

JOAN
GASPART

Una presión insostenible

PÁG. 9 / Someten a la empresa turística balear a una presión fiscal insostenible



WOLFGANG
PROCK-SCHAUER

Vuelta a las ganancias

PÁG. 7 / Tras las pérdidas de 2011, en 2012 airberlin gana casi siete millones



ROLAND
KEPPLER

Mejora del beneficio

PÁG. 6 / En 2012 el beneficio bruto de explotación de Europcar crece un 28%



SEBASTIÁN
FRANQUIS

Un alcance limitado

PÁG. 10 / El PSOE critica el alcance limitado del Plan Nacional de Turismo



JOSÉ LUIS
PRIETO

Secuelas en el Sector

PÁG. 11 / "El agujero que ha dejado Orioniza" en IATA tendrá consecuencias

El Sector constata que la Semana Santa ya no es una temporada alta

Las ventas en las agencias han sido inferiores a las de 2012

Por segundo año consecutivo, la Semana Santa deja de ser la segunda gran época de ventas para el Sector de agencias de viajes, por lo que ya no se considera tem-

porada alta. Tras un descenso de las ventas en 2012 de hasta el 20%, en 2013 los resultados obtenidos son similares o incluso inferiores al año anterior.



Damián Arroyo preside AEGVE.

AEGVE: 'Optimizar la política de viajes'

Para el presidente de AEGVE, en la actual coyuntura "hay que optimizar la política de viajes en los tiempos que corren". Pág. 4

La facturación de las agencias cae un 7%

En enero, agencias minoristas y turoperadores han registrado en su facturación un descenso del 7,1%, según el INE. Pág. 12

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 23

"Ciertamente la Semana Santa ha ido perdiendo importancia, y ello es debido fundamentalmente a la crisis económica que conlleva la reducción del consumo", subraya el vicepresidente de CEAV, Vicente Blasco. Así, la mayoría de los representantes del Sector consultados por NEXOTUR coincide en señalar que esta festividad "ha quedado enterrada" como temporada alta, con ventas similares o incluso inferiores a las de 2012, cuando se produjeron

descensos del 20%. Sin embargo, como matiza el presidente de la Confederación, Rafael Gallego, "ha habido luces y sombras" en esta Semana Santa recientemente finalizada. De esta manera, aunque reconoce que su adelanto al mes de marzo "nos ha perjudicado", entiende que "hay que olvidarse de los datos de épocas doradas", y subraya que los resultados en determinados segmentos "han sido positivos".

Escapate en pág. 6

Los salones TurNexo Madrid y Valencia acogen sendos debates

Madrid y Valencia son las nuevas citas para esta semana con los Salones TurNexo en su edición de verano. El martes 9 de abril, en horario de mañana el Hotel Mayorazgo Best Western acoge el Salón TurNexo Madrid, que servirá además de marco para la segunda edición del Foro AgentLab. Ya el jueves 11 de abril, le toca el turno al



Salón TurNexo Valencia, que se celebrará en horario de tarde en el Ayre Hotel Astoria Palace, que también acogerá el Debate NEXOTUR. Los agentes de viajes en activo interesados en acudir a cualquiera de los Salones organizados por el Grupo NEXO pueden preinscribirse en www.turnexo.com.

Escapate en pág. 8

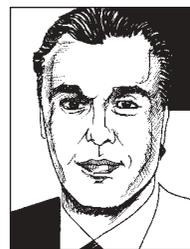
CEAV solicita protección 'contundente' para el aéreo

Insiste en la creación de un fondo de garantía

CEAV le ha trasladado a la ministra de Fomento, Ana Pastor, su interés por crear un fondo de protección al pasajero, así como que se regule



Ana Pastor y



Rafael Gallego

a las compañías aéreas "con una normativa más contundente". Como le han explicado en un encuentro "son desproporcionadas las condiciones draconianas y

requisitos exigidos a las agencias, comparados con los que se le piden a una aerolínea". ECTAA también ha reclamado a la Comisión Eu-

ropea el establecimiento de "un mecanismo obligatorio a cargo de las compañías aéreas para proteger a los pasajeros" ante quiebras. Escapate en págs. 5 y 9

IATA retrasa a mayo el cambio de fecha para el pago del BSP

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) aplaza a mayo la entrada en vigor de los cambios en los criterios financieros locales y la nueva fecha de remisión de fondos al BSP, que se iba a aplicar en abril. A partir de entonces la liquidación se adelanta del día 15 de cada mes al 10, excepto cuando haya



Javier Valdés

festivos nacionales en los primeros días hábiles, en los que se da un día más de margen. Este cambio va acompañado de una reducción de los avales de las agencias, que pasarán de 50 días de producción a 43. Con este acuerdo, el Sector ha logrado, una vez más, esquivar la liquidación semanal. Escapate en pág. 5

IBERIA Plus Kids

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

IBERIA

CLAVES

Comparecencia de CNC (y III)

LA NECESIDAD DE seguir debatiendo el modelo institucional y de contar, para su desarrollo, con los agentes interesados, la sociedad civil, las aportaciones que se puedan hacer desde la Academia y también las de los propios organismos llamados a fusionarse.

Uno de las grandes virtudes de la Ley de Defensa de la Competencia de 2007 es que fue aprobada por unanimidad de las fuerzas políticas y con un gran consenso social. Creo que sería bueno que ese consenso se mantenga y que la nueva arquitectura institucional



JOAQUÍN GARCÍA

que se apruebe nazca con ese respaldo unánime y preservando la aplicación eficaz de la Ley 15/2007.

Estamos a punto de iniciar un camino que nadie ha recorrido. No hay precedentes a nivel internacional de agencias públicas que combinen la regulación sectorial con la supervisión de competencia, de la que hasta ahora se encargaba la CNC. Acertar con el modelo institucional es crítico para que el nivel alcanzado hasta ahora en la defensa de la competencia en España no decaiga.

Me gustaría poner de manifiesto el orgullo que ha constituido para mí presidir una institución como la CNC. Teniendo en cuenta que mi carrera profesional procede y retornará a la Magistratura y tras haber presidido durante más de una década la Sala de lo Contencioso Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía, la experiencia de dirigir un organismo eficiente, independiente y absolutamente solvente desde el punto de vista técnico, ha sido muy gratificante. Creo que sería una pena perder o desaprovechar un modelo institucional como el de la CNC que aprobaron ustedes señorías por unanimidad, hace apenas cinco años.

Estoy convencido de que nuestro país no puede permitirse el lujo de bajar el nivel alcanzado estos años en la defensa y la promoción de la competencia. Necesitamos más competencia y necesitamos también, ahora más que nunca, una Autoridad de defensa de la competencia fuerte y bien dotada de medios y recursos.

Muchas gracias por la atención que me han dispensado sus señorías en el día de hoy. Quedo, como siempre, a la espera de las preguntas que tengan a bien dirigirme.

◀ Joaquín García Bernaldo de Quirós es presidente de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC). Comparecencia anual ante la Comisión de Economía y Competitividad del Congreso de los Diputados.

E 'Lo cierto es que, por el momento, parece que se ha dejado de asociar la idea de hotel como mero alojamiento, y más bien parece que el cliente actual prefiere vivir nuevas experiencias durante su estancia', subraya la directora del Hotel Mónica de Cambrils

TRIBUNA



MÓNICA MASSAGUÉ

Los deportes desestacionalizan

DURANTE LOS ÚLTIMOS años, el sector hotelero se ha transformado por completo ofreciendo al cliente un sinfín de ofertas y variedades para disfrutar durante su estancia. Se consolida la actual tendencia sobre el cuidado de la salud, orientado al bienestar y al deporte. El cliente no sólo busca un hotel con spa donde relajarse, un gimnasio para ponerse en forma o un simple alojamiento, y es por ello que los principales establecimientos están empezando a ofrecer valores añadidos fuera de sus instalaciones dirigidos a satisfacer las expectativas del cliente. Se trata de buscar y encontrar nuevas metodologías atractivas de comercialización para conseguir ese apetecible valor diferencial ante la competencia.

El cliente actual se ha vuelto más exigente y se adapta a las nuevas tendencias, lo que hace que el sector se renueve y cambie la estrategia constantemente. Es por ello que los principales hoteles refuerzan sus ofertas, dejando atrás la tradicional de 'sol y playa' y adaptándose al nuevo público que busca experiencias durante todo el año.

Desde hace algún tiempo, se ha detectado un nicho de mercado potencial al que le interesa poder acceder a los distintos recintos deportivos de la zona (golf, ciclismo, fútbol, etc.) gracias a alojarse en un establecimiento determinado. Integrar bienestar y deporte en un mismo viaje se ha convertido en un elemento clave y de diferenciación, haciendo más accesible para el usuario moderno la interacción con el producto. Uno de los deportes que están cobrando cada vez más importancia dentro del sector hotelero de la Costa Daurada es el golf.

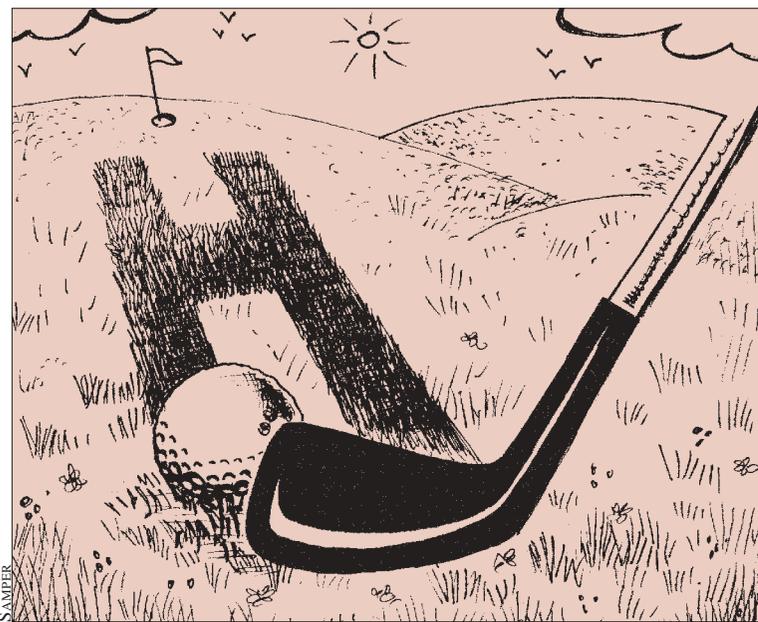
Establecemos así un nuevo punto de posicionamiento dentro del sector y dejamos atrás la optimización del servicio hotelero que ofrece gastronomía, posición geográfica o relax únicamente para dar mejor acogida al plus que se puede obtener con servicios u ofertas fuera del establecimiento habitual. Es un nuevo camino que pretende, además de mantener los actuales y tradicionales valores, ofrecer una nueva experiencia dirigida al público amante del deporte, tanto nacionales como extranjeros.

Esta opción comercial innovadora surge para reducir el impacto de uno de nuestros problemas: la estacio-

nalidad de nuestros negocios hoteleros. Es por ello que, durante mucho tiempo, hemos intentado encontrar la solución para obtener clientes fuera de los meses estivales.

No ha sido tarea fácil ya que requiere el esfuerzo de muchas per-

En cuanto al golf, ya hace más de 20 años que nos dedicamos a este sector pero últimamente este deporte ha cobrado especial relevancia gracias a dos nuevos campos de Lumine—Lake y Hills—situados en La Pineda. Además, la Asociación de Golf de



sonas y empresarios, los cuales han tenido que desplazarse para buscar nuevos mercados y tendencias de negocio. Todo ello ligado a la colaboración de una parte pública, que a veces no avanza al mismo ritmo que el sector privado.

Hoy, la Costa Daurada se siente afortunada. Gracias al esfuerzo de ambas partes podemos decir que tenemos una riqueza importante en el ámbito deportivo y tal es su éxito que, recientemente, los municipios de Cambrils y Salou han

recibido el certificado de Destinación de Turismo Deportivo, otorgado por la Generalitat de Catalunya.

Entre los avances que se han producido en nuestra zona, contamos con un esfuerzo concreto en los últimos tiempos para diseñar rutas para ciclistas, junto con un gran entendimiento del sector público que nos ayuda en la seguridad de los deportistas y una comprensión mayor por parte de los empresarios de las necesidades de este tipo de clientes. También cobra especial importancia el fútbol, ya que gracias a la iniciativa de un reconocido empresario de la zona, los visitantes pueden disfrutar del Complejo Deportivo Fútbol Salou, una de las mayores instalaciones de fútbol de toda Europa.

la Costa Daurada y la Diputación de Turismo de Tarragona han sido un gran revulsivo para que el cliente nórdico y anglosajón vuelva con fuerza a la zona. El punto diferenciador es que no disponemos de hoteles en los campos y por consiguiente, la zona ofrece

facilidad de movilidad a los golfistas para ir de un campo a otro y poder disfrutar de un paseo al lado del mediterráneo, degustar nuestros restaurantes de pescado recién traído de 'a bordo' o contar con la ayuda y el conocimiento del personal del hotel para cualquier ayuda que el cliente precise.

Últimamente siempre estamos hablando de especialización, pero yo me pregunto: ¿Es estratégico apuntarse a todas las posibilidades a ver cuál de todas funciona o mejor es profundizar y se conscientes de qué producto tenemos o queremos tener en nuestros negocios y en nuestra zona?

No todos los hoteles podemos ser excelentes en todos los ámbitos e incluso muchas veces somos poco analistas con nuestros propios negocios. Pero si realmente queremos entrar en un mercado determinado, antes tendremos que estudiar cuáles son sus necesidades ya que, por ejemplo, no es serio ir a buscar un mercado de ciclistas si no tenemos un espacio adecuado

y seguro para dejar las bicicletas de los deportistas, por ejemplo.

Es decir, proponemos que los negocios hoteleros realicen un análisis detallado y minucioso de las riquezas de la zona en la que se encuentran y de las necesidades de su público objetivo. Teniendo en claro estos factores, resultará más sencillo determinar con qué área de negocio asociarnos, cómo comercializarlo y proyectar qué beneficios nos podrá reportar.

Lo cierto es que, por el momento, parece que se ha dejado de asociar la idea de hotel como mero alojamiento. Más bien parece que el cliente actual prefiere vivir nuevas experiencias durante su estancia, ya sean culturales, de bienestar o deportivas. Los principales hoteles hemos acogido esta nueva tendencia como una oportunidad de crecimiento en el mercado actual y parece que la idea se va a extender en el corto y mediano plazo. Es una buena oportunidad de diferenciarse de la competencia a través de un elemento externo y distintivo, haciendo que el cliente obtenga lo que necesita o precisa en ese momento.

Asimismo, se busca una tendencia de alojamiento fuera de la época vacacional de junio, julio y agosto para que los clientes puedan disfrutar a lo largo del año de sus actividades más afines y poder descansar o desconectar del día a día.

La demanda se basa en sus necesidades personales y para ello la industria hotelera se adentra en su mundo a través de las redes sociales. Se da mucha importancia a las opiniones de los clientes y se establece un elevado nivel de calidad para prever la satisfacción de las expectativas del cliente antes de que se concrete su estancia.

Quienes nos dedicamos al negocio hotelero sabemos que un cliente de golf no tendrá las mismas necesidades que un ciclista o un futbolista, pero los tres coinciden en la búsqueda de una oferta combinada que les permita un doble disfrute: estancia + ocio o deporte. Saber cómo diseñar este tipo de 'paquetes', cómo comercializarlos y cómo ofrecerlos a los intermediarios que nos ayudan a crecer, es parte de la estrategia de crecimiento que debería tener todo hotel que quiera apuntar a una línea de evolución, dinamismo y calidad.

◀ Mónica Massagué es directora del Hotel Mónica de Cambrils (Tarragona).

