohadas. Se han apoyado en el *expertise* y *savoir-faire* de expertos del sueño para asegurar la mejor adecuación entre su propuesta de cama y la calidad del sueño que esperan los clientes.



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	☎ 902-101049-91-7004421	
Génova, 16 MADRID	Fax 91-3196786	
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES	☎ 902-355444/968-355444	
Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	Fax 902-355443	
TUI AMBASSADOR TOURS	☎ 91-7582828	
Toronga, 23 Bajo MADRID	Fax 91-5598588	
AÑOS LUZ SA	☎ 91-4451145-902-101202	
San Bernardo, 97-99 MADRID	Fax 91-5939181	
AÑOS LUZ SA	☎ 93-3101828-902-101303	
Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	Fax 93-3101424	
AÑOS LUZ SA	☎ 94-4242215-902-101404	
Berastegui, 4 bajo I BILBAO	Fax 94-4235593	
A SU AIRE	☎ 926-274157/226259	
Moreña, 12 esq. a Zarza C. REAL	Fax 926-226334	
AVIOTEL	☎ 91-5561293	
Capitán Haya, 9 interior MADRID	Fax 91-4170365	
AVIOTEL	☎ 93-3011784	
Gran Vía Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	Fax 93-3184674	
AVIOTREN	☎ 91-5983315	
Capitán Haya, 9 interior MADRID	Fax 91-4174516	
AVIOTREN	☎ 93-3011784	
Gran Vía Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	Fax 93-3184674	
CLUB VACACIONES	☎ 91-5972200-5970129	
Francisco Ramiro, 2 Edif. H MADRID	Fax 91-5970916	
CONDOR VACACIONES	☎ 91-5674242-5674200	
Pedro Villar, 12 MADRID	Fax 91-5674263	
COSTA CRUCEROS	☎ 91-5558550	
Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	Fax 91-5564770	
COSTA CRUCEROS	☎ 93-4875685	
Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	Fax 93-4874770	
DIMENSIONES	☎ 91-5310607	
Mahonia, 2 MADRID	Fax 91-5214254	
DIMENSIONES	☎ 91-5310607	
Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	Fax 91-5214254	
DIAS LIBRES	☎ 91-7451111	
Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	Fax 91-5614469	
ENTORNO NATURAL.COM	☎ 93-4827100	
Diputacio, 238 BARCELONA	Fax 93-4827131	
EXPO MUNDO	☎ 93-4827100	
Diputacio, 238 BARCELONA	Fax 93-4827131	
EV EMPRENDER	☎ 902020702	
Gran Vía, 39 3º MADRID		
HOTELPLUS	☎ 902 358358/91-7244747	
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	Fax 91-6549977	
HOTEL PLAYA VIAJES	☎ 93-425.30.66	
Avda. Paralelo, 135-137 2ª BARCELONA	Fax 93-425.38.07	
HOTEL PLAYA VIAJES	☎ 91-5427933	
Silva, 2 6º 2ª MADRID	Fax 91-5422071	
HVALATRAVEL.COM	☎ 93-4827100	
Diputacio, 238 BARCELONA	Fax 93-4827131	
IBEROJET	☎ 971-070428	
Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	Fax 971-040466	
INTERMUNDOS	☎ 91-5320413	
Fuencarral, 9 1º MADRID	Fax 91-5221241	
MSC CRUCEROS	☎ 91 308308	
Arequipas, 1 MADRID	Fax 91-3821664	
MUNDICOLOR	☎ 902-361926	
Mahonia, 2 MADRID	Fax 93-4827131	