El cliente actual se ha vuelto más exigente, lo que hace que el sector cambie la estrategia constantemente

Proponemos que los negocios hoteleros realicen un análisis detallado y minucioso de las riquezas de la zona

OPINION

NEXOTUR

Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero Delegado: Carlos Ortiz

director
EUGENIO DE QUESADA

Director Adjunto: Carlos Ortiz Rodrigo
Coordinadora General: Marga González

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

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 del Grupo NEXO: Santiago Moratal
Director de Información 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
PÚBLICIDAD / Departamento Propio: Nexo Editores (Grupo NEXO)
Madrid: Mercedes León y Yolanda Pola / Barna: Pepita Hernández

SERVICIOS EDITORIALES: Aconfisa (*Asesoría*), Nexopublic (*consultoría*), Nexo Creativo (*Publicidad*), Salon 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**

Franquicias: el grano y la paja

UNA FÓRMULA EN AUGE. Tras unos inicios azarosos, salpicados de voluntarismo, sonoros fracasos y algunos fraudes, la franquicia se ha consolidado en el Sector, gracias a la entrada de los grandes.

El ranking español de franquicias está formado, por este orden, por las marcas minoristas de Globalia: Halcón Viajes y Viajes Ecuador, Vibo (antes Viajes Iberia) ahora en plena diáspora, Barceló Viajes (que se ha quedado con parte del negocio minorista de la red del grupo Orizonia), la pujante Viajes Carrefour, Almeida Viajes y Zafiro Tours.

El doble precepto que ha de cumplir la franquicia para considerarse tal —modelo de éxito y marca implantada—, no se cumple siempre en el Sector, que ha sido y es caldo de cultivo de aventuras en las cuales se ha vendido más humo que soporte para emprendedores.

Tampoco está suficientemente clara la frontera entre las minoristas franquiciadas y las agencias asociadas a grandes redes, en las que apoyaron su expansión tanto Halcón e Iberia como la desaparecida Marsans. En suma, todos los grandes grupos, excepto la agencia líder, Viajes El Corte Inglés, que mantiene su excepcional fórmula (de éxito) sectorial.

Buena parte del desarrollo de este modelo de negocio se ha debido a la apuesta de los grupos de integración vertical para poder crecer con rapidez en puntos de venta. Franquiciar agencias independientes en grandes redes ha permitido a estas últimas crecer sin asumir costes ni riesgos.

La llegada de Viajes Carrefour, con un modelo puro de franquicia, apoyado en una marca solvente y que pone en valor las sinergias del grupo de distribución en España,

ha supuesto una auténtica convulsión, alcanzando casi medio centenar de puntos de venta, gracias a un plan de expansión tan sólido como ambicioso, que se nutre de agencias independientes (no de emprendedores sin experiencia), cuestionando a los Grupos comerciales.

En esta creciente pugna entre los franquiciadores y los Grupos comerciales, cuyos modelos de negocio han entrado a competir para captar puntos de venta, cabe enmarcar el falso anuncio de abandono de Airmet por parte de Viajes Almeida (en realidad el Grupo Airmet había expulsado a Almeida), así como los rumores difundidos por Almeida de un eventual acuerdo con Carrefour, desmentido por este último. ¿Está Almeida en expansión o en plena huida hacia

adelante? Es algo difícil de saber ante las infladas cifras que presenta ante los medios, pese a que los ingresos anuales del franquiciador creado en 2004 y radicado en Málaga ascienden a solo 999.643 euros con 17 empleados, según datos facilitados por Axesor.

La falta de transparencia (cuando no cifras falseadas) y el exceso de marketing (hasta difundir pura propaganda disfrazada de información), ha generado una comprensible desconfianza hacia la franquicia en este Sector, que ha visto pasar a no pocos vendedores de humo.

La guerra no declarada entre determinadas franquicias y Grupos —con la crisis como telón de fondo— pone en duda la viabilidad de algunos de los actuales Grupos y franquiciadores. Es el signo de los tiempos.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

La guerra no declarada entre determinados franquiciadores y Grupos comerciales, por la captación de puntos de venta, con la crisis como telón de fondo, pone en duda la viabilidad futura de los más débiles

▲ check-in / ECTAA vs. IATA

Garantías de las aerolíneas

ECTAA ve insuficientes las medidas para minimizar el impacto de las quiebras aéreas introducidas por Bruselas en su propuesta de revisión de los derechos de pasajeros, e insiste en la creación de un mecanismo obligatorio que cubra el reembolso del billete y la repatriación, destacando que beneficiaría a todos los actores, incluidas aerolíneas.

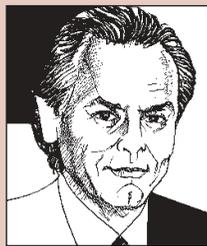
La Agrupación Europa de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) reclama, junto a GEBTA, el establecimiento de "un mecanismo obligatorio a cargo de las compañías aéreas para proteger a los pasajeros" ante ceses de operaciones. En su respuesta a una consulta pública formulada por la Comisión Europea, el lobby del Sector en Bruselas aboga por crear un fondo de garantía que "cubra el reembolso del billete y la repatriación" cuando "la licencia de explotación de una aerolínea quede suspendida".

La puesta en marcha de este sistema tendría "un costo muy bajo" para las compañías aéreas: aplicar un recargo "de entre 0,75 y un euro" a cada billete. Gracias a su implantación todos los actores saldrían de un modo u otro beneficiados. Además del refuerzo de la protección de los pasajeros aéreos, las autoridades públicas conseguirían un "ahorro significativo" al no tener que repatriar a los pasajeros afectados por quiebras aéreas en el extranjero.

El sistema permitiría "restaurar la confianza" y ayudaría a mantener las ventas de las compañías aéreas con "dificultades temporales", y beneficiaría a las agencias, garantizando la igualdad de condiciones entre organizadores de viajes combinados y proveedores de servicios de transporte aéreo.

★ personaje de la semana / José M^a González

El consejero delegado y director general de Europcar en España ha contribuido con su brillante gestión al resultado del líder del *rent-a-car*, y, pese a la atonía del segmento corporativo, ha logrado un espectacular incremento del benefi-



cio bruto de explotación, cifrado en el 28%. José M^a González mantiene una firme apuesta por la agencia, como prescriptor y eficaz canal de comercialización, es, sin duda, uno de los primeros ejecutivos más valiosos del Sector Turístico.

🔥 la chispa / Quique



▼ check-out / MALOS RESULTADOS

CEHAT da la voz de alarma

El Periódico CEHAT, órgano oficial de la Hostelería, denuncia en su edición de abril la creciente caída en ocupación y rentabilidad sectorial, que reproducimos: "La Semana Santa ha pinchado. La Hostelería constata, por primera vez en los últimos cuatro años, resultados negativos. Lo son fundamentalmente en el mercado emisor. Lastrado por una caída del consumo continua (y sin precedentes), hasta el punto de que la Semana Santa ha desaparecido como temporada alta, con unas ventas similares (o inferiores) a puentes como el de Primero de Mayo."

"Respecto al receptivo de turistas extranjeros, la menor ocupación coincide con una insatisfactoria evolución de la llegada de visitantes, que podría llegar a ser preocupante. El mal dato de Semana Santa había sido detectado y anunciado por la Hostelería, a través del "indicador de expectativas" del Observatorio de la Industria Hotelera, elaborado por PwC para CEHAT, que fijó la caída en el 3%".

"Por tanto, la primera conclusión es que, "frente a los análisis poco rigurosos que indican que el Sector Turístico español goza de una salud óptima, existe una realidad incontestable", en palabras del presidente de la Confederación Hotelera, Joan Molas, y es que "el turista español está sufriendo una crisis de consumo, que deja patente en una dramática caída del número de viajes contratados".

"El Gobierno debe hacer compatible su compromiso de austeridad y de control del gasto, con el impulso de una actividad esencial como es el Turismo. Hay que poner fin al *café para todos* en materia de recortes, y priorizar objetivos estratégicos".

Los viajes de empresa siguen un paralelismo con la economía / En algunas ocasiones, en momentos de crisis, los viajes de empresa sufren repuntes interesantes / Hay que optimizar la política de viajes a los tiempos que corren / La formación de los gestores de viajes es muy importante / Las empresas integradas en AEGVE son de muy diversa índole

«Las políticas de viajes son cada vez más restrictivas»

Damián Arroyo / Presidente de AEGVE

El presidente de la Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE), Damián Arroyo, analiza para NEXOTUR la actualidad del sector de *business travel*. Además, por otro lado, presenta las acciones anuales de la asociación.

P.- ¿En qué situación se encuentra actualmente el sector de los viajes de negocios en España?

R.- A principios del pasado 2012 parecía que este segmento repuntaba un poco, pero parece ser que era un espejismo. Salvo empresas muy internacionalizadas donde hay otras fuentes de ingresos lejos de España, las llamadas locales ven el horizonte un poco justo.

P.- ¿Cómo prevé que vaya a evolucionar el sector?

R.- No lo sé, vivimos en un entorno bastante incierto. A finales de 2012 todavía no sabíamos lo que podían afectar las medidas aprobadas por el Gobierno a los viajes de negocios. Habrá que es-

perar. Lo que está claro es que tarde o temprano se volverá a una situación normalizada, pero más vale partir del mejor punto de inflexión para evitar los cuchillos de sierra. Lo que está claro es que la evolución a mejor va a ser fruto de una mirada atrás para evitar los malos pasos.

P.- ¿Cuál es el papel que desempeña el *travel manager* en esta época de crisis económica?

R.- Su principal labor es aprovechar los recursos que nos brinda el mercado, y si fuera necesario buscar alternativas para optimizar los viajes de empresa.

P.- ¿Cree que ha pasado lo peor de la crisis para el sector de *business travel*?

R.- No, nos queda bastante por andar, siempre hablando de los viajes de negocios en España, tardará aún en normalizarse. No en vano, los viajes de empresa siguen un paralelismo con la economía, a pesar de que en algunas ocasiones, en momentos de crisis, los viajes de empresa sufren repuntes interesantes.

P.- ¿Cuál es la tónica general en la política de viajes de las grandes empresas actualmente?

R.- Ahorro, ahorro y ahorro. Ahorrar en el transporte aéreo y terrestre, también en hoteles, y optimizar la política de viajes a los tiempos que corren y, como dije antes, buscar alternativas con otro tipo de proveedores o con sistemas tecnológicos como pueden ser las videoconferencias, etc.

P.- ¿Qué diferencias existen entre los viajes corporativos de las grandes empresas con los de las pymes?

R.- Las grandes intentan optimizar sus programas y acuerdos. Las

pymes se decantan más por la utilización de las ofertas en las *web*.

P.- ¿Y respecto a las políticas de viajes de este tipo de empresas?

R.- Las políticas en unas y otras se vuelven más selectivas y restrictivas.

P.- ¿Cómo ha afectado a las agencias de viajes de negocios y a los *travel managers* la subida de las tasas aéreas y el recargo impuesto por algunas aerolíneas por pagar con tarjeta de crédito?

R.- A día de hoy, parece que casi todas las compañías aéreas están absorbiendo el incremento de las tasas aéreas

en los billetes ya emitidos con antelación, aunque las previsiones no son muy halagüeñas. Parece que para este año 2013 se espera una subida no inferior al 8%. Y en cuanto al recargo por el impuesto de la tarjeta de crédito, era algo de esperar y en cuanto lo cobra una... A este tipo de modas se apuntan todas, ahora la pelota está en nuestro tejado, habrá que negociar con los proveedores de las tarjetas.

P.- Las jornadas formativas de AEGVE son una de sus acciones fundamentales. ¿Qué buscan con estos encuentros?

R.- En la formación de los gestores de viajes, y más con los tiempos que corren, es muy importante que al margen de las ponencias bimensuales se interactúe y entre unos y otros se saquen conclusiones muy positivas tanto en estas jornadas presenciales como en el intercambio de información entre los gestores de viajes.

P.- Desde hace unos años contamos con el curso presencial Experto Profesional en Gestión de Viajes de Empresa

R.- Como explica el presidente de AEGVE, Damián Arroyo, las empresas integradas en la asociación son de muy diversa índole: constructoras, telefonía, banca, servicios, petroleras, seguros, editoriales, farmacéuticas,...

Muchas de ellas en el Ibx 35 y otras más pequeñas que aportan, como no, su granito de arena, ya que no todas tienen la misma problemática con los viajes. Cada empresa es un mundo y no hay un modelo que valga para todos por igual.

Desde aquí quiero animar a otras que no son socios to-



Pero desde hace unos años contamos también con una formación no presencial que es el Curso de Experto Profesional en Gestión de Viajes de Empresa. El curso se desarrolla y será certificado dentro del programa de formación continuada de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Se compone de cinco temarios y un trabajo final sumando un total de 30 créditos, que se esbozan a continuación: Tecnología aplicada al sector de los viajes; Normativas de los viajes de empresa; Gestión I, Análisis y gestión del programa de viajes; Gestión

II, Relaciones Intra e Inter Sectoriales; y Medio ambiente y RSC.

Este curso, que es totalmente abierto, tiene como finalidad, independientemente de la puramente formativa, la posibilidad de dotar a los gestores de viajes actualmente en activo, así como a todos aquellos profesionales interesados, de un documento que certifique que disponen de la preparación y formación necesaria para el normal desempeño de esta actividad.

P.- ¿Qué acciones han llevado a cabo desde la asociación durante el pasado año 2012?

R.- En 2012 se han efectuado cuatro Jornadas Técnicas, entre otros eventos menores, sobre Conversaciones de Alto Impacto, Herramientas de Autorreserva, Medios de Pago y Seguros de Viajes, y Termómetro del Business Travel. Además, en el mes de noviembre celebramos nuestro seminario anual que se puede considerar el cierre formativo del año y también hemos estado presentes en la EIBTM, la Feria-Salón del Mercado de Reuniones que en el año 2012 ha afrontado por primera vez un paralelismo con los viajes de negocios del día a día, por lo que tras el acuerdo alcanzado con Association of Corporate Travel Executives (ACTE), AEGVE ha colaborado en algunas de las sesiones de la feria e incluso colaboraremos un grupo de Hosted Buyers para asistir al evento.

P.- ¿Cuándo y dónde se celebrará su próximo seminario anual y qué temas se abordarán en él?

R.- Es en lo que solemos poner un gran empeño, nuestro XII Seminario Anual: 'Detrás de Tí, el Futuro'. Este se celebrará en el Hotel Auditorium de Madrid el 21 y 22 de noviembre. Aunque pronto se podrá ver todo el contenido de en nuestra *web* www.aegve.org, puedo adelantar que se celebrará una ponencia sobre 'Travel Manager. Su perfil y competencias', una sesión interactiva sobre 'Open Your Mind for News Travel Innovations (Abre tu Mente a la Innovación en los Viajes)', una ponencia sobre 'La Gestión de la Ilusión y el Coeficiente de Optimismo en Épocas de Cambio', y una mesa redonda sobre 'Inquietudes y Necesidades del Travel Manager'.

P.- ¿Qué participación y de qué perfiles de profesionales esperan concentrar en el seminario?

R.- Como en años anteriores nos volcamos para que el seminario se dirija especialmente para los *travel managers* por lo que éstos son los que tienen preferencia a la hora de la inscripción, así como representantes de otros departamentos de empresas, como pudieran ser los responsables de compras, finanzas, recursos humanos... que pudieran valorar cómo influye en sus aéreas los viajes de la empresa. También acuden nuestros socios colaboradores y otros proveedores por invitación expresa, ya que lo que se pretende es que sea un evento para los gestores de viajes.

P.- ¿Cuál es el perfil de las empresas asociadas a AEGVE?

R.- Las empresas integradas en la asociación son de muy diversa índole. Además, muchas de ellas están en el Ibx 35 y otras son más pequeñas, y aportan, como no, su granito de arena, ya que no todas tienen la misma problemática con los viajes. Cada empresa es un mundo y no hay un modelo que valga para todos por igual en este sector de la gestión de viajes de empresa.

'Las empresas no tienen la misma problemática'

Como explica el presidente de AEGVE, Damián Arroyo, las empresas integradas en la asociación son de muy diversa índole: constructoras, telefonía, banca, servicios, petroleras, seguros, editoriales, farmacéuticas,...

Muchas de ellas en el Ibx 35 y otras más peque-

ñas que aportan, como no, su granito de arena, ya que no todas tienen la misma problemática con los viajes. Cada empresa es un mundo y no hay un modelo que valga para todos por igual.

Desde aquí quiero animar a otras que no son socios to-

avía a unirse a este gran proyecto. También hay empresas colaboradoras, que son proveedores, como compañías aéreas, ferrocarril, hoteleras, tecnología, tarjetas de crédito, *rent-a-car* y agencias de viajes, empresas de las más importantes



© DAMIÁN ARROYO

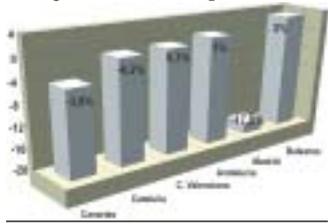
y con mayor peso. Su función es ponernos al corriente de cualquier iniciativa que nos pueda venir bien en nuestro trabajo diario y tener una red de contactos al más alto nivel. Y por supuesto, su colaboración a la hora de montar nuestras Jornadas Técnicas y Seminarios.

escaparate

El 53% de los viajeros vuela con una 'low cost'

Aunque las *low cost* experimenta un retroceso del 3,6% en febrero, esta modalidad aérea concentra el 53,3% de las entradas de pasajeros. El Prat se mantiene como el principal aeropuerto *low cost*. **Pag. 32**

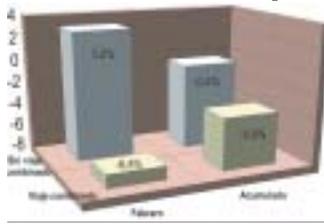
Pasajeros 'low cost' por destino



Cerca de tres millones de turistas en febrero

En febrero han llegado a España 2,8 millones de turistas, cifra idéntica a la del mismo mes de 2012. Desciende un 6,8% el uso del 'paquete' mientras que aumenta un 3,2% el de otro tipo de organizar viajes. **Pag. 11**

Entrada de turistas en España



La facturación del Sector desciende un 7% en enero

Minoristas y turoperadores han facturado en enero un 7,1% menos que en el mismo mes del año anterior y un 10% menos respecto a diciembre de 2012, según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas. **Pag. 12**

■ Prontuario

Turismo 'slow' en La Gomera (I)

CADA VEZ QUE viajo fuera de mi isla constato al regreso por qué La Gomera es un referente del Turismo *slow* a nivel internacional. Volver significa

desconectar del mundanal ruido, recolocar las manecillas del reloj en su tiempo justo y dejarse llevar por un estilo de vida con un ritmo que respeta la tranquilidad y te da margen para disfrutar de los pequeños placeres de la vida. Estamos, aquí en La Gomera, en territorio netamente *slow*.

Y esa experiencia que personalmente repito cíclicamente es la misma que

vive el turista cuando llega a la isla colombina por primera vez. Así, rompe con una dinámica de vida en la que las prisas, el estrés laboral y la falta de tiempo para dedicar a la familia, la pareja o los amigos forman parte de lo cotidiano.

El contacto con la naturaleza, apreciar las costumbres de un lugar auténtico, que no ha perdido su idiosincrasia, disfrutar de la hospitalidad de los lugareños o de la belleza de un paisaje, saborear la gastronomía tradicional, tumbarse en una cala tranquila mientras se contempla un atardecer... son algunas de las actividades que promueven esa 'desconexión'.

Y el Turismo *slow* es justamente vivir esta experiencia. Es la antítesis del *fast food*, *fast travel*, *fast life*,... Promueve que el viajero se acerque a la verdadera realidad del destino, respetando su medio ambiente, su cultura y sostenibilidad siendo parte del lugar, sintiéndose como en casa, sin 'paquetes todo incluido' y optando por hospedarse y realizar sus compras en pequeños establecimientos locales.

↳ Fernando Méndez es consejero de Turismo del Cabildo de La Gomera.

CEAV traslada a Fomento la 'necesidad' de aplicar una 'normativa más contundente' para las aerolíneas

La Confederación insiste en una reunión con Pastor en la creación de un fondo de protección para quiebras aéreas

CEAV pide que se regule a las compañías aéreas con "una normativa más contundente". En una reunión con la ministra de Fomento, la Confede-

ración le ha advertido de que la legislación actual, "da pie al nacimiento de aerolíneas sin la solvencia y cimientos suficientes para poder subsistir y

al cierre de otras sin afrontar responsabilidades ante los clientes". Se podría instrumentar con un cargo mínimo por billete, señalan.

CEAV insiste en la necesidad de reforzar los derechos de los pasajeros aéreos, endureciendo al mismo tiempo las exigencias a las aerolíneas. Durante un encuentro con la ministra de Fomento, Ana Pastor, y la secretaria general de Transportes, Carmen Librero, los responsables de la Confederación les han trasladado su interés por crear un fondo de protección al pasajero. Esta propuesta, rechazada por las aerolíneas, "ha sido considerada por Fomento y propuesta ante la Unión Europea, sin haber prosperado dentro de las normativas comunitarias", señalan.

En la reunión, los miembros de CEAV han pedido que se regule a las compañías aéreas "con una normativa más contundente", ya que a su juicio, "son desproporcionadas las condiciones draconianas y requisitos exigidos a las agencias de

viajes, comparados con los que se le piden a una aerolínea". "Esto da pie al nacimiento de nuevas compañías aéreas sin la solvencia y cimientos suficientes para poder subsistir y al cierre de otras sin afrontar responsabilidades ante los clientes", advierten.

Mantener de subvenciones

El fondo de protección, reclamado por la Confederación desde hace años, "se podría instrumentar con un cargo mínimo por billete, creando una especie de seguro para proteger al pasajero", señalan. En este sentido, CEAV ha transmitido a Pastor su "gran preocupación por la protección de las agencias y usuarios, en general, ante cierres de compañías aéreas y cualquier incidencia que les pueda perjudicar". Por su parte, la ministra "ha mostrado



La ministra ha mostrado su apoyo a la Confederación.

su apoyo a la Confederación dentro de sus competencias", informan.

Por otro lado, en la reunión también se ha tratado la posible reducción de las subvenciones al transporte aéreo para los residentes en Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla. No obstante, Pastor ha aclarado que

se mantendrá el 50%. En representación de CEAV, además de su presidente, Rafael Gallego, también han participado en el encuentro su vicepresidente económico y financiero, Martín Sarrate; la vicepresidenta del área receptivo, Sylvia Riera; y la gerente, Mercedes Tejero.

IATA retrasa a mayo el cambio de día para la remisión de fondos al BSP, que pasa del 15 al 10

La medida, que tendrá carácter indefinido, irá acompañada de una reducción de los avales de las agencias

Los últimos cambios aprobados en los criterios financieros locales, así como el adelanto de la remisión de fondos al BSP, entrarán en vigor en

mayo, en vez de en abril. Según ha podido saber NEXOTUR, IATA remitirá a las agencias una circular sobre este asunto junto con el calend-

rio de pagos. El cambio de fecha, que tendrá carácter definitivo, irá acompañado por una reducción de los avales de las agencias.

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) aplaza un mes la entrada en vigor de los cambios en los criterios financieros locales y la nueva fecha de remisión de fondos al BSP. Como adelantó el periódico NEXOTUR, en la APJC (reunión consultiva entre agencias y aerolíneas) del pasado mes de diciembre, el lobby aéreo y las principales Organizaciones em-



Javier Valdés

presariales del Sector acordaron un adelanto en la liquidación, que pasará del día 15 de cada mes al 10 (a excepción de aquellos meses en los que haya festivos nacionales en los primeros días hábiles, en los que se da un día más de margen).

En principio, IATA tenía intención de llevar a cabo esta modificación el 1 de abril, pero según fuentes consultadas por

NEXOTUR, finalmente retrasa su aplicación al 1 de mayo, mes en el que el día fijado para la remisión de fondos a IATA será el 13, debido a que el 1 es festivo. Próximamente, el lobby enviará a las agencias una circular informativa sobre este asunto junto con el calendario de pagos definitivo para el presente ejercicio.

Reducción de avales

El cambio de fecha, que tendrá carácter definitivo, irá acompañado

por una reducción de los avales de las agencias, que pasarán de 50 días de producción a 43. Con este acuerdo, el Sector logró una vez más esquivar la liquidación semanal, en la que vienen insistiendo las compañías aéreas desde que se inició la crisis económica, especialmente tras el cuantioso *default* de Terminal A. No ocurrirá lo mismo en Portugal, donde IATA ha acordado con las agencias aplicar un pago quincenal a partir de este año y pasarlo a semanal en 2015.

Joussen asume también la presidencia de TUI Travel

Friedrich Joussen ha sustituido a Michael Frenzel como presidente no ejecutivo de TUI Travel, después de que éste haya presentado su dimisión tras 25 años en el turoperador. El directivo, que llegó a la empresa en octubre de 2012 procedente de Vodafone, reemplazó también a Frenzel como consejero delegado de TUI AG el pasado mes de febrero.

Subvenciones residentes para los no comunitarios

Los ciudadanos de países no pertenecientes a la Unión Europea también podrán ser beneficiarios de las subvenciones en los billetes de transporte aéreo y marítimo de residentes en Canarias, Baleares, Ceuta y Melilla. Hasta el momento, las bonificaciones se extendían a los ciudadanos españoles y comunitarios, así como de los Estados firmantes del acuerdo Espacio Económico Europeo o de Suiza.

En enero, un 10% menos de cruceristas en España

Los puertos españoles han recibido de 320.295 pasajeros de cruceros en enero, un 10% menos frente al mismo mes de 2012, según Puertos del Estado. A pesar de este desplome de viajeros, el número de cruceros se ha incrementado en el inicio de 2013. En concreto, han atracado en los puertos españoles 172 buques, un 4,8% más que en el primer mes de 2012, cuando llegaron 164.

London City Airport obtiene la Airport Carbon

London City Airport ha visto reconocido su compromiso para reducir su huella de carbono con la obtención de la certificación Airport Carbon Accreditation de Nivel 1. Se trata de un sistema oficial e independiente que acredita los esfuerzos de los aeropuertos en la reducción de las emisiones de CO₂. En la actualidad el aeropuerto londinense produce 6.000 toneladas de CO₂ al año.

Las agencias de viajes reafirman que la Semana Santa ha desaparecido como temporada alta para las ventas

Se registran niveles de facturación similares o incluso inferiores respecto a 2012, predominando los viajes de corta distancia

La debilidad de la demanda ha vuelto a marcar un año más la Semana Santa. Aunque no se han producido grandes caídas respecto al pasado año 2012, las agencias de viajes confir-

man que esta festividad carece hoy en día de la importancia que tenía antes de la crisis, dejando así de ser la segunda gran época de ventas para el emisor español. De esta mane-

ra, los niveles de ventas registrados para este periodo han sido semejantes o incluso inferiores a los obtenidos el año pasado. Han predominado los viajes de corta distancia.

La Semana Santa ha dejado de ser una fecha clave para el mercado emisor español. Las agencias de viajes reafirman que esta festividad "ha quedado enterrada" como temporada alta, confirmando así la visión que ya expusieron el año pasado en el Foro NEXOTUR del Salón TurNexo. Incluso llegan a afirmar que el puente de mayo ha generado en el último año más ingresos.

Aunque con excepciones, la gran mayoría de los representantes del Sector consultados por NEXOTUR confirman que las ventas para la recién finalizada Semana Santa estas fechas han sido similares o incluso inferiores a las del año anterior, cuando se produjeron descensos del 20%. "Desgraciadamente el panorama es negro y puede ser que hayan bajado aún más las

ventas", reconoce el vicepresidente de CEAV, Vicente Blasco, que señala que "ciertamente la Semana Santa ha ido perdiendo importancia, y ello es debido fundamentalmente a la crisis económica que conlleva la reducción del consumo".

El alto precio pasa factura

En los mismos términos se expresa el presidente del Grupo Europa Viajes y vicepresidente de Ceus, José Luis Muñoz, que considera que el incremento de los precios "tiene mucho que ver" con esta caída. "En los últimos años se han disparado por diferentes motivos, sobre todo aquellos que incluyen el transporte aéreo, y evidentemente no se puede pagar por cuatro días de viaje lo mismo que costaría una semana

completa", explica. No obstante, pese a que "desgraciadamente las cifras serán muy similares a las del año pasado", el vicepresidente de Ceus muestra un cierto optimismo para la temporada de verano, afirmando que "parece que se está empezando a activar un poco".

Por su parte, el presidente de Avasa, Luis Felipe Antoja, indica que la Semana Santa "no es como antes". A su juicio, "la falta de homogeneidad en las fechas festivas y la incertidumbre sobre las condiciones climatológicas" marcan las reservas y retrasan la decisión de compra. Si bien detalla que el comportamiento "ha sido desigual" entre sus agencias, con puntos de venta que han registrado aumentos de hasta el 5% y otros con descensos de hasta el 35%.

Finalmente, el presidente de CEAV, Rafael Gallego, discrepa sobre esta desaparición de la Semana Santa como temporada alta de ventas. En su opinión, "la procesión va por barrios y esta festividad ha tenido luces y sombras". De esta manera, aunque reconoce que su adelanto al mes de marzo "nos ha perjudicado", entiende que "hay que olvidarse de los datos de épocas doradas" y subraya que los resultados en determinados segmentos "han sido positivos".

En lo que respecta a los destinos, los diferentes representantes del Sector consultados por NEXOTUR coinciden en señalar los de playa como los más demandados. Principalmente han predominado los viajes de corta distancia y duración a las costas españolas y a Canarias.



Costas, los destinos más demandados.

Qualitas se integran en Star, con lo que suma 263 oficinas

El Grupo Star alcanza 183 casas centrales y 263 puntos de venta gracias a la integración de Qualitas, que según ha confirmado a NEXOTUR su consejero delegado y director general, Agustín Lamana, se hizo efectiva ayer. La incorporación de las más de 90 oficinas de este Grupo comercial permitirán a Star "potenciar el poder de compra y alcanzar más peso específico en el mercado", destaca el propio Lamana, que revela que "de forma inmediata no se producirán más incorporaciones".

Asimismo, afirma que el acuerdo también "viene a reforzar el papel de Ceus", alianza que preside y a la que pertenecen Star, Europa Viajes, Unida y Cybas. Por su parte, Qualitas "podrá acceder a todos los servicios con los que cuenta nuestro Grupo comercial", añade el directivo. El geren-



Agustín Lamana

te de este Grupo comercial, Luis Luque, se mantendrá como coordinador general de las agencias que aportan.

Salida de Edenia

La incorporación de Qualitas se produce después de que su alianza con Dit Gestión no saliese adelante, lo que a su vez conllevó su salida de Edenia el pasado mes de diciembre. Como adelantó NEXOTUR, en mayo de 2012 Dit Gestión y Qualitas llegaron a un acuerdo de unificación de procesos con el objetivo de "ser vanguardia en el mundo de las agencias de viajes independientes", tal y como destacó el director general del primero de estos Grupos comerciales, Jon Arriaga. Con dicho acuerdo pretendían lanzar una marca única denominada Dit/Qualitas para los 310 puntos de ventas con los que contaban en ese momento.

El beneficio de Europcar mejora un 28% en 2012, a pesar de que los ingresos caen el 3%

'El grupo ha protegido con éxito sus márgenes a pesar de la reducción de sus ingresos', destacan

La debilidad de la demanda en el segmento corporativo pasa factura a Europcar, que cierra 2012 con un descenso del 3,1% de su cifra de negocio. No obstan-

te, su Ebitda ha crecido un 28,3%, alcanzando los 119,1 millones de euros, mientras que la utilización de su flota se ha incrementado hasta el 74,4%.

Europcar ha cerrado 2012 con una cifra de negocio de 1.936,4 millones de euros, un 3,1% menos que en 2011, cuando alcanzó los 1.999,1 millones. La compañía de *rent-a-car* explica que este descenso viene motivado por la disminución de la demanda en el segmento corporativo, mientras que el negocio vacacional ha seguido creciendo.

La desaceleración de la demanda, unida a un entorno muy competitivo en el mercado europeo, ha motivado una reducción del 1,4% de los ingresos por día de alquiler, excluyendo el impacto generado por la nueva marca del grupo, InterRent. No obstante, el ratio de utilización de la flota ha mejorado en 2012, pasando del 74% al 74,4%.

Con un margen de explotación estable (11,7%), los ingresos operativos se sitúan en 227,4 millones de euros

gracias al control de costes, lo que ha permitido realizar importantes inversiones en el área de *marketing* a lo largo del año para fortalecer el posicionamiento de Europcar. Por su parte, el Ebitda (beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones) alcanza los 119,1 millones de euros en 2012, un 28,3% más que en 2011.