NO MÁS FRONTERAS.COM	☎ 902-510120	
Diputacio, 238 BARCELONA	Fax 91-4568686	
NUESTROS CAMINOS	☎ 91-5472509	
C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	Fax 91-5471792	
OKATOUR	☎ 91-1417960/61	
Albasanz, 16 4º MADRID	Fax 91-1417895	
ORBIS	☎ 91-5612373	
Av. Doctor Arce, 25 MADRID	Fax 91-5614242	
PAISAJESTRANSVIA TOURS	☎ 96-3414400	
Albacete, 19 VALENCIA	Fax 96-3423777	
PANAVISIÓN TOURS	☎ 91-5860800	
Goya, 22 MADRID	Fax 91-5860846	
PANAVISIÓN TOURS	☎ 93-2159515	
Consejo de Ciento, 357-359 BARCELONA	Fax 93-4871458	
POLITOURS	☎ 91-5416200/902-877778	
San Bernardo, 17 MADRID	Fax 91-5597889	
POLITOURS	☎ 93-3175099/902-877778	
Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	Fax 93-3181683	
POLITOURS	☎ 945-245500/902-877778	
Av. Gasteiz, 53 VITORIA	Fax 945-3220396	
POLITOURS	☎ 96-3944004/902-877778	
Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	Fax 96-3944618	
POLITOURS	☎ 95-2305323/902-877778	
Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	Fax 95-2305479	
PORTUGAL TOURS	☎ 91-5484600-902-109898	
Buen Suceso 14, 28008, MADRID	Fax 91-5419826	
PROTEL	☎ 91-5096101-902-196100	
Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	Fax 91-3729198	
RHODASOL-TURIMAR	☎ 91-4014949	
Gran Vía 71, 28013 MADRID	Fax 91-4024400	
RHODASOL-TURIMAR	☎ 976-391911	
Coso 89-91 1º ZARAGOZA	Fax 976-299435	
SOLAFRICA	☎ 91-3532740	
Federico Salmón, 1 MADRID	Fax 91-3503896	
SOLPLAN-TOURNEE	☎ 971-070435	
Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	Fax 971-040466	
SOLPLAN-TOURNEE	☎ 93-5100710	
Valencia, 231 2º BARCELONA	Fax 93-4880792	
SOLPLAN-TOURNEE	☎ 91-2960101 / 902239644	
Julio Camba, 1 7º MADRID	Fax 91-3612578	
SOLPLAN-TOURNEE	☎ 96-3944625	
Luis Vives, 7 VALENCIA	Fax 96-3942381	
TIEMPO LIBRE-MUNDICOLOR	☎ 91-4568600	
Sor Ángela de la Cruz, 6 MADRID	Fax 91-4568773	
TOURALP	☎ 91-5768445	
Príncipe de Vergara, 47 MADRID	Fax 91-4359088	
TOURING CLUB	☎ 902-100456/94-4277381	
Gran Vía, 81 2º BILBAO	Fax 94-4206024	
TRANSVACACIONES	☎ 902 164102/91-7242422	
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	Fax 91-6239817	
TRAPSATUR	☎ 902-211024 91-5480000	
San Bernardo, 5 MADRID	Fax 91-5427855	
TRAVELPLAN	☎ 91-5406000	
Pza. España, 18 Torre Madrid 2 MADRID	Fax 91-5411099	
TURAVIA CLUB	☎ 902 354355	
Edf. Barajas C/ Trespaderne 29, 4º MADRID	Fax 91-3297515	
TURVISA	☎ 91-5419210 902-234353	
San Bernardo, 5-7 MADRID	Fax 91-5416174	

UNIPLAYAS	☎ 952-378646	
C/ Rio Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	Fax 952-375372	
UNIPLAYAS	☎ 93-4905450	
Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	Fax 93-4906479	
UNIPLAYAS	☎ 91-5401840	
C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq. MADRID	Fax 91-5401841	
VIVA TOURS	☎ 902-353354/55 91-3297400	
Trespaderne, 29 4º	Fax 91-3297516/17	
Compañías Aéreas		
AEROMEXICO	☎ 91-5489810	
Cedaceros, 11, 1ª planta MADRID	Fax 91-5481527	
ALITALIA	☎ 91-1217401	
Pl. Descubridor Diego de Ordas, 3-3ª MADRID	Fax 91-4414956	
ALITALIA	☎ 902-100323	
Av. Diagonal, 403 BARCELONA	Fax 93-4158379	
AIR Berlin	☎ 902-448686	
Gran Vía Asima 6A 1ºC PALMA DE MALLORCA	Fax 971-448689	
AIR EUROPA	☎ 971-178100	
Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	Fax 971-178360	
AIR SPAIN BROKER	☎ 91-3083444	
Almagro, 19, Madrid	Fax 91-3198440	
FINNAIR	☎ 901888126	
Fontanella, 12 B 3ª BARCELONA	Fax 901888128	
FLYTUR AIR MARKETING	☎ 91-5421323	
Luisa Fernanda, 2 MADRID	Fax 91-5423710	
IBERIA	☎ 91-5878787-5877592	
Velázquez, 130 MADRID	Fax 91-5877502	
LAN	☎ 91-4544140	
Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID	Fax 91-5560933	
LOT	☎ 91-5481373/91-5487353	
Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	Fax 91-5595365	
US AIRWAYS	☎ 91-4444700	
Alberto Aguilera, 38 2º Izq. MADRID	Fax 91-4444709	

Compañías Marítimas		
BALEARIA	☎ 902-160180	
Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	Fax 96-5787605	
COSTA CRUCEROS	☎ 91-5558550	
Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	Fax 91-5564770	
COSTA CRUCEROS	☎ 93-4875685	
Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	Fax 93-4874770	
EUROFERRYS	☎ 956-651178-507070	
Estación Marítima ALGECIRAS	Fax 956-653379	
P&O PORTSMOUTH	☎ 94-4234477	
Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	Fax 94-4235496	
CROISI EUROPE	☎ 91-2952497	
General Oraa, 5 1º MADRID	Fax 91-6816757	
SPANISH CRUISE LINE	☎ 91-5317102	
Alcalá, 54 MADRID	Fax 91-5230612	
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA	☎ 902-454645	
www.trasmediterranea.es		
VISION CRUCEROS	☎ 91-7896400	
www.visioncruceros.com	☎ 91-3107215	

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

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

Centrales de Reservas		
CONFORTEL HOTELES	☎ 902-424242	
Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	Fax 91-3831743	
CENTRALIA	☎ 902-200063	
Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	Fax 902-200064	
HOTEL JARDIN TECINA	☎ 922-145864-66	
Lomada de Tecina LA GOMERA	Fax 922-145865	
GRUPO NATURA	☎ 93-6801600	
Av, Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	Fax 93-6800944	
HOSPEDERIAS REALES	☎ 902-202010	
Fraille, 1 Villanueva de los Infantes C-REAL	Fax 926-361788	
HOTUSA-EUROSTARS	☎ 902-222999-93-3199062	
Princesa, 58 Principal BARCELONA	Fax 93-2681945	
HUSA HOTELES	☎ 93-5101300	
Sabino Arana, 27 BARCELONA	Fax 93-3397064	
INTERHOME	☎ 93-4090522	
Guitard, 45 BARCELONA	Fax 93-4090493	
KEYTEL	☎ 902101314	
C/ Aragón 208-210, 6º, 6ª BARCELONA	Fax 93-4541108	
MARKHOTEL	☎ 91-5210303-902-151515	
Jacometrezo, 4 MADRID	Fax 91-5215999	
PARADORES	☎ 91-5166666	
Requena, 3-5 MADRID	Fax 91-5166657	
RIU HOTELS	☎ 971-743030	
Laude s/n PALMA DE MALLORCA	Fax 971-744171	
SOL MELIA	☎ 902-144444	
Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA	Fax 91-5791392	
TRANSHOTEL	☎ 902 164164/902 164163	
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	Fax 902 444 164	
UTELL	☎ 91-5949494/902-454647	
Pza. Marqués de Salamanca,3 y 4 1º	Fax 91-5949482	

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

Transporte por Carretera		
AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO	☎ 91-7477570	
Marzo, 34 MADRID	Fax: 91-7481114	
AUTOCARES GARCÍA TEJEDOR	☎ 91-4737773	
Jaime El Conquistador, 34 MADRID	Fax: 91-4738072	
COAVITUR	☎ 91-3265280	
Hermanos Gómez, 4 MADRID	Fax 91-3260638	
ETRAMBUS	☎ 91-5050552	
San Cesáreo, 34 MADRID	Fax: 91-5051661	
Europea de Turismo	☎ 91-5475921	
C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	Fax: 91-5416231	
IRIBUS (Alsa Grupo)	☎ 91-7546502	
Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	Fax: 91-7545365	
TRAPSA	☎ 902110115	
Av. Manoteras, 14 MADRID	Fax: 91-3021709	
Servicios		
AMADEUS	☎ 91-5858681-5858682/3	
Salvador de Madariaga, 1 MADRID	Fax 91-5858680	
WORLDSPAN	☎ 91-4118324	
Joaquín Costa, 15-1 2º 1 MADRID	Fax 91-5626650	
Cadenas hoteleras		
BEST WESTERN	☎ 900-993900-91-5614622	
Pº de la Habana, 54 2º Dcha. MADRID	Fax 91-5618625	
CONFORTEL HOTELES	☎ 902-424242	
Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	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. Adecuarse a ella es imprescindible para evitar las fuertes sanciones que la Agencia de Protección de Datos aplica de forma muy estricta a quienes no la cumplen. Estas sanciones pueden ser de hasta 600.000 euros.

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



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

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



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

Profesor: Francés (Nativo)

Globoh: 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 Turilm (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-mails: fetislam@yahoo.com, alanf_3@hotmail.com

Coste a convenir adaptado a sus posibilidades

☎ 91 369 41 00

 91 369 18 39

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING

Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

NEXOTUR

Viajes a antiguas civilizaciones en la página ‘web’ de Aspasia Travel

Aspasia Travel ofrece en una página de fácil uso la descripción de un amplio conjunto de viajes temáticos a antiguas civilizaciones que dieron origen a la humanidad y a países inéditos, aunque para reservar sólo ofrece un formulario de solicitud.



La agencia minorista-mayorista **Aspasia Travel**, con sede en Barcelona, presenta una página de sencillo diseño y fácil uso, aunque con tiempos de presentación mejorables, en la que ofrece alguna información sobre la empresa y una completa descripción de sus viajes a zonas origen de antiguas civilizaciones y a algunos países inéditos. Para la gestión de reservas sólo ofrece un formulario de solicitud de presupuesto. La página presenta únicamente versión en castellano, aunque incluye el enlace con un área de servicios de receptivo que se presenta en inglés y ruso.