Ligera reducción de la flota

Para adaptarse a la debilidad de la demanda, el grupo ha reducido en un 2,1% su flota, que ha pasado de 190.002 a 186.020 vehículos. Finalmente, cabe destacar que su deuda neta ha aumentado un 1,8%, hasta 3.259,3 millones de euros.

Para su consejero delegado, Roland Keppler, "en un entorno

económico desafiante y competitivo, Europcar ha demostrado una gran capacidad de recuperación". "A lo largo del pasado año, el grupo ha protegido con éxito sus márgenes a pesar de la ligera reducción de sus ingresos", explica.

Asimismo, destaca que "las numerosas iniciativas que se han puesto en marcha dentro del plan de transformación FastLane 2014, unido a la mejora en la utilización de flota, el control sobre la gestión de costes, un programa de refinanciación culminado y un fuerte esfuerzo comercial, comenzaron a tener un impacto positivo". El directivo sentencia que "Europcar está hoy bien posicionada para aprovechar las oportunidades que las nuevas necesidades de movilidad suponen para la industria del *rent-a-car*".

Expedia completa compra de Trivago por 434 millones

Expedia ha adquirido el 51,6% del capital social de Trivago, haciéndose así con su control. Pese a la operación, cuyo importe asciende a 434 millones de euros más el traspaso de 875.200 acciones de Expedia, Trivago seguirá operando de forma independiente y mantendrá su sede en Alemania. Desde Expedia destacan que Trivago "ha construido una de las mejores experiencias de búsqueda".

Ana Dueñas sustituye a David Hernández en ERV

Ana Dueñas, hasta ahora al frente del departamento financiero de ERV Europea Seguros de Viaje, ha sido nombrada nueva directora general de la compañía especializada en seguros de viaje en sustitución de David Hernández. La decisión, adoptada por el consejo de administración, con sede en Munich, "responde a cambios de organización interna", señalan.

Estancias en comunidades indígenas con Wátina

Wátina Tours es otro ejemplo de la creación de agencias especializadas. En este caso, combina viajes personalizados con estancias en comunidades indígenas. Como explican sus impulsores, la idea surge en Honduras, cuando un grupo de comunidades planteó a una ONG española la creación de una agencia de viajes que fomentara el encuentro con los garífunas de Honduras y Belice.

Jamaica retira la exigencia de visado a Europa Oriental

La Organización Mundial del Turismo (OMT) alaba la decisión de Jamaica de retirar la exigencia de visado para los viajeros de Europa Oriental y de extender la excensión para algunos países iberoamericanos. Estos avances están en línea con su llamamiento los países de todo el mundo para que revisen sus normativas y procedimientos en materia de visados.

Airberlin cierra 2012 con un beneficio neto cercano a los siete millones y más de 33 millones de pasajeros

El aumento de la eficiencia y su acuerdo con Etihad Airways contribuyen a su vuelta a la rentabilidad

airberlin deja atrás las pérdidas. La compañía aérea alemana, que en 2011 perdió más de 420 millones de euros, ha concluido 2012 con un beneficio neto de 6,8 millones de euros. Su resultado de explotación antes de intereses e impuestos (Ebit) asciende a 70,2 millones



Wolfgang Prock

de euros, mientras que su facturación se sitúa en 4.310 millones, frente a los 4.230 millones de 2011.

Ha conseguido volver a ser rentable a pesar de la disminución del 5,5% de pasajeros, cerrando el año con 33,3 millones. Su índice de ocupación ha crecido en 1,6 puntos porcentuales, hasta el 79,8%, gracias a la reducción de flota en 15 aviones y la mejora del programa de vuela.

Gracias a ello, su rentabilidad por pasajero se incrementa un 7,7%, pasando a ser de 120,05 euros.

A la mejora del resultado operativo han contribuido el programa de aumento de la eficiencia 'Shape & Size', que ha aportado 250 millones de euros, y las sinergias de su colaboración estratégica con Etihad Airways. Según su jefe de finanzas, Ulf Hüttmeyer, "con el resultado del último ejercicio económico hemos logrado seguir estabilizando la base financiera de la empresa".

En el inicio de 2013 airberlin ha puesto en marcha medidas incluidas en el programa Turbine. Al respecto, su

consejero delegado, Wolfgang Prock-Schauer, señala que con esta iniciativa pretenden "poner a la aerolínea a la altura del mercado", aunque reconoce que "en su fase de arranque tiene unos costes inherentes".

El programa Turbine abarca todas las áreas de la aerolínea. En lo que respecta a las operaciones, busca conseguir la optimización de su red de trayectos aumentando frecuencias en las rutas rentables y con mejores perspectivas. De esta forma, refuerza los hubs de larga distancia de Berlín y

Dusseldorf con frecuencias adicionales y mejores conexiones. Como contrapartida, ha eliminado las conexiones que no eran rentables o estratégicas, de forma que el número de trayectos ofrecidos se reduce de 523 a 438 respecto al año anterior.

En el marco de la reestructuración, también se reducirán costes en el área de personal mediante la supresión de puestos de trabajo y un aumento de la eficiencia. Entre principio de año y finales de marzo de 2013 se habrán eliminado ya 180 puestos de trabajo.

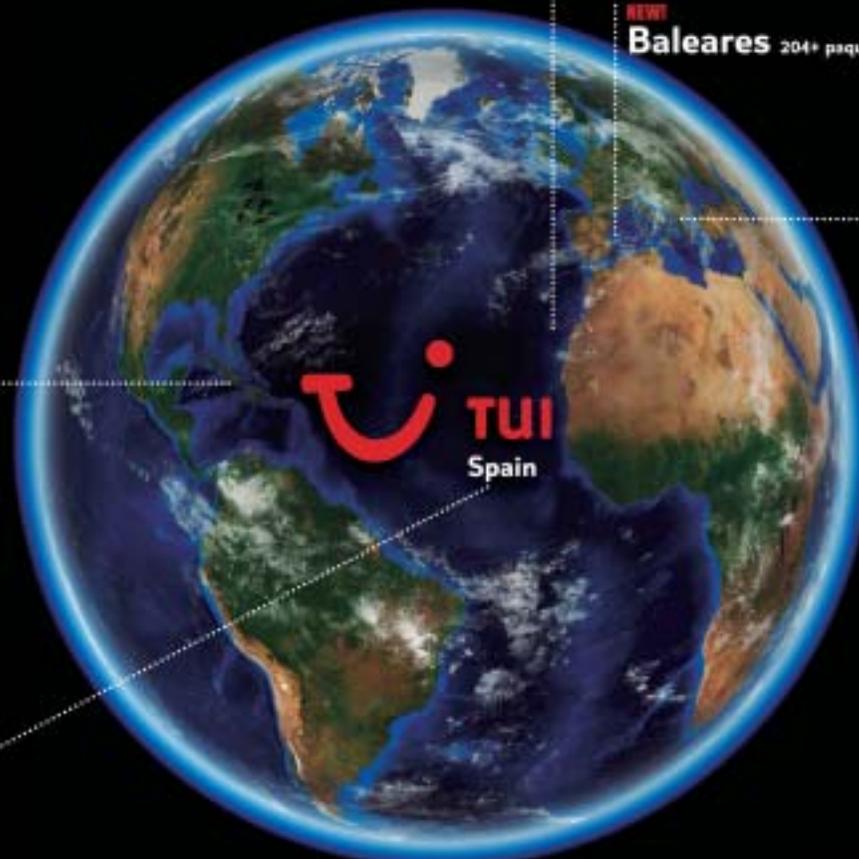
TUI YO tenemos un mundo por descubrir...

NEW! Caribe 359+ paquetes

NEW! Canarias 375+ paquetes

NEW! Baleares 204+ paquetes

NEW! Grecia 259+ paquetes



Y mucho más...

www.tuispain.travel

Configurador/Buscador con más de 200 destinos y 30.000 opciones diferentes de viaje • NEW! Smart Inspirador ciudades del mundo • NEW! Smart Inspirador playas del mundo

World of TUI

Pendiente el cobro de 28 millones de Orizonia

Orizonia aún tiene pendiente el cobro de facturas y créditos por valor de unos 28 millones de euros. Así se lo ha confirmado Carlyle a los sindicatos, que demandan que el dinero que se vaya recaudando se utilice para el pago de las nóminas de marzo. Ambas partes acordaron la creación de una comisión de pagos para controlar los ingresos que vaya recibiendo el grupo turístico.

Travelgenio estima un 67% más de facturación

Travelgenio espera cerrar este año con una facturación bruta de 150 millones de euros. De confirmarse la previsión, su crecimiento se acercaría al 67%, tras registrada en 2012 90 millones. Profundizando en los resultados de 2012, Travelgenio destaca que el número de reservas se ha duplicado. Por otro lado, la expansión de su negocio se ha traducido en un aumento del 111% de su plantilla.

Thomas Cook vende sus filiales norteamericanas

Thomas Cook ha llegado a un acuerdo con Red Label Vacations para la venta de sus divisiones en Estados Unidos y Canadá. La operación, cuyo importe ronda los 2,6 millones de euros, está sujeta a la aceptación de las autoridades de competencia de Canadá y previsiblemente se completará antes del 31 de mayo. El grupo turístico destinará los beneficios de esta venta a reducir su deuda.

Un 21% más de tráfico ferroviario hasta 2020

El tráfico ferroviario de larga distancia crecerá un 21% en Europa hasta 2020, cuando se alcanzarán los 1.358 millones de pasajeros, según el estudio de Amadeus 'The Rail Journey to 2020'. Reino Unido, Francia, Suiza y Alemania serán los principales contribuidores a este incremento, representando conjuntamente el 70% de los nuevos volúmenes de viajeros.

TurNexo Madrid albergará la segunda edición del Foro AgentLab, centrado en la innovación y la tecnología

El debate del Salón TurNexo Valencia analizará la situación del Sector y los resultados de Semana Santa

Una semana después de TurNexo Sevilla, que tuvo lugar el pasado miércoles 3 de abril, esta feria especializada llega esta semana a Madrid y Valencia. En su cita con los agentes

madrileños, que tendrá lugar el martes 9 de abril en el Hotel Mayorazgo Best Western, el Salón organizará la segunda edición del Foro AgentLab, que permitirá profundizar en

la innovación y la tecnología para el agente. El jueves 11 de abril, el TurNexo Valencia que se celebra en el Ayre Hotel Astoria Palace, acogerá el Debate NEXOTUR.

El Hotel Mayorazgo Best Western vuelve a acoger el Salón TurNexo Madrid el 9 de abril de 11.00 a 17.00 horas. Esta feria especializada, que viene organizando desde hace más de una década el Grupo NEXO, permitirá a los agentes de viajes de la Comunidad conocer las novedades y ofertas de algunos de los principales proveedores turísticos como Iberia, Travelplan, Catai Tours, Intermundial, Elba, Airmet, Unión Ceus o FETAVE.

Asimismo, la feria albergará la segunda edición del Foro AgentLab, que abordará la importancia de la innovación y la incorporación de las nuevas tecnologías en las agencias de viajes. Esta jornada estará abierta al público hasta completar foro.

Ya el jueves 11 de abril el Ayre Hotel Astoria Palace de Valencia acogerá el TurNexo Valencia entre las 17:00 y 23:00 horas. El Salón contará con la participación de expositores como CEAV Travelplan, ERV Europea de Seguros, Intermundial, Iberia, TAP Portugal, ICTE, Patronato de Turismo de Valencia, Destino Región de Murcia y Valladolid Oficina de Congresos.

Precediendo a su inauguración los máximos responsables de Organizaciones empresariales, Grupos comerciales y agencias de viajes, participarán en el Debate NEXOTUR. En él analizarán la coyuntura de las agencias, dando especial protagonismo a los resultados de la Semana Santa y a las perspectivas para el verano.

'Eficaz nexo de unión'

Para el presidente de CEAV, Rafael Gallego, el Salón TurNexo Madrid "se configura como un eficaz nexo de unión independiente entre las agencias de viajes y los principales proveedores turísticos". Por ello, la Confederación de agencias "no duda en mostrar su apoyo a una iniciativa que reúne en Madrid a los más destacados proveedores y que surge como el mejor escaparate sectorial posible con vistas a conocer, de primera mano, lo mejor de la oferta para las temporadas de verano e invierno". Finalmente, subraya que en esta edición el Salón "ejercerá, de nuevo, de eficaz plata-

forma de intercambio de información, opiniones y experiencias, manteniendo en contacto directo a los principales agentes del Sector".

En los mismos términos se expresa el presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Prieto, que resalta que "los Salones TurNexo vinieron a llenar un importante espacio en la actividad de nuestro Sector". "Se trata de un encuentro profesional cronológicamente bien estudiado y organizativamente bien producido", señala, y hace especial hincapié en que "no sólo interactúan los empresarios, sino los propios agentes, que son, en definitiva, los más directos protagonistas de este negocio".

Año de inflexión

Por su parte, el presidente de la Federación Empresarial Territorial de Agencias de Viajes (FETAVE), Adolfo Maté, indica que "estamos, o al menos debemos de confiar en ello, en un año que puede ser de inflexión para la economía española". Por ello,

considera que "es en estos momentos cuando debemos sacar el mejor partido a los Salones TurNexo, que nos ofrecen una plataforma de intercambio de opiniones, de contacto entre profesionales y de presentación de tendencias en el dinámico mercado de la comercialización turística".

Como señala la presidenta de la Unión de Agencias Emisoras y Receptoras de la Comunidad Valenciana (UACV), Teresa Altarejos, "TurNexo es una oportunidad para compartir experiencias y debatir sobre la realidad de nuestro sector". "En continua evolución y pendientes siempre de la salud de nuestros proveedores, hoy es más necesario que nunca entender el futuro en un ámbito de colaboración y confianza", concluye.

Las próximas ferias tendrán lugar el martes 16 de abril en el Hotel Eurostars Grand Marina de Barcelona en horario de mañana, y el jueves 18 de abril en el Gran Hotel Domine de Bilbao en horario de tarde. En el TurNexo Catalunya se celebrará además el debate NEXOTUR.



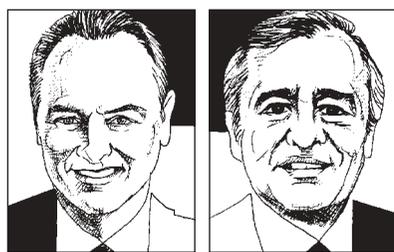
Prescripción 'online' a los Salones TurNexo de verano

La entrada a los salones TurNexo es exclusiva para agentes de viajes. Además de que la asistencia es gratuita, los profesionales que se inscriben como visitantes por Internet (www.turnexo.com) reciben un reloj de pulsera alemán Junghans (sin publicidad), a su salida del Salón. Para ello tan sólo es necesario presentar, debidamente cumplimentado, el Pasaporte TurNexo, sellado en cada uno de los stands.

Fabra: 'Encuentros como TurNexo siempre son buena idea'

Catillo: 'Representa el foro más adecuado para conocer las principales novedades de la oferta turística'

Para el presidente de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra, "encuentros como el del Salón TurNexo, que facilitan el intercambio de información y experiencias entre los profesionales del sector, siempre son una buena idea". "Los agentes de viajes ocupan un lugar determinante en la explotación racional del Sector Turístico, y de su buen hacer depende que sectores como la hostelería, el transporte de pasajeros, la restauración y demás servicios complementarios tengan



Alberto Fabra y Joaquín Castillo

avanzadas no deja de incrementarse año tras año", explica el presidente de la Generalitat Valenciana, que destaca que "no sólo conlleva profundos cambios en nuestra manera de entender el entorno y comprender la diversidad cultural de un mundo cada vez más globalizado, sino que también produce una actividad económica cuya importancia ya

más demanda y amplíen sus posibilidades de negocio", subraya.

"La repercusión que el Turismo tiene en diferentes ámbitos de las sociedades puede considerarse estratégica en muchas regiones y países".