ASPASIA TRAVEL / Mayorista

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 0	DISEÑO									
8	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
5	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
8	CALIDAD INFORMACIÓN									
1 0	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
1 0	GESTIÓN DE RESERVAS									
8	CONFIRMACIÓN INMEDIATA									
8	INFORMACION POSTERIOR									
1 0	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

Aunque no incluye ninguna referencia a las agencias de viajes españolas, la página de Aspasia Travel puede ser de interés para los profesionales de Turismo por la adecuada descripción de unos viajes de características especiales, y por su oferta de receptivo a agencias extranjeras.

5.2

INFORMACIÓN

Presenta una información de cada viaje, en varias pantallas incluyendo una descripción general, el itinerario en el que indica los servicios incluidos, los hoteles, las tarifas y las condiciones de pago. Además, permite descargar un folleto en PDF con una amplia información del viaje.

RESERVA

No incluye ningún tipo de gestión de reservas ni ninguna referencia a las agencias de viajes. Únicamente presenta, asociado a la descripción de cada programa de viaje, un formulario para solicitud de presupuesto, que queda pendiente de respuesta posterior.

GENERAL

Ofrece alguna información sobre la empresa, las características de su oferta de viajes, su dirección, teléfono y dirección de correo electrónico. También presenta un blog no operativo durante las pruebas realizadas y un área de receptivo con versiones en inglés y ruso.

▲ Lo Mejor / Información

Presenta un fácil acceso a una completa información sobre su gama de viajes de características especiales.

▼ Lo Peor / Gestión Reservas

La página ofrece únicamente un formulario de solicitud de presupuesto, sin ninguna referencia a los profesionales de Turismo.

La ‘web’ de la cadena Jumeirah H&R incluye la reserva desde agencias

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



El **Grupo Jumeirah** ofrece la información sobre su cadena de hoteles y **resorts** de lujo en algunos países de Europa, el Caribe y Oriente en una página de diseño adecuado, incluyendo un sencillo sistema de reservas de pago mediante tarjeta con un área especial dedicada a los profesionales de Turismo registrados en el sistema. Por otro lado, la página, que también incluye una amplia información sobre el Grupo, su historia, objetivos y características de sus servicios, ofrece una versión completa en inglés y otras parciales en castellano, alemán, árabe, chino, ruso, turco e italiano.

JUMEIRAH H&R / Hoteles

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 0	DISEÑO									
8	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
1 0	CALIDAD INFORMACIÓN									
1 0	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
1 0	GESTIÓN DE RESERVAS									
8	CONFIRMACIÓN INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
1 0	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

Jumeirah H&R ofrece a los profesionales de Turismo una página de adecuado diseño, con una amplia descripción de sus establecimientos y un área muy completa para su gestión de reservas, aunque su utilidad está limitada por las especiales características de su oferta.

7.3

INFORMACIÓN

Se accede a los alojamientos desde un mapa de destinos o desde las alternativas de la reserva. Presenta una completa información del establecimiento en varias pantallas con especial atención a la descripción de sus tipos de habitación, restaurantes y servicios de spa y para eventos.

RESERVA

Ofrece un sencillo sistema de reservas con una amplia información sobre las alternativas de tarifas y tipos de habitación, que permite seleccionar cualquier moneda de pago, disponible para el cliente final, empresas con acuerdos corporativos y agencias de viajes.

GENERAL

Incluye una completa información sobre el Grupo Jumeirah, las empresas que lo componen, su filosofía y sus planes de futuro entre otros. También ofrece a clientes y empresas y agencias la posibilidad de registrarse e incluye áreas para proveedores y otra de ofertas de trabajo.

▲ Lo Mejor / Completa

Se trata de una página de cuidado diseño con un sencillo acceso a la información y un fácil sistema de reservas.

▼ Lo Peor / Robustez

En algunos casos se genera un error en el sistema del que informa mediante traducción automática del mensaje en inglés.



Entrada / Presenta el acceso a la información de la empresa y a sus programas por país, un buscador de viajes y ofertas especiales



Producto / Accediendo por país o desde el buscador, ofrece una relación de viajes programados y la descripción del seleccionado.



Reserva / Desde la descripción de un viaje se accede a un formulario de solicitud de presupuesto, que queda pendiente de respuesta.



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



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



Reserva / Dispone de un completo sistema de reservas válido para el cliente final, empresas registrados y agencias de viajes.