"Para nosotros, el Sector Turístico es un pilar básico de nuestro desarrollo presente y futuro, ya que ya representa actualmente casi el 13% de nuestro PIB y tiene unas perspectivas de constante crecimiento", continúa Fabra. "Por tanto, sabemos mejor que nadie el papel fundamental de la comercialización de la oferta turística y del trabajo que llevan a cabo quienes se encargan de ella", incide. "Estoy convencido de que, como en anteriores ocasiones, esta nueva edición resultará altamente interesante a todos quienes participen en ella y servirá de estímulo para trabajar por conseguir la máxima excelencia en

los servicios que prestan los agentes de viajes", concluye.

Por su parte, el director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Joaquín Castillo, señala que el Salón TurNexo de Verano en su versión de Madrid, "supone un año más de experiencia en esta cita indispensable para los agentes de viaje", por lo que "de la misma forma que en sus versiones de Andalucía, Valencia, Cataluña y Euskadi, recomendamos y apoyamos la asistencia al Salón TurNexo Madrid". Así, afirma que "representa el foro más adecuado para conocer las principales novedades de la oferta turística, además de ser básico y oportuno para el intercambio de información, que tan necesaria es para todos los participantes".

Los pilotos Elías y Barberá serán embajadores de la marca 'Q'

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) ha otorgado el reconocimiento como 'Clientes Q' a los pilotos de motociclismo Toni Elías y Héctor Barberá. El Hotel The Westin Palace es el primero en colaborar con el ICTE como muestra de los hoteles españoles que cuentan con la 'Q'. Para dar a conocer este establecimiento, Toni Elías y Héctor Barberá disfrutaron de una noche de estancia. Además, se convertirán en embajadores de la marca 'Q' durante el año 2013.

La nueva estrategia de China aumentará su potencial emisor

El 'Marco para el Turismo y el ocio' del Gobierno de China, "sienta las bases para la redefinición del desarrollo y la gestión del Turismo en el país e imprime un firme apoyo" a su potencial como mercado emisor. Así lo afirma la Organización Mundial del Turismo (OMT), que destaca que "hace hincapié en una mayor distribución de los beneficios económicos, socioculturales y medioambientales del Turismo". Se centra en promover que se tomen los días de vacaciones anuales remuneradas.

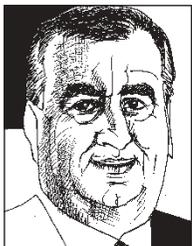
ECTAA insiste en un 'mecanismo obligatorio' para proteger a los pasajeros de quiebras aéreas

Las autoridades nacionales 'solo pueden retirar licencias, que acelera el cese de operaciones'

ECTAA y GEBTA ven insuficientes las medidas para minimizar el impacto de las quiebras aéreas de Bruselas en su propuesta de revisión de los derechos de pasajeros.

Insisten en la creación de un "mecanismo obligatorio" que cubra el reembolso del billete y la repatriación, destacando que beneficiaría a todos, incluso a las aerolíneas.

La Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) y el Consorcio de Agentes de Viajes de Negocios Europeos (GEBTA) reclaman el establecimiento de "un mecanismo obligatorio a cargo de las compañías aéreas para proteger a los pasajeros" ante ceses de operaciones.



Boris Zgomba

En su respuesta a una consulta pública formulada por la Comisión Europea, ambas agrupaciones abogan por crear un fondo de garantía que "cubra el reembolso del billete y la repatriación" tan pronto "como la licencia de explotación de una aerolínea quede suspendida".

Según detallan, la puesta en marcha de este sistema tendría "un costo muy bajo" para las compañías aéreas y supondría aplicar un recargo "de entre 0,75 y un euro" al precio del billete. Gracias a su implantación todos los actores saldrían de un modo u otro beneficiados. Además del refuerzo de la protección de los pasajeros aéreos, las autoridades públicas conseguirían un "ahorro significativo"

al no tener que repatriar a los pasajeros afectados por quiebras aéreas en el extranjero, destacan.

En el caso de las aerolíneas, este sistema permitiría "restaurar la confianza" y ayudaría a mantener las ventas de las compañías aéreas con "dificultades temporales". Asimismo, también beneficiaría a las agencias de viajes, garantizando la igualdad de condiciones entre los organizadores de viajes combinados y los proveedores de servicios de transporte aéreo.

La normativa actual

Por otro lado, en referencia al intento de la Comisión Europea de abordar los crecientes problemas de insolvencia de compañías aéreas mediante una recomendación a las autoridades nacionales de "un control apropiado de la situación financiera de los transportistas aéreos", ECTAA y GEBTA muestran su disconformidad. Así, advierten de que "la única medi-

da que pueden tomar las autoridades nacionales es suspender o revocar la licencia a las aerolíneas que dejen de cumplir sus obligaciones", lo que a su juicio "acelera su quiebra sin dar soluciones a los pasajeros".

En este sentido, recuerdan "los recientes casos de ceses de operaciones", como por ejemplo el de Air Comet en España, en el que "la compañía aérea dejó de operar antes de que las autoridades tomaran medidas en virtud del Reglamento 1008/2008". Por ello, afirman que dicha normativa "no ha traído ninguna mejora", lo que se puede comprobar atendiendo en "las 11 quiebras aéreas que se han producido desde su entrada en vigor".

Finalmente, en lo que respecta a la intención de Bruselas de potenciar una oferta más amplia de seguros para minimizar el impacto de los ceses de operaciones, ECTAA y GEBTA reiteran que "deberían ser obligatorios", ya que de lo contrario "el coste de la protección será mayor". Además, señalan que en la actualidad este sistema de protección no está disponible en la mayoría de países de la Unión Europea.

CEOE se muestra contrario a la subida impositiva en Baleares

El Consejo de Turismo de CEOE se muestra contrario a la subida impositiva en Baleares y comparte los argumentos esgrimidos por el sector del alquiler de vehículos y la hostelería en contra del establecimiento de nuevas tasas medioambientales en la Comunidad. Según el organismo que preside Joan Gaspart, el impuesto sobre envases contenido en el Anteproyecto de Ley de Medidas Tributarias para la Sostenibilidad de la Hacienda Pública, así como la tasa verde aplicable a las actividades de renta-car, son "medidas discriminatorias que ponen en peligro la competitividad del Sector Turístico, situando a Baleares en una posición de desventaja frente a otros mercados".

El Consejo de Turismo señala que "se está sometiendo a las empresas turísticas a una presión fis-

cal insostenible, con nuevas cargas que suponen un duro golpe para un Sector que ya está afectado por la actual coyuntura económica". Por tanto, manifiesta su "disconformidad ante una posible doble imposición".

Nuevas tasas

Por otro lado, el Consejo de Turismo de CEOE también muestra su preocupación "ante la implantación de nuevas tasas consideradas medioambientales por parte de diversas Autonomías, y el posible riesgo que su extensión a otras regiones pueda conllevar para el Sector Turístico español". En esta línea, recuerda que el Turismo es "un sector tractor de la actividad, creador de empleo y clave para la recuperación económica de nuestro país".

Avasa cogregará a más de 400 agentes en su XVI convención

Avasa celebra entre el 12 y 14 de abril su XVI Convención Anual en el Hotel Meliá Sitges. El Grupo comercial, que espera reunir a 400 agentes y 50 proveedores, presentará su estrategia para el verano y un plan de marketing "con importantes novedades respecto a los de años anteriores", informa. La jornada del viernes 12 de abril permitirá a los agentes asistir a diversos cursos de formación especializados. El sábado comenzará con el *workshop*, seguido de la sesión plenaria y un almuerzo de trabajo. Por la tarde se presentarán las nuevas estrategias para este año y posteriormente se celebrará la cena de clausura. La jornada del domingo incluye una serie de actividades lúdicas.

Aseguramos
tu tranquilidad.



Select
Seguro multiasistencia de viaje.

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

Sánchez-Lozano renuncia a consejero-delegado de Iberia

Rafael Sánchez-Lozano renuncia de mutuo acuerdo con IAG a su cargo de consejero delegado en Iberia y miembro del consejo de administración del *holding* con efecto inmediato. El consejero delegado de Iberia Express, Luis Gallego, será su sustituto. El consejero delegado, Willie Walsh, ha agradecido a Sánchez-Lozano "su importante trabajo y compromiso con Iberia".

UNAV advierte del agujero dejado por grupo Orizonia

"El agujero que ha dejado Orizonia en la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) de casi 16 millones es tan grande que no tardará en tener consecuencias para el resto de agencias". Así lo advierte la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), que acusa al *lobby* de aerolíneas de "mirar hacia otro lado". Así, lamenta que ahora "lo pagarán las agencias que cumplen religiosamente cada día".

Un 5% más de reservas de TUI Travel para verano

Las ventas de TUI Travel crecen en sus principales mercados, salvo en el francés. Las reservas para esta temporada de verano a fecha 17 de marzo han aumentado un 7%, correspondiendo a Reino Unido y países nórdicos los mayores ascensos (13%) y (15%), respectivamente. Por su parte, las ventas realizadas en Alemania se incrementan un 4% y en Francia un descenso del 6%.

Santander y Valladolid se unen por Turismo MICE

Los Ayuntamientos de Santander y de Valladolid han organizado una nueva reunión de trabajo con una veintena de agentes organizadores de congresos, Turismo familiar y MICE, en el marco de su alianza para impulsar el Turismo de Reuniones y Viajes de Incentivo y reforzar las estancias de fin de semana. Así se han dado a conocer los proyectos actuales

Las ventas aéreas de las agencias vía BSP caen un 13% en los dos primeros meses del año, hasta 575 millones

En el doméstico desciende hasta un 20%

La producción de las agencias a través del BSP de IATA sigue desplomándose. tras caer un 10% en 2012, en los dos primeros meses de 2013 experimenta un descenso del 13%, con 575 millones de euros.

El volumen de ventas de las agencias de viajes españolas a través del sistema del BSP de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) disminuye un 13% en los dos primeros meses de 2013. Según los últimos datos a los que ha tenido acceso NEXOTUR, la producción total asciende a 575,6 millones de euros.

Como viene siendo habitual, las ventas correspondientes al tráfico doméstico son las que peores cifras registran también en este periodo. En concreto, en los meses de enero y febrero experimentan un fuerte descenso del 20%, hasta 156,6 millones de euros.

En lo que respecta a los mercados internacionales, que acumulan un descenso de ventas del 9% (419 millones), ninguno alcanza las cifras de los dos primeros meses de 2012. Las operaciones con América se mantienen a la cabeza con una facturación de 211,6 millones de euros, un 10% menos que en 2011.

Les siguen las europeas con 120,3 millones, un 10% menos; las realizadas con Extremo Oriente, cuya producción cae un 9%, hasta los 57 millones; y las africanas con 24,7 millones, un 5% menos.

Descenso del 17% en febrero

En febrero, la producción de las agencias a través del BSP ha experimentado un retroceso del 17%, hasta 290,5 millones de euros. En este resultado tiene una gran repercusión el descenso del 23% del mercado doméstico, con unos 78 millones de euros.

Por otro lado, la producción correspondiente a las conexiones internacionales disminuye un 14%, hasta 211,9 millones de euros. América mantiene su dominio con 104,5 millones, un 14% menos. Por detrás están Europa con 63,6 millones (-11%), Extremo Oriente con 29,4 millones (-16%) y África con 12,2 millones (-13%).

Producción BSP de Agencias de Viajes en Febrero de 2013

INTERNACIONAL	INTERNACIONAL				TOTAL BRUTO	NACIONAL TOTAL BRUTO	TOTAL PRODUCCIÓN	
	MEDIA DISTANCIA		LARGA DISTANCIA				BRUTO	NETO
	EUROPA	ÁFRICA	AMÉRICA	EXTREMO ORIENTE				
VENTAS	63,6	12,2	104,5	19,4	211,9	78,5	290,5	273,9
%	-11%	-13%	-14%	-16%	-14%	-23%	-17%	-17%

Producción BSP Acumulada de Enero a Febrero de 2013

INTERNACIONAL	INTERNACIONAL				TOTAL BRUTO	NACIONAL TOTAL BRUTO	TOTAL PRODUCCIÓN	
	MEDIA DISTANCIA		LARGA DISTANCIA				BRUTO	NETO
	EUROPA	ÁFRICA	AMÉRICA	EXTREMO ORIENTE				
VENTAS	120,3	24,7	211,6	57,0	419,0	156,6	575,6	544,5
%	-10%	-5%	-10%	-9%	-9%	-20%	-13%	-13%

Las cifras de ventas están expresadas en millones de euros.

©NEXOTUR

PSOE advierte que el Plan Nacional de Turismo 'no es la hoja de ruta que necesita el Sector'

Franquis: 'Hace falta un reconocimiento al Turismo a nivel político'

El portavoz de Turismo del PSOE en el Congreso de los Diputados, Sebastián Franquis, denuncia que en los 14 primeros meses de Gobierno popular la política turística ha estado marcada por "incumplimientos, engaños, desconcierto y desatinos". Medidas como "la reducción de más



Sebastián Franquis

el Plan de Turismo está compuesto por medidas "de alcance limitado y renuncia a liderar la estrategia de renovación que tiene pendiente España". Por ello, entiende que "ésta no es la hoja de ruta que necesita el Sector" y que "no se ha hecho un diagnóstico serio".

Franquis considera que el Plan de Turismo "no dispone de un marco financiero" para el desarrollo de las medidas que engloba, por lo que afirma que carece de "ambición y renuncia a fijar al Sector como uno de los ejes en los que apostar para salir de la crisis". Finalmente, lamenta que sus objetivos vuelven a incidir "en las claves del pasado, interpretando que la mejora pasa solo por más turis-

tas y más pernoctaciones, aunque ello no suponga el aumento de los márgenes empresariales e implique el debilitamiento de la competitividad". Así, advierte de que aunque "vienen más turistas y gastan más, al Turismo español no le salen las cuentas".

Ante estas carencias, pide que "se reconozca la importancia del Turismo en España" con "un aumento de los presupuestos". Aboga por la puesta en marcha de "un plan de recuperación del Turismo nacional", ya que "el cliente español ha desaparecido y ha hundido la esperanza de la industria turística". También reclama la revisión de la política fiscal, reduciendo el IVA y las tasas aeroportuarias; combatir la estacionalidad; la promoción de la calidad; y que "se evite el desmantelamiento de la red de Paradores".

Los pagos de los españoles para viajar al extranjero se reducen

El Turismo Emisor empieza 2013 igual que finalizó 2012. Por séptimo mes consecutivo, los pagos realizados por los españoles para viajar al extranjero registran un fuerte descenso, en esta ocasión del 4,1%. También los ingresos por Turismo experimentan un retroceso del 1,5% en el primer mes del año.

Los españoles siguen recorriendo en sus viajes al extranjero. Según los datos de la Balanza de Pagos, que elabora el Banco de España, en enero de este año los españoles han gastado un total de 774,3 millones de euros en este tipo de desplazamientos, lo que supone un descenso del 4,1% respecto al mismo mes del año anterior, cuando destinaron 807,4 millones.

Se trata de la séptima variación negativa consecutiva. Los pagos por Turismo efectuados por los es-

pañoles han caído en los seis últimos meses de 2012, con tasas del 4,8%, 7%, 4,3%, 6,2%, 4,6% y 9,5% de julio a diciembre. Este comportamiento negativo en la segunda mitad del año provocó que en el total se produjese un descenso del 4,5%, pasando de 12.422 millones a 11.905,9 millones.

Por su parte, los ingresos por Turismo también experimentan un decrecimiento del 1,5%. Así, en enero de este año se sitúan en 2.647,9 millones de euros, frente a los 2.688,2 millones del mismo mes de 2012. Cabe recordar que en 2012 mostraron un tímido avance del 0,6% respecto a 2011, ascendiendo a 43.306,2 millones. Finalmente, el superávit del apartado Turismo y viajes cae un 0,9%, pasando de 1.880,9 millones a 1.873,6 millones de euros.

Gallego: 'Muchas cruceristas camuflan subidas de precios inflando las tasas no comisionables'

El máximo responsable de CEAV asegura que numerosas compañías de cruceros "camuflan el incremento de precios bajo tasas no comisionables" para los agentes. En declaraciones a NEXOTUR, Gallego afirma que la Confederación va a hacer un seguimiento a este asunto y reclama "transparencia total" a las navieras.

"Muchas compañías de cruceros están falseando un impuesto para

aumentar sus beneficios". Así lo afirma el presidente de CEAV, Rafael Gallego, que asegura a NEXOTUR que esta forma de actuar se ha convertido en una "práctica generalizada" en el mercado español.

Pedir explicaciones

A su juicio, en numerosas ocasiones las navieras "camuflan el incre-

mento de sus precios a través de supuestas tasas", lo que va en detrimento de las agencias de viajes, que "sufren una pérdida de ingresos". Esta "subida encubierta de precios", tal y como la califica Gallego, provoca que "en muchas ocasiones las tasas superen incluso al precio real del crucero".

Es por ello que CEAV pretende llevar a cabo "un seguimiento de esta

situación y cotejar las tasas que cobran las navieras", revela su presidente. Así pretende evitar que "exista un desequilibrio entre lo que están cobrando al cliente y lo que realmente deben cobrar". Asimismo, también afirma que "pediremos explicaciones" a las compañías de cruceros que actúan de este modo, a las que exigirán "transparencia total", cosa que "a día de hoy no existe".



Rafael Gallego presidente CEAV.



Son un 3,5% superiores a 2012.

Los precios del viaje organizado aumentan más de un 2% en febrero

El precio del viaje combinado recupera la tendencia alcista. Así lo revelan los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), según los cuales este producto, comercializado en exclusiva por agencias de viajes y turoperadores, se ha encarecido en febrero un 2,4% respecto a enero.

Esta variación nada tiene que ver con la de enero, cuando los precios experimentaron un significativo descenso del 10,1%. Esto provoca que en el periodo acumulado se registre una tasa negativa del 7,9%. Pese a ello, en comparación con febrero de 2012, el precio del 'paquete' turístico es un 3,5% más elevado.

En lo que respecta al apartado Turismo y hostelería, el INE estima que los precios han crecido un 0,3% respecto al mes anterior y un 0,9% en comparación con febrero de 2012. Dentro de este segmento, los hoteles y otros alojamientos presentan un decrecimiento mensual del 0,3% e interanual del 2,3%. Por su parte, los precios de restaurantes, bares y cafeterías se mantienen estables.

Analizando la evolución del Turismo y hostelería por Comunidades autónomas, destaca en primer lugar que la variación mensual de los precios se mantiene estable en todas ellas, con tasas que van del -0,1% al 0,4%. En la comparación interanual hay mayores diferencias, con crecimientos superiores al 1% en Comunidades como Aragón, Baleares, Cantabria, Castilla y León, León, Cataluña, Galicia, Murcia, País Vasco y La Rioja.

~ «NEXOTUR, NEXOBÚS y NEXOTRANS son, además de Periódicos y Digitales líderes en sus Sectores, auténticos ejemplos de excelencia informativa para los profesionales».

Rafael Barbadillo | Presidente | Comité Nacional del Transporte

Las agencias de viajes y turoperadores inician 2013 con un descenso de facturación del 7% respecto a 2012

Las agencias de viajes empiezan el año con una fuerte caída de ventas. Según revela el INE, minoristas y turoperadores han facturado en enero un 7,1% menos que en el mismo mes del año anterior. Asimismo, su volumen de negocio se reduce cerca de un 10% respecto a diciembre de 2012.

Las agencias de viajes siguen sin levantar cabeza. Un mes más, las mi-

noristas y turoperadores que operan en España experimentan un significativo descenso de ventas. Según los datos recabados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), su cifra de negocio registra un retroceso interanual del 7,1% en enero. Además, en comparación con diciembre de 2012, su facturación cae un 9,8%.

Se trata del decimosexto mes consecutivo en el que el volumen de ne-

gocio de estas empresas muestra una evolución negativa. Por tanto, es necesario remontarse a septiembre de 2011 para observar un incremento de ventas, concretamente del 3,5%.

Tal y como publicó NEXOTUR, la facturación de agencias y turoperadores se ha reducido en los últimos cuatro años. En 2012 se produjo un descenso del 8,2%, la segunda mayor caída de este periodo, solo

superada por la tasa negativa del 10,5% de 2009. Entre ambos ejercicios, tanto en 2011 como en 2010 se registraron ligeras reducciones de ventas del 0,4% y 0,8%, respectivamente.

En lo que respecta al resto de sectores relacionados con el Turismo, cabe destacar que ninguno alcanza los niveles de facturación de enero de 2012. De los diversos medios de transporte, el aéreo es el que peor

evolución presenta, con una variación interanual negativa del 5,5%. Le siguen el ferrocarril y el marítimo con retrocesos del 3,1% y 2%, respectivamente. Por su parte, dentro de la rama de hostelería, el volumen de negocio de los servicios de alojamiento disminuye un 7,4%, mientras que en el caso de los servicios de comidas y bebidas se produce un descenso del 7,1%.

IATA revisa al alza su previsión para 2013, con ingresos de 8.200 millones

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) revisa al alza sus previsiones de beneficios para el conjunto del sector aéreo. Según su último informe, las compañías aéreas alcanzarán unas ganancias de 8.210 millones de euros en 2013, frente a los 6.507 millones estimados anteriormente. Asimismo, el margen de beneficio de las aerolíneas sube del 1,3% al 1,6%. Pese a esta mejora, estos porcentajes son muy inferiores a los alcanzados antes del inicio de la crisis, cuando se llegó a superar el 3%.

Entre los factores que han llevado al lobby aéreo a mejorar sus perspectivas, destaca la mejora de la confianza empresarial, fundamentada principalmente en el alza del 2,4% del Producto Interior Bruto (PIB) en 2013. También ha influido positivamente repunte del desempeño financiero de las compañías aéreas, cuya facturación ascenderá a 518.650 millones de euros, 9.273 más de lo inicialmente previsto.

Según el consejero delegado y director general de IATA, Tony Tyler, "los beneficios del sector están dando un pequeño paso en el camino correcto", viéndose favorecidos por "el contexto de optimismo en la demanda mundial de pasajeros". No obstante, reconoce que "persisten riesgos considerables que podrían frenar la recuperación", entre los que cita la situación que atraviesa Chipre.

Por su parte, los costes de combustible seguirán en ascenso, pudiendo superar los 167.000 millones de euros. De confirmarse esta cifra, supondría ya el 33% de los costes totales de las compañías aéreas.

Por regiones, las aerolíneas de Asia-Pacífico se sitúan a la cabeza con una ganancia neta de 3.250 millones de euros en 2013. Por detrás están las norteamericanas, con unos 2.800 millones de euros, y las de Oriente Medio, con unos 1.084 millones de euros. A continuación, solo por delante de las compañías aéreas latinoamericanas (465 millones) y africanas (75 millones), están las establecidas en el territorio europeo, cuyos beneficios ascienden a 619 millones de euros, frente a los 232 millones de la última previsión.



~ «NEXOTUR siempre ha valorado y respetado el papel de las Agencias de Viajes. Su implicación con el sector y su constancia, dos grandes méritos que desde UCAVE nos satisface destacar».

Rafael Serra | Presidente | UCAVE

El uso del 'paquete' turístico cae en casi el 7% durante febrero

El viaje combinado muestra una evolución negativa en febrero. Después del tímido ascenso del 0,4% de enero, mes en el que fue utilizado por el 28,7% de los turistas internacionales que llegaron a España, en febrero experimenta un fuerte descenso interanual del 6,8%, con algo más de 814.000 viajeros.

Desciende el uso del 'paquete' turístico entre los turistas internacionales que visitan España. Después del crecimiento del 3,6% experimentado por esta forma de organización en 2012 y del tímido aumento del 0,4% en enero, en febrero muestra una significativa caída del 6,8% respecto al mismo mes del año anterior. En concreto, lo han utilizado 814.719 visitantes, el 29,1% del total, según la encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur) que elabora el Instituto de Estudios Turístico (IET).

Todo lo contrario sucede con los que han optado por otras formas de organización, con un incremento del 3,2%, rozando los dos millones. Este comportamiento favorable logra contrarrestar el retroceso en el viaje combinado, sumando en su conjunto 2,8 millones de llegadas de turistas, cifra idéntica a la de febrero de 2012.

Principales mercados

Los principales mercados emisores de este mes han sido Reino Unido, Alemania y Francia, que se comportan de manera positiva respecto a febrero de 2012. Reino Unido ocupa la primera posición con 571.135 viajeros (20,4% del total), un 1,3% más que en el mismo mes del año anterior. Por detrás está Francia con 448.500 turistas, un 2,2% más, siendo Cataluña su principal destino. Alemania, con 438.109 visitantes, un 1,7% más, es el tercer mercado emisor de turistas hacia España, siendo Cataluña y Madrid sus principales regiones receptoras.

Canarias es el primer destino del mes, con 899.055 turistas, el 32% del total de las llegadas. Sin embargo, muestra un retroceso del 2,9% respecto a febrero de 2012, debido principalmente a la menor afluencia de turistas germanos. Cataluña, como segundo destino, ha atraído al 25,5% del total de los turistas (713.614), creciendo un 7,6%, siendo los alemanes y franceses los que más contribuyen a esta evolución favorable.

Comunidades destino

La tercera posición es para Andalucía con 335.244, lo que supone un avance interanual del 2,2%. Los turistas británicos, alemanes y nórdicos son los que han hecho posible, en gran medida, este aumento. A continuación aparece la Comunidad de Madrid con una caída del 10,3%, hasta los 268.385 visitantes, causada principalmente por el descenso de los mercados lejanos. Finalmente, la Comunidad Valenciana,

con 232.864 turistas, muestra un fuerte incremento del 8,6%, con mayor afluencia de viajeros procedentes de los países nórdicos y Países Bajos; y Baleares, con 121.656, retrocede de esta manera un 5,5% debido principalmente a la caída del mercado nórdico.

En lo que respecta a las vías de acceso que se utilizan para viajar a

España, de los cerca de 2,8 millones de turistas internacionales, el 83,7% (2,3 millones) ha utilizado el avión, medio que iguala la cifra de pasajeros de febrero del año anterior. Le sigue la carretera con 447.542 viajeros, un 3,1% más, mientras que el resto de medios contabilizan tan solo 37.000 usuarios, un 29,7% menos que hace un año.



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

~ «Felicitó a NEXOTUR por sus esfuerzos continuados a lo largo de estos 25 años en pro de una información que ha sido tan útil para el Sector».

Enrique de la Lama Noriega | Ex Director de Economía | CEOE

Reserva desde agencias en la página de Diagonal



Diagonal Hotels presenta una nueva versión de su página en Internet en la que ha modificado sensiblemente la presentación, reduciendo la información del Grupo y de los hoteles, y ampliando la reserva a agencias y empresas.

Vuelos desde Madrid en la 'web' de Iberia Express



La compañía aérea Iberia Express presenta una página en Internet de propósito limitado y fácil uso en la que informa de sus vuelos, precios y fecha de inicio de cada ruta, y permite al cliente final, una sencilla y completa gestión de reservas.

Oferta turística de Bolivia en su página 'web' oficial



Bolivia presenta una página oficial de Turismo en la que con una cuidada presentación ofrece información general sobre los temas de interés en el país, incluyendo relaciones de proveedores de servicios y el enlace con su web.

Información de eventos en el Palacio de Huesca



El Palacio de Congresos de Huesca presenta una página de buen diseño en la que ofrece una información limitada del edificio, sus espacios y servicios y un completo calendario de eventos por mes, con acceso a su descripción y a su página.



El grupo afirma estar 'comprometido' con el canal de agencias.

Amadeus e IAG sellan acuerdo de distribución a largo plazo

Amadeus seguirá distribuyendo el contenido de las aerolíneas de Internacional Airlines Group (IAG). El acuerdo, que abarca a British Airways, Iberia e Iberia Express, permite a las agencias usuarias del sistema seguir beneficiándose del acceso a tarifas, disponibilidad y funcionalidad que tenían previamente.

"Firmar un nuevo acuerdo de distribución con IAG era una prioridad comercial para Amadeus desde hace tiempo con el objetivo de garantizar a nuestros usuarios el acceso continuado a los vuelos", explica su vicepresidente senior de distribución, Holger Taubmann. Por ello, se muestra

"muy satisfecho de haber alcanzado un acuerdo con IAG y esperamos que continúe por muchos años más lo que hasta ahora ha sido una larga y exitosa relación".

Por su parte, la responsable comercial del holding, Silvia Cairo, subraya que "estamos enteramente comprometidos con el canal de las agencias de viajes y estamos encantados de haber firmado un acuerdo plurianual con Amadeus". "Tenemos una larga relación con Amadeus y esperamos seguir trabajando conjuntamente con los usuarios de su sistema, incluso de forma más estrecha en los próximos años", añade.

El 68% de los alojamientos rurales gestiona su reputación 'online' en las redes sociales

Los clientes prefieren realizar sus reservas para este tipo de establecimientos por teléfono y 'mail'

El uso de las herramientas online es una de las conclusiones del último Observatorio de Escapadarural, con el que elabora una radiografía del sector tras más de 12.000 encuestas entre clientes y propietarios. Entre los objetivos del análisis destaca el detectar el grado de penetración de las herramientas online en las diferentes fases que aborda este tipo de viajero (antes, durante y después de su estancia), así como averiguar el grado de penetración de las herramientas online para promocionar el Turismo rural, entre otros parámetros.

Así, entre las principales conclusiones, respecto al canal de reservas más habitual en Turismo rural, el teléfono y el mail aparecen en primeras posiciones. El Observatorio también ha abordado el grado



El Observatorio de Escapadarural ha raelizado 12.000 encuestas.

de conocimiento de las herramientas de marketing online por parte del propietario y el resultado es que están más familiarizados con la gestión de la web y de la reputación online que con el uso del blog.

Además, el estudio de Escapadarural refleja cómo el 67,9% de los propietarios de turismo rural gestiona su reputación online y son conscientes de la importancia que las opiniones tienen para el viajero.

El buscador de vuelos Flight Search de Google ya está operativo en España

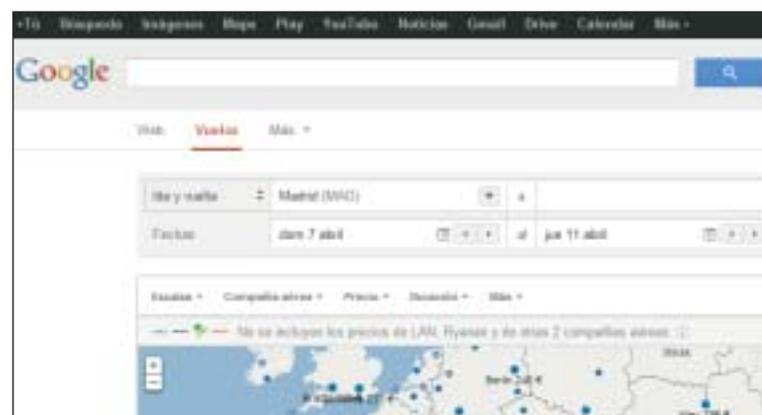
Redirige a las 'web' de las aerolíneas o a otros 'portales', incluidas agencias

Google pone en marcha su herramienta Flight Search en nuevos mercados. Después de iniciar su primera fase de implementación en el mercado estadounidense-

se en septiembre de 2011, este buscador de vuelos está ya disponible en ocho idiomas en España, Reino Unido, Francia, Italia y Países Bajos.

Flight Search está ya operativa en el mercado español. Según ha anunciado Google, el buscador de vuelos, lanzando hace año y medio en Estados Unidos, se encuentra en funcionamiento desde principios de semana en España, Reino Unido, Francia, Italia y Países Bajos, estando disponible en ocho idiomas diferentes, entre ellos español, euskera, catalán y gallego.

Flight Search permite a los usuarios buscar vuelos en cualquier parte del mundo, poniendo a su disposición un mapa en el que es posible visualizar las conexiones aéreas y los precios. El buscador permite introducir diferentes filtros, como escalas, duración precio o compañías aéreas. Una vez elegido el vuelo, la web de Google redirige al cliente a la aerolínea prestataria del servicio o bien a otros 'portales' con los que tiene acuerdos, entre los que se encuentran agencias de viajes online. Flight Search también cuenta con un planificador de vuelos, herramienta que ofrece la posibilidad de comprobar cuáles son los meses



Flight Search permite introducir varios filtros de búsqueda.

del año en los que es más asequible volar según qué destinos.