La ‘web’ de Cevesa informa sobre su oferta de transporte terrestre

Cevesa presenta una página de correcto diseño en la que incluye alguna información sobre la empresa, su actividad y objetivos, así como una relación de sus distintos tipos de servicio y los horarios y precios de sus trayectos, pero sin información de gestión.



www.cevesa.es

Cevesa, empresa de transporte terrestre con sede en Leganés (Madrid), presenta una página de cuidada presentación y únicamente en castellano, en la que ofrece una descripción muy general de su oferta de servicios regulares en las dos Castillas, Madrid y Extremadura, incluyendo sus horarios y tarifas por trayecto, una relación de sus diferentes títulos de transporte y un área de ayuda al viajero, así como de los diferentes tipos de transporte discrecional que ofrece, con una galería de fotos de su flota de autocares y un formulario para solicitud de presupuestos.

INFORMACIÓN

Ofrece una relación de sus tipos de servicios de transporte terrestre, con una descripción muy general de cada uno de ellos y la relación de los distintos títulos de transporte, así como los horarios y precios de un trayecto. También presenta una galería de fotos de su flota de autocares.

RESERVA

La página no incluye ningún tipo de gestión de reservas, ni indica la forma de reservar un billete o de adquirir un título de transporte. Tampoco informa sobre los puntos de venta, aunque ofrece una descripción de las estaciones de autobuses en las que operan sus itinerarios.

GENERAL

Ofrece alguna información sobre la empresa, su objetivo de cubrir todas las necesidades de transporte por carretera y un resumen de sus actividades en el año 2007. También incluye una amplia sección de ayuda al viajero, con un formulario de contacto.

▲ Lo Mejor / Diseño

Se trata de una página bien diseñada, con una cuidada presentación y un sencillo acceso a todas sus áreas.

▼ Lo Peor / Contenidos

Ofrece una información muy limitada de sus servicios, con muy poca ayuda sobre la forma de adquirir billetes y títulos de transporte.

CEVESA / Transporte

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

Cevesa ofrece en su web una información de limitado interés para los profesionales de Turismo, ya que sobre sus servicios discrecionales de transporte terrestre sólo incluye una relación y una descripción general de cada tipo con sólo un formulario para ampliar información.

4.7



Entrada / Presenta el acceso a todas sus áreas de información sobre la empresa y sus servicios y un buscador de horarios.



Producto / Presenta una descripción general de cada tipo de servicio, su flota y los horarios y precios de sus itinerarios.



Reserva / No incluye ninguna gestión de reservas, solo una relación de títulos de transportes y los horarios y tarifas por trayecto.

Nueva presentación y estructura en la ‘web’ de Turismo en Holanda

Holanda vuelve a modificar la presentación y la estructura de su ‘sitio’ en Internet, manteniendo un nivel semejante a la versión anterior de información y gestión de servicios, modificando la estructura de accesos y potenciando las redes sociales.



www.holland.com

La **Oficina de Turismo y Congresos de Holanda (NTBC)** vuelve a cambiar el diseño de su página en Internet, modificando los tipos de acceso a la información y eliminando el acceso mediante planos y el sistema de mapas activos basado en Google Maps que estaba desarrollando en la versión anterior. El nuevo sistema mantiene un nivel de información semejante al del anterior y la posibilidad de reserva de cualquier tipo de alojamientos enlazando con otras centrales, así como versiones para múltiples países en su idioma, una de ellas en español.

INFORMACIÓN

Ahora se puede acceder a la información por ciudad, región o actividad, pero ha desaparecido el acceso mediante planos activos. Presenta todos los temas de interés turístico del sitio seleccionado y su entorno, con una descripción general y el acceso a sus opciones.

RESERVA

Mantiene el mismo sistema de información y reservas de todo tipo de alojamientos en el que ofrece una información muy completa del alojamiento, indicando las centrales de reservas en que está disponible y a qué precio y trasladando la reserva a la seleccionada por el usuario.

GENERAL

Desde la primera pantalla se accede diferentes sistemas de información para turistas, profesionales, eventos y prensa. También ofrece una versión para terminales móviles que permite seleccionar previamente la información a descargar o consultarla online sin la descarga previa.

▲ Lo Mejor / Completa

Mantiene la información de interés para los viajeros, los agentes de viajes y los organizadores de eventos.

▼ Lo Peor / Gestión de Mapas

Se ha eliminado la gestión mapas activos y los planos de zonas, que existían en la versión anteriormente analizada.

HOLANDA / Destino

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página de Turismo de Holanda mantiene su interés para las agencias de viajes por la facilidad de acceso a cualquier tipo de información, que generalmente es adecuada, y porque ofrece un área específica para la organización de eventos en ese país.

8.3



Entrada / En un nuevo formato ofrece páginas de inicio para turistas, profesionales, eventos y prensa.



Producto / Se sigue accediendo a cualquier tema por tipo y grupo aunque han cambiado los temas y eliminado el sistema de planos activos.



Reserva / Ofrece un buscador de todo tipo de alojamientos y su reserva enlazando con las centrales que ofrecen el seleccionado.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias de viajes españolas buscan profesionales con experiencia demostrable

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

■ **Travelia Trip.** Ciudad Real. Se busca agente de viajes *freelance* con contrato de autónomo. Ofrecemos acceso a nuestra plataforma *online* de reservas, donde podrá realizar todas las gestiones. Requisitos: experiencia mínima de dos años en el Sector. C.V.: julian@viajestraveliatrip.es.

■ **Viajes Traveleus.** Madrid. Se necesita agente de viajes con experiencia en gestión de grupos. Requisitos: inglés hablado y escrito y conocimientos de Amadeus y sistema de reservas de Renfe. C.V.: farregui@traveleus.com.

■ **Atrayana Viajes.** Sevilla. Se busca profesional *freelance*. Requisitos: experiencia en el Sector. Se valorará cartera de clientes. C.V.: administracion@atrayanaviajes.es.

■ **Summerwind.** Madrid. Se precisa incorporar a un agente para atención telefónica, reservas de vuelos a través de los diferentes sistemas de reservas, resolución de incidencias y seguimiento de las mismas. Requisitos: diplomado en Turismo, buen nivel de inglés y otros idiomas, conocimientos de Amadeus y Galileo. No es necesaria expe-

riencia, aunque se valorará positivamente haber realizado funciones similares con anterioridad. C.V.: l-porcel@summerwind.es.

■ **Viajan2.** Barcelona. Buscamos persona emprendedora para comenzar nuevo proyecto en Barcelona. Ofrecemos una amplia cartera de clientes para gestionar de una manera eficaz y con resultados. Requisitos: cinco años de experiencia en la venta de grandes viajes. C.V.: info@viajan2.es.

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

■ **Premium Group.** Vizcaya. Se busca agente de viajes con ganas de aprender y de trabajar en equipo. Requisitos: dominio de informática y buen manejo de Internet. C.V.: rgg@viajespremiumexplorer.com.

■ **Paykan.** Barcelona. Empresa multinacional suiza dedicada al alquiler de viviendas en periodos vacacionales precisa incorporar un director de oficina en su delegación de la Costa Dorada. Requisitos:

experiencia en puesto comercial con funciones de gestión económica y rentabilidad operacional, coordinación de equipos y buen nivel de inglés. También se valorará conocimientos de otros idiomas y residencia en la zona. C.V.: konsac@konsac.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@iaviages.com.

■ **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.

■ **Viajes Célebres.** Málaga. Empresa en expansión y crecimiento necesita agente con experiencia. 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.

■ **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. Requi-

sitos: manejo avanzado de Amadeus. C.V.: fourdimensions@fourdimensions.es.

■ **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.

■ **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.

■ **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.

■ **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.

■ **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.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Resorts y Spas de lujo

↑ Six Senses Resorts & Spa presenta una web bien diseñada en la que incluye una completa **información** sobre sus establecimientos de lujo en varios países, así como un sistema de reservas de fácil uso, no disponible para las agencias de viajes.

→ Su **utilidad** está limitada por su tipo de oferta.

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



<http://www.sixsenses.com>

Vuelos hacia Europa

↑ La nueva versión de la página de EasyJet mejora sensiblemente la presentación y la **información** sobre sus servicios, manteniendo un sistema de gestión de reservas semejante al de la versión anterior, pero ya no permite la reserva desde las agencias.

→ Es una página de **utilidad** para el cliente final.

↓ Ha eliminado la gestión de **reservas** que había en la versión anterior.



<http://www.easyjet.com>

Transporte en Cataluña

↑ Moventis, grupo que incluye diversas empresas de transporte terrestre, presenta una página de correcto diseño y estructura, en la que engloba la **información** y la gestión homogénea de sus servicios, incluyendo la reserva *online* de algunos de ellos.

→ Su **utilidad** está limitada porque no ofrece sus tarifas.

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



<http://www.sarbus.com>

Ecoturismo en España

↑ Asetur ofrece, en una página muy bien diseñada, **información** de alojamientos de Turismo Rural en España, utilizando su clasificación por espigas, y su gestión de reservas para cliente final, en algunos casos *online* y mediante un formulario en el resto.

→ Por su diseño y nivel de información es una web de **utilidad**.

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



<http://www.ecoturismorural.com>

Turismo en Cartagena

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

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

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



<http://www.cartagenapuertodeculturas.com>

Toda Navarra

↑ La página oficial de Turismo en Navarra, que ya ofrecía una completa **información**, ha ampliado su funcionalidad incluyendo el acceso desde mapas activos, enlaces con redes sociales y la posibilidad para el usuario final de reservar alojamientos.

↑ Por su estructura y nivel de información es una web de **utilidad**.