Google presentó su primera versión de Flight Search en Estados Unidos en septiembre de 2011, cinco meses después de que adquiriera por 511 millones de euros la empresa ITA Software, artífice de la herramienta de vuelos empleada por la mayoría de los buscadores de rutas aéreas. Enton-

ces, el director de ingeniería de Google, Kourush Gharachorloo, destacó que "frente a otros buscadores, la experiencia de ITA combinada con la tecnología de Google permitirá al usuario encontrar su vuelo con la mayor velocidad de búsqueda". Asimismo, hizo hincapié en que Google no obtiene un beneficio directo con este servicio, lo que evita un sobrecoste.

Todos los productos y servicios de American Airlines en Travelport

Travelport permitirá a los agentes de viajes el acceso al contenido completo de American Airlines. Tras una integración técnica, ambas empresas utilizarán la tecnología de Universal API de Travelport y la interfaz basada en XML de direct connect de American, para brindar capacidades adicionales a sus clientes.

Entre otras novedades, los agentes tendrán la posibilidad de vender main cabin extra, nuevos asientos de la compañía aérea de recientemente creación. Estas plazas se caracterizan por su espacio adicional y su cercanía a la parte delantera del avión, lo que permite a los clientes bajar y subir más rápidamente.

El vicepresidente de ventas globales de American Airlines, Derek DeCross, destaca que "Travelport merece todas las felicitaciones por trabajar en conjun-



Interfaz XML de American.

to con American para crear una solución que muestra a los agentes de viajes todas nuestras opciones de productos en una manera transparente y cómoda". Por su parte, el vicepresidente y director general de distribución de Travelport, Dan Westbrook, señala que "American Airlines es una empresa líder y el socio ideal con quien avanzar la estrategia de asociación con aerolíneas".

Tarjetas

Una estafa con tarjetas

Pregunta.- Un cliente me pidió por teléfono la reserva de unos vuelos, me confió la autorización del cargo de la tarjeta, la copia de la misma y su identificación. Yo le cobré por mi TPV y le reenvié el billete electrónico. Ahora, pasados unos meses, el banco me devuelve el cobro realizado por la TPV porque el titular de la tarjeta dice que no ha autorizado su uso. Supongo que se trata de una estafa. Yo creo que he actuado bien, aunque estoy preocupada. ¿Qué puedo hacer? ¿Hay algún servicio al que pueda acudir?

Respuesta.- En efecto, tu actuación ha sido correcta, ya que solicitaste toda la documentación necesaria para la realización del pago a través de tu TPV. No obstante, debes saber que algunas TPV llevan incorporado un sistema de autenticación que permite averiguar si el consumidor es el verdadero titular de la tarjeta de crédito. Sería conveniente que te informaras sobre si tu TPV cuenta con dicho sistema, pues si así fuera, debería ser la propia entidad emisora de la tarjeta la que se hiciera responsable de las operaciones realizadas con la misma.

En cuanto a tus dudas sobre la posibilidad de que se trate de una estafa, pueden darse dos supuestos: que el titular de la tarjeta sea la persona que realizó las reservas, o que la persona que ha comprado los billetes lo haya hecho con una tarjeta robada. Solo en el último caso estaríamos en una estafa.

Si el titular de la tarjeta coincide con la persona que realizó las reservas, tienes dos opciones: una es la vía extrajudicial mediante el envío de un burofax al cliente, instándole a que, si en el plazo de diez días desde la recepción del mismo no ha procedido al pago de los importes adeudados, os veréis en la obligación de tomar las medidas judiciales oportunas. En el supuesto de que haga caso omiso al burofax, la única opción sería la vía judicial, mediante Juicio de Reclamación de

Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

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

Cantidad, ordinario o verbal, dependiendo de la cuantía reclamada. Si es juicio verbal, no será necesario ni abogado ni procurador, salvo que la cantidad sea superior a 2.000 euros; si es juicio ordinario, cuya cantidad es superior a 6.000 euros, se necesitará a ambos.

Si la persona que ha comprado los billetes lo ha hecho con una tarjeta robada, estaríamos ante un caso de estafa. Por tanto, deberías acudir inmediatamente a la policía para denunciar el suceso, aportando toda la documentación de la que dispongas. No obstante, no obtendrás resultados positivos al respecto hasta que no cogieran a los culpables, en cuyo caso se les podría pedir responsabilidades.

Sea lo que fuere, es muy importante que tengas en tu poder toda la documentación del caso, como por ejemplo, los mails intercambiados con los clientes, los bonos emitidos, etc. que puedan acreditar que realmente has prestado ese servicio a los clientes y que has actuado diligentemente y de buena fe.

Respuesta.- Desde la adaptación de la normativa turística nacional a la Directiva Bolkestein de Liberalización de Servicios, se estableció que cualquier empresa podía vender servicios turísticos sin que tuvieran que constituirse como agencias de viajes, salvo que su actividad incluyera la venta de viajes combinados, en cuyo caso sería obligatorio que la empresa se constituyera como tal.

La ley describe viaje combinado como la combinación previa de, por lo menos, dos de los siguientes elementos: transporte, alojamiento, otros servicios turísticos no accesorios del transporte o del alojamiento. Dichos elementos deben constituir una parte significativa del viaje, que se ofrecerá en venta con arreglo a un precio global, sobrepasando esta prestación las 24 horas o incluyendo una noche de estancia.

Por lo tanto, si tu empresa va a dedicarse a paquetizar servicios turísticos, tal y como nos has indicado, entonces tenéis que daros de alta como agencia de viajes en la Consejería de Turismo de la Comunidad autónoma donde vayáis a ejercer la actividad.

Antes de nada, deberás determinar si vas a constituirte como agencia de viajes mayorista, minorista o mayorista-minorista, en función del tipo de negocio que vayas a llevar a cabo, pues las condiciones de determinados requisitos varía, tal como puede ser la cuantía del aval que te exige Turismo. Esta decisión deberás tomarla si vas a vender sólo a otras agencias y no al cliente final

(mayorista), si vas a vender al cliente final (minorista) o a ambos sujetos (mayorista-minorista).

Hay que añadir que la fianza tiene como objetivo responder del cumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación de sus servicios frente a los consumidores y, especialmente, del reembolso de los fondos depositados y el resarcimiento por los gastos de repatriación en el supuesto de insolvencia o quiebra. Además, dicha fianza debe estar vigente durante toda la vida de la agencia de viajes, en caso contrario, Turismo procederá a la revocación del título de la agencia. Y que todo lo dicho anteriormente tiene validez en la mayoría de las Comunidades autónomas; si bien podemos encontrar algunas con peculiaridades en esta normativa.

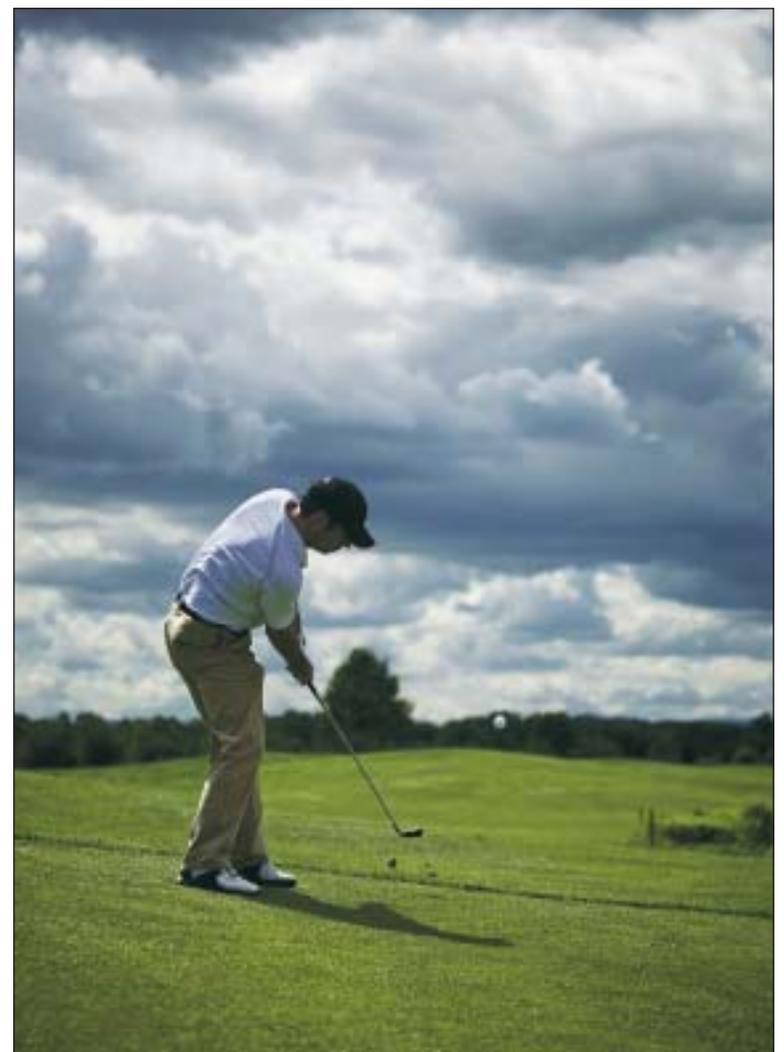
Por otra parte, varias Comunidades autónomas exigen una póliza de responsabilidad civil con tres bloques de cobertura —Explotación, Daños Patrimoniales Primarios e Indirecta Subsidiaria— cuyo capital mínimo lo establece la Comunidad. Estos documentos originales se presentarán en la Tesorería de Caja de la Consejería de Hacienda de vuestra Comunidad autónoma.

Intermundial cuenta con un programa de seguros completo para las agencias de viajes, que incluye el seguro para la fianza y el de responsabilidad civil. Este último se recomienda en todo caso por la tranquilidad que aporta en el ejercicio de la actividad de la agencia, en cuanto a las reclamaciones que pudieran presentar los clientes, y por los daños y perjuicios que puedan ocasionarle durante el desarrollo de la actividad.

Golf

Un turoperador especializado en golf

Pregunta.- Me gustaría trabajar como un turoperador de golf, creando 'paquetes' de golf que incluyan medios de transporte, estancias en hoteles y actividades en campos de golf. ¿Es necesario que me constituya como agencia de viajes?





¿A tu agente de seguros le apasiona viajar?

A los expertos de Intermundial sí. Por eso entendemos tus necesidades mejor que nadie.

Descubre los productos más avanzados y las soluciones a medida que maximizan la rentabilidad de tu negocio.

Consúltanos.
www.intermundial.es



100% Agentes

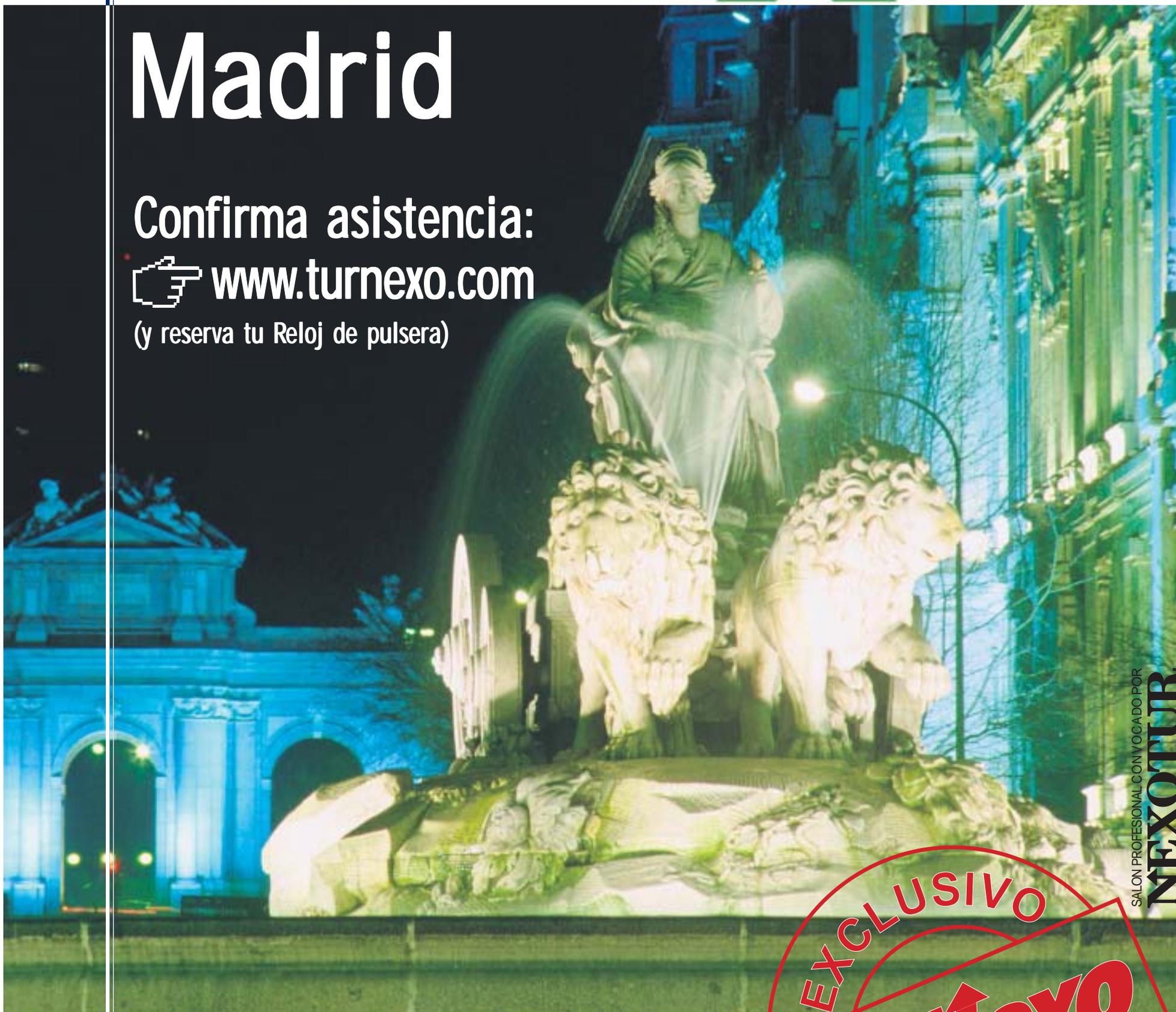
Turnexo

Madrid

Confirma asistencia:

 www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES

Martes 9 de Abril
Hotel Mayorazgo Best Western

Nexopublic
CONSULTING

Most r a d o r



El nuevo A330 de Iberia cuenta con 36 asientos Business y 242 Turista.

Boston será el primer destino trasatlántico del A330 de Iberia

El 18 de marzo, Iberia estrenaba el nuevo avión A330 en su ruta Madrid-Boston. A bordo, los pasajeros pueden disfrutar de las nuevas cabinas de las clases Business y Turista en vuelos de largo radio de Iberia. Con una configuración de 36 asientos en clase Business y 242 plazas en la clase Turista, la cabina de la nueva Business Plus a bordo de los aviones A330 dispone de butacas que se convierten en camas planas de casi dos metros, insertada en módulos aislados y con acceso directo al pasillo.

Junto con Boston, Miami, Nueva York y Chicago son las

ciudades a las que Iberia comenzará a volar con el avión A330 en un breve periodo de tiempo. Los vuelos a Los Ángeles, el quinto destino estadounidense de Iberia, se operarán con aviones A340. En el próximo mes de mayo, la compañía aérea española comenzará a instalar su nuevo producto de largo radio en los 17 aviones A340/600 de su flota. Estas rutas están incluidas en el Acuerdo de Negocio Conjunto entre Iberia, American Airlines y British Airways en las rutas del Atlántico Norte.

✉ www.iberia.es

TUI Ambassador Tours lanza su nuevo monográfico de Japón y Corea

Como novedad en España, el turoperador incluye Corea del Norte

Japón y Corea son los destinos protagonistas del nuevo monográfico de TUI Ambassador distribuido en diciembre. En el caso de Japón, incluye cinco propues-

tas, en el de Corea del Sur dos opciones y en el de Corea del Norte, novedad para este año en el mercado español, dos circuitos de 12 o 14 días de duración.