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



<http://www.turismo.navarra.es>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Contratación de agencias

✓ Anuncio del 26 de diciembre del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas de licitación de la Junta de Contratación. Objeto: servicio de agencia de viajes. Dependencia que tramita el expediente: Junta de Contratación del Ministerio. Dirección de Internet del perfil del contratante: contrataciondelestado.es. Fecha límite de obtención de documentación e información: hasta las 15:00 horas del 11 de enero. Plazo de ejecución: dos años.

✓ Resolución rectoral de 26 de diciembre de 2012, de la Universidad de Cantabria, por la que se hace pública la formalización del contrato del procedimiento abierto convocado para la contratación del servicio de agencia de viajes. Dependencia que tramita el expediente: Servicio de Gestión Económica, Patrimonio y Contratación-Seccción de Contratación. Dirección de Internet del perfil del contratante: www.unican.es. Valor estimado del contrato: 2.588.000 euros. Contratista: Viajes El Corte Inglés.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

LIBROS

La Guía Repsol se alía con el Turismo

La nueva edición consolida su formato más manejable y visual

La Guía Repsol 2013 consolida su exitoso formato más visual y manejable, estructurado en tres volúmenes con contenidos separados: uno exclusivo para mapas, la Guía de Turismo con los Mejores Restaurantes y la Guía de Rutas con los Mejores Sabores. Esta nueva edición ha centrado su atención en ofrecer herramientas que faciliten la planificación del viaje en cualquier formato, reforzando su apuesta por las nuevas tecnologías.

La novedad más destacada de la nueva edición impresa se encuentra en la Guía de Rutas con los Mejores Sabores, donde las recetas y platos con mayor arraigo de nuestro país y las fiestas tradicionales que les rinden homenaje constituyen el hilo argumental para 34 recorridos, dos por cada Comunidad autónoma, para descubrir España de una forma original. Estas nuevas rutas se encuentran en Internet junto a las publicadas desde 2009 en la Guía de Rutas con Denominación de Origen, completando un total de 170 recorridos con la oferta gastronómica de los sabores más auténticos de España.



Por su parte, guiarepsol.com, que recibe dos millones de visitas mensuales, amplía su apuesta por los contenidos multimedia y de alta calidad para que el internauta pueda disfrutar de un viaje a la medida de sus necesidades. Con su oferta de múltiples propuestas turísticas y gastronómicas, la versión online renueva continuamente sus contenidos, proponiendo los más diversos planes adaptados a su gran variedad de usuarios: destinos urbanos para disfrutar de 39 ciudades en 48 horas, sugerencias semanales, escapadas temáticas, etc.

CURSOS

Les Roches Marbella difunde su programa

Formación en administración y gestión hotelera

La Escuela internacional de alta dirección hotelera Les Roches Marbella presentará su programa de Grado, impartido íntegramente en inglés, durante la séptima edición de la feria itinerante Unitour, salón de orientación universitaria. Compuestos por el Título Universitario en Administración Hotelera (con triple especialización en Gestión de Eventos, Gestión de Hoteles Resorts o Emprendedores y Gestores de Pymes) y el Diploma en Alta Dirección de Hotel, los programas tienen una duración de tres años y medio y tres años de duración respectivamente. Organizada por Círculo Formación, Unitour 2012-2013 dará a conocer la oferta universitaria disponible en España, ayudando así a los alumnos a diseñar su futuro profesional a partir de la correcta elección de centro. En sus seis primeras ediciones ha orientado a más de 100.000 estudiantes y 5.000 padres.

CALENDARIO

CIMET, en la víspera de Fitur

● El martes 29 de enero de 2013, Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET), Centro de Convenciones de Ifema. La Conferencia organizada por el Grupo NEXO en estrecha colaboración con el Consejo de Turismo de CEOE, que acumula ya 15 ediciones, congregará un año más en la víspera de Fitur a los principales empresarios del Sector Turístico y a los ministros de Turismo de los países iberoamericanos. El evento, que se centrará en esta edición en la inversión hotelera, está abierto a cualquier empresario o profesional, que será inscrito como invitado de honor, previa aprobación de su solicitud por parte del Comité Organizador. La trayectoria de la Conferencia y su apoyo a la internacionalización de las empresas españolas se ha traducido en la obtención de la Medalla al Mérito Turístico por parte de sus copresidentes, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, a propuesta del ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria.

N BOLSA DE TRABAJO nexotur.com

¿Necesita un profesional?

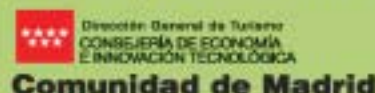
Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

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

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

¿Busca trabajo?

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



SUBEN

Abel Matutes

El presidente de la Mesa del Turismo, Abel Matutes, advierte a la OCDE que la aplicación de un IVA general a las actividades turísticas supondría la "quiebra de uno de los pilares en los que se apoya la recuperación económica".



José E. Núñez

El consejo de administración de Madrid Espacios y Congresos ha elegido al delegado del Área de Economía, Empleo y Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid, José Enrique Núñez Guijarro, como presidente de Madrid Espacios y Congresos.



Gonzalo Hervás

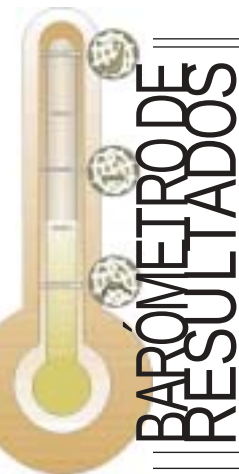
Gonzalo Hervás se ha unido al equipo directivo de Grupo BlueBay, siendo nombrado subdirector general. Bilbaíno de 48 años, Hervás es Abogado Economista por la Universidad de Deusto y MBA por la City University of Los Angeles (EEUU).



SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Abel Matutes	3
Entrevista / Vicent Coste	4
Escapate	5-15
Mostrador	18-20
Club	21
Hotelería	23-25
Booking	27
Evaluanet	28-29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

24 de Diciembre al 6 de Enero de 2013



LA SEMANA

La debilidad del consumo pasa factura al empleo

Las agencias de viajes y turoperadores adelgazan sus plantillas. Ante la drástica caída de ventas que se viene produciendo en este año, las empresas del Sector han proseguido con su reajuste para poder subsistir, lo que se ha traducido en la pérdida de 5.000 puestos de trabajo entre los meses de agosto y noviembre, pasándose de los 54.426 profesionales afiliados a la Seguridad Social a algo más de 49.420. Según los datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, hechos públicos por el Instituto de Estudios Turísticos, se trata de la primera vez desde enero de 2005 que se baja de los 50.000 trabajadores en este Sector, lo que viene a demostrar el endurecimiento de la crisis.



INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

Las 'low cost' siguen a la cabeza

El modelo *low cost* amplía su ventaja con el tradicional. Según los datos del Instituto de Estudios Turísticos, en los 11 primeros meses del año las compañías aéreas de 'bajo coste' han transportado 34,7 millones de pasajeros, el 58,3% del total, experimentando un crecimiento interanual del 1,6%. Esta evolución contrasta con la de las aerolíneas convencionales, que pierden un 3% de usuarios, hasta los 24,7 millones

Entrada de pasajeros aéreos



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

mostraron sendas caídas (del -2,9% y -4,6%, respectivamente), mientras que Vueling experimenta un fuerte aumento del 18,5%.

Reino Unido, Alemania e Italia han emitido en noviembre el 62% de los pasajeros aéreos que llegan a España en aerolíneas de 'bajo coste'. A la

cabeza está Reino Unido con 588.313 viajeros, un 1,9% más que en 2011, siendo Canarias y la Comunidad Valenciana sus principales destinos, con pesos respectivos del 35,2% y del 18,4%. Con 353.080 pasajeros, Alemania ocupa la segunda posición, aunque muestra un descenso del

1,2%. A continuación aparece Italia con cerca de 200.000 turistas, un 13,5% menos que hace un año.

Por detrás están Francia, Países Bajos e Irlanda, todos ellos con un peso mucho menor, acaparando en conjunto el 15,7%. Respecto al año anterior, los mercados francés e irlandés presentan sendos crecimientos del 9% y del 2,1%, respectivamente, mientras que los viajeros procedentes de los Países Bajos decrecen un 2,5%. Finalmente, cabe destacar el comportamiento positivo de Noruega y Suecia, que experimentan avances del 35,6% y del 60%.

Dominio de El Prat

Nueve de cada diez pasajeros que han volado en aerolíneas low cost han acudido a cinco Comunidades autónomas. Por orden de importancia, éstas son Canarias, Cataluña, Madrid, Comunidad Valenciana y Andalucía. De ellas, solo Canarias y Madrid muestran caídas (-4,2% y -12,1%, respectivamente). En el lado opuesto destaca el comportamiento de Cataluña, que ha crecido un 10,5%. La Comunidad Valenciana y Andalucía presentan tasas de crecimiento más modestas, concretamente de un 2,1% en el caso de la primera y de un 1,5% de la segunda.

Por aeropuertos, Barcelona-El Prat sigue siendo el más utilizado por los pasajeros que vuelan con compañías aéreas de 'bajo coste'. En noviembre ha recibido 405.778 viajeros internacionales (el 22,1% del total), un 9,3% más que hace un año. Le siguen Madrid-Barajas con 237.369, un 12,1% menos, y Tenerife Sur con 203.251, un 1,1% menos.

Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

...y recíbelo cada mañana en tu email