TUI Ambassador Tours ha distribuido en el mercado su nuevo monográfico Japón y Corea con una amplia y variada oferta para conocer estos tres países. Como novedad y primicia en España se incluye Corea del Norte, uno de los pocos destinos inéditos por descubrir.

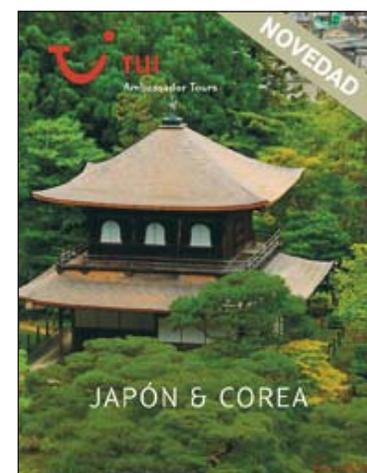
Dentro de la programación de Japón el turoperador incluye cinco propuestas de viaje todas ellas con salidas para un mínimo de dos personas: desde un programa básico de ocho días, hasta el más completo, como es el caso del Gran Tour de Japón, con 15 días de circuito para poder conocer a fondo el país.

También ofrece la posibilidad de construir un viaje a la carta desde Tokyo mediante el 'Japan Rail Pass', una manera simple de viajar, fácil y con precios reales. Igualmente, se puede combinar cualquiera de las opciones propuestas con las mejores playas del Sureste Asiático.

Debido a la apreciación del euro frente al yen japonés que favorece el poder adquisitivo del viajero español, hoy en día es más ventajoso que nunca viajar a Japón, destacan desde TUI. Ya desde diciembre, TUI Ambassador Tours está garantizando del dólar USA y también ahora el yen hasta el 31 de octubre. Debido a la evolución favorable del cambio de moneda y las renegociaciones con los proveedores destacamos la importante bajada de precios en su programación a Japón en este monográfico.

En el caso de Corea del Sur el turoperador propone dos opciones diferentes para conocer este país que combina la belleza de su entorno natural con arquitectura cosmopolita y tradicional de templos budistas. La propuesta incluye dos circuitos de ocho y 11 días.

Corea del Norte, uno de los países más herméticos del mundo, abre



Portada del monográfico.

sus puertas a los viajeros de TUI Ambassador Tours a través de dos circuitos de 12 o 14 días de duración donde podrán ser testigos privilegiados de este singular destino.

✉ www.tuispain.travel

MSC Cruceros junto a Pierre Dukan proponen unas vacaciones dietéticas

MSC Preziosa recorrerá el Mediterráneo entre el 18 y 25 de mayo en un crucero Dukan

Entre el 18 y 25 de mayo, el nuevo barco de MSC, MSC Preziosa realizará un itinerario muy especial por el Mediterráneo, el crucero Dukan. A

la vez que se disfruta del crucero se seguirá un método de régimen de amplio reconocimiento internacional acompañado por nutricionistas que

asesorarán a los pasajeros durante su estancia en el barco. El itinerario irá por Génova, Nápoles y Mesina en Italia, Túnez y Barcelona.

MSC Cruceros y Dieta Dukan ponen en marcha el crucero MSC Preziosa que surcará las aguas del Mediterráneo del 18 al 25 de mayo de 2013. A tan solo unas semanas del verano y de afrontar la exigente prueba del bañador, el crucero Dukan conjuga el placer de navegar por el mar con el disfrute del sol siguiendo un método de régimen de amplio reconocimiento internacional acompañado por nutricionistas que asesorarán a los pasajeros durante su estancia en el barco.

Con el fin de acompañar a los pasajeros en el día a día de este proceso, MSC Cruceros ha implantado, en colaboración con Pierre Dukan y su equipo, una organización específica compuesta por dietistas, cocineros, entrenadores deportivos y un médico con formación específica del método. Además, los pasajeros recibirán un paquete de regalos de bienve-

nida en el que se incluye el libro firmado por Pierre Dukan. Tras realizar un balance de salud al principio de la travesía, se propondrá a cada pasajero un programa de adelgazamiento a medida. Asimismo se organizarán sesiones de actividades físicas y cursos de cocina. También será posible conocer al mismísimo Pierre Dukan, que estará a bordo del MSC Preziosa durante una de las veladas privadas. Los pasajeros tendrán libre acceso a la sala de *fitness*, a las piscinas, a los *jacuzzis* y a todas las instalaciones disponibles en el barco.

Los viajeros volverán más ligeros, bronceados y equipados con todos los elementos para seguir adelgazando hasta alcanzar su peso justo gracias a los consejos que recibirán durante el crucero, así como a los folletos y a una tarjeta de descuento exclusiva para seguir un *coaching* personalizado en dietadukan.es.



El MSC Preziosa es una de las últimas incorporaciones de la crucerista.

El crucero Dukan, que tiene una duración de ocho días y siete noches a bordo del MSC Preziosa, zarpará de Marsella y hará escala en Génova (Italia) para después poner rumbo a Nápoles (Italia), Mesina (Italia), Túnez (Túnez) y Barcelona

(España). Las tarifas (por persona, en camarote doble) se pueden encontrar a partir de 590 euros, en camarote interior, 750 euros, en camarote con vistas al mar y 850 euros en camarote con balcón.

✉ www.msccruceros.es



Nueva Camping Key Europe.

Tarjeta de fidelización de campistas

La Federación Española de Empresarios de Camping (FEEC) ha lanzado Camping Key Europe España, la primera tarjeta de fidelización del sector en Europa. Las ventajas a nivel internacional son: descuentos por estancias en más de 2.500 *campings* de Holanda, Dinamarca, Suecia, Finlandia, Noruega, Portugal y España; seguro de accidentes a terceros; promociones en establecimientos como Repsol, Decatlón o Atesa, y descuentos para acceder museos, parques de atracciones, parques acuáticos buses turísticos y otros. La tarjeta está avalada por las principales federaciones de empresarios de *campings* europeos y por los principales clubs automovilísticos de Europa.

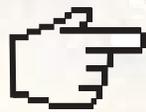
✉ www.campings.es

100% Agentes

Turnexo

Valencia

Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)

Jueves 11 de Abril
Hotel Ayre Astoria

Nexopublic
CONSULTING

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES

SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR



Uno de los apartamentos de la compañía Estancias con Arte.

Estancias con Arte pone en marcha servicios para directivos

Estancias con Arte, compañía dedicada al alquiler de apartamentos singulares en Madrid, dispone de un nuevo programa para empresas, que amplían su oferta tradicional, incorporando dentro de sus servicios tres nuevas áreas: alojamientos para trabajadores, celebración de eventos y meetings. Los programas de alojamiento temporal para directivos desplazados en empresas de Madrid y expatriados incorporan precios especiales en función de la duración de las estancias y el número de personas, junto a la posibilidad de cerrar acuerdos de larga duración con compañías que asiduamente necesitan alojar directivos en Madrid.

Por su parte, el programa de eventos ofrece a empresas y agencias espacios singulares y creativos para la celebración de ruedas de prensa, encuentros con periodistas o bloggers, presentaciones de producto, *showrooms*, comidas de empresa, cócteles de presentación, etc. Por último, Estancias con Arte abre una tercera línea, ofreciendo sus apartamentos para la celebración de *meetings* y reuniones de equipo, incorporando todas las comodidades y servicios de una sala de hotel a sus apartamentos con encanto donde se respira la creatividad. Disponen de un amplio catálogo de servicios a la carta.

✉ www.estanciasconarte.com

PortAventura apuesta esta temporada por Shambhala y su imagen en Europa

Realiza una fuerte inversión para ampliar el Costa Caribe Aquatic Park

PortAventura plantea esta temporada una gran apuesta internacional: posicionarse como uno de los mejores *resorts* de ocio familiar de Europa. Así, se pre-

senta como PortAventura: European Destination Resort, para dar a conocer la gran oferta que tiene y que lo convierte en un destino vacacional único.

Un parque temático, un parque acuático, cuatro hoteles de cuatro estrellas cada uno, con un total de 2.000 habitaciones, y un centro de convenciones con capacidad para más de 4.000 personas, junto a las playas del mar Mediterráneo son la oferta del nuevo concempot PortAventura: European Destination Resort. El pasado 22 de marzo PortAventura habría sus puertas con dos grandes apuestas para esta temporada 2013: Shambhala y la ampliación del Costa Caribe Aquatic Park.

En sus primeros ocho meses de funcionamiento, más de 1,7 millones de personas probaron Shambhala, lo que la sitúa como el proyecto de más éxito de la historia de PortAventura. Supuso una inversión de 25 millones de euros y cuenta con tres récords europeos: la montaña rusa más alta, la caída más larga y el hypercoaster más rápido.

Por su parte, se ha previsto una inversión de 10 millones de euros



Shambhala es la montaña rusa más alta de Europa.

en la ampliación del Costa Caribe Aquatic Park. El parque acuático contará con una ampliación de 14.000 m² de nuevas instalaciones, alcanzando de este modo los 50.000 m² de superficie total del parque. Así, se va a convertir en un referente europeo gracias a el tobogán de caída libre más alto de Europa, con una altura cercana a los 12 pisos de altura (31 metros), una pendiente de 55° y una velocidad de descenso de seis

metros por segundo. Además, el parque contará con un tobogán *multi bump* con un recorrido ondulado y dos rápidos cambios de rante, una altura de 19 metros y un recorrido de más de 100 metros. También se instalará un tobogán de seis carriles. La ampliación está pensada fundamentalmente para el público familiar, y para ellos se están construyendo dos grandes piscinas.

✉ www.portaventura.es



La información profesional no es un juego de niños

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

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

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

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid

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



De Profesional a Profesional

100% Agentes

Turnexxo

Catalunya

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Martes 16 de Abril
Eurostars Grand Marina

Confirma asistencia:
 www.turnexo.com
(y reserva tu Reloj de pulsera)

Nexopublic
CONSULTING

■ Club NEXOTUR

El Hotel Beatriz de Toledo ofrece descuentos del 30%

El Hotel Beatriz de Toledo lanza una promoción especial con descuentos sobre tarifa oficial del 30% para miembros del Club NEXOTUR y del 15% para acompañantes. Oferta sujeta a la disponibi-

Club NEXOTUR
Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 23**

lidad de los hoteles. Excluidas Semana Santa, Corpus y Fin de Año. Para más información y realizar reservas puede contactar con el departamento de reservas en el siguiente número de teléfono: 925 26 91 00.

■ Fam Trip



Los agentes participantes en el congreso de Natalie Tours han conocido la ciudad.

Madrid muestra su oferta turística

La ciudad de Madrid se vuelca con el mercado ruso. Los 250 agentes de viaje rusos que han participado en el XVI Congreso de Natalie Tours han tenido la oportunidad de conocer la gran oferta cultural y comercial de la ciudad, gracias a un completo programa de visitas y actividades. El Museo del Prado y las zonas emblemáticas de la capital han sido los principales reclamos.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

§ 8 de abril

Manoli Sánchez, V. Carmo, Sevilla; Elena Escuer, V. Halcón, Huesca; Luis C. Alonso, V. Calerotours, Badajoz; M. José Castaño, V. Zafiro Tours, Sevilla; Cristina Alcaraz, V. Evento Bcn, Barcelona; Puri Bernet, C.B. Travel, Barcelona; Luis A. Viyuela, V. Vire Tours, Madrid; Andrés Campins, V. Campins, Mallorca; Juan Bazán, V. Mountain Travel, Jaca; José M^a García, V. Descubrir, Madrid; Mohamed Benyahya, V. Arnal, Algeciras; M^a Mar Piña, V. Santa Ponsa, Santa Ponsa; María Roa, V. Alaska, Vitoria; Iciar Rica, V. Galea, Las Arenas; Oscar Aragunde, El Rincón del Viajero, Vitoria; M^a José Ferreira, V. Guamá, Barcelona; Elisabet Balaguer, Alex Tours, Barcelona.

§ 9 de abril

Emma Carreras, V. Blana, Blanes; Esteban Molina, V. Fuengirola, Fuengirola; Luis Palao, Delta Yecla, Yecla; Fernando Crespo, V. Jabalruz, Ubeda; David Santamaría, V. Reysan, Valladolid; Javier Rulo, V. Selvar, San Boi de Llobregat; Enrique Cuevas, V. Aneto, Zaragoza; Carmela San Martín, V. Arosa, El Grove; Carol Deusa, Stemgandia Viatges, Gandia; Angela Garcés, V. Garcés, Villalba.

§ 10 de abril

Juan Gómez, V. Interoceánica, Madrid; José Manuel Carrillo, V. Lora,

Lora del Río; Luz M. Martín, V. SVQ, Sevilla; Manuel Alvarez, Agencia de V. Marine, Madrid; Pedro Fiol, V. Alcudia Tours, Puerto de Alcudia; Juan Olivares, V. Estibaliz, San Martín de la Vega; Paloma Cabrillo, V. Albertur, Salamanca; Almudena Gil Madrigal, V. Gianello, Madrid; José Carlos Ferreira, V. Airbus, Vigo; Patricia García, V. Adalia, Madrid; Silvia Boera, V. Reitur, Pala Frugell; Ofelia Ruiz, V. EcoColor, Soria.

§ 11 de abril

Francisco Gómez, Enclaves del Mundo, Madrid; Carlos Beltrán Benítez, Viajes Vegaltours, Don Benito; Susana Larsen, Viajes Dinamic, Benidorm; Olga García, Viajes Club Vida, Madrid; Claudia Cabrera, Viajes People Express, Barcelona; Sonia Hoetmer, Ruraltours, Valencia.

§ 12 de abril

José Luis Jiménez Leal, Viajes Sgo, Madrid; Vicenta Sanchis Carpe, Viajes Fina, Valencia; Amparo Ribes, Viajes Europa Travel, Valencia; Ignacio Delgado, Viajes Abreu, Madrid; Belén Somoano, Viajes Sin Límite, Leganés; Rafael Polo, Servitour Travel Agency, Arroyo de la Miel; José Torres Juan, Ultramar Express, Ibiza; Aurora Grau, Viajes Agadir, Valencia; Remedios Vilches Noa, Viajes Barceló, Sevilla; Claudina Pérez, Via-

jes Canarias Europea, Playa del Inglés; Cristina Virseda, Viajes Itaca, Madrid; Roberto Puig López, Marina Sun Travel, Fuengirola.

§ 13 de abril

José Manuel Fuster, Viajes Ultramar Express, Ciudadela; Máximo García Viquer, Viajes Zen Travel, Valencia; Rafael Jiménez Manzano, Viajes Califal, Córdoba; Melina Medranda, Viajes Almeida, Barcelona; M^a Carmen Lorenzo, Viajes Cafranga, Madrid; Juan Chacón, Rutas Siglo XXI, Valdepeñas; Antonia Rodríguez, Viajes Quart, Quart de Poblet; Guillermo Izquierdo, Royal Tours, Madrid; Agustín Helguera, Viajes Barceló, Bilbao; Iñaki Muñoz, Viajes Arzabe, Bilbao; Juan José Martínez González, Viajes Ramalugo, La Laguna.

§ 14 de abril

Raquel Muñoz, Viajes Rosa dels Vents, Barcelona; Juan Viñas, Viajes Jabalruz, Jaén; Héctor Rebaza, Viajes Peru, Madrid; José Galán, Viajes Aral, Ceuta; Aida Sánchez Calvo, Viajes TabaTur, Badajoz; Elvira Ramírez, Viajes Turia, Valencia; Cati Mar Marín, Viajes Ibisol, Ibiza, Baleares; Aurora Rosaria Sosa, Viajes Noreste, Galdar; M^a Teresa Riera, Viajes Argos, Gijón; Lidia Aribau, Viajes Ter, Girona; Gloria Mestres Plana, Viatges Mestres, Tarragona.

Expertos en Consultoría de Transporte por Carretera

- Evaluaciones de Calidad.
- Estudios de Mercado.
- Estudios Estratégicos.
- Autodiagnósticos de Empresa.
- Análisis Sectoriales.
- Desarrollos en Internet.
- Fusiones y Adquisiciones.
- Búsqueda de socios financieros.

De Profesional a Profesional



Solicite Información, pre-Estudio y datos sobre Ayudas y Subvenciones a direccion-tecnica@nexopublic.net

Nexopublic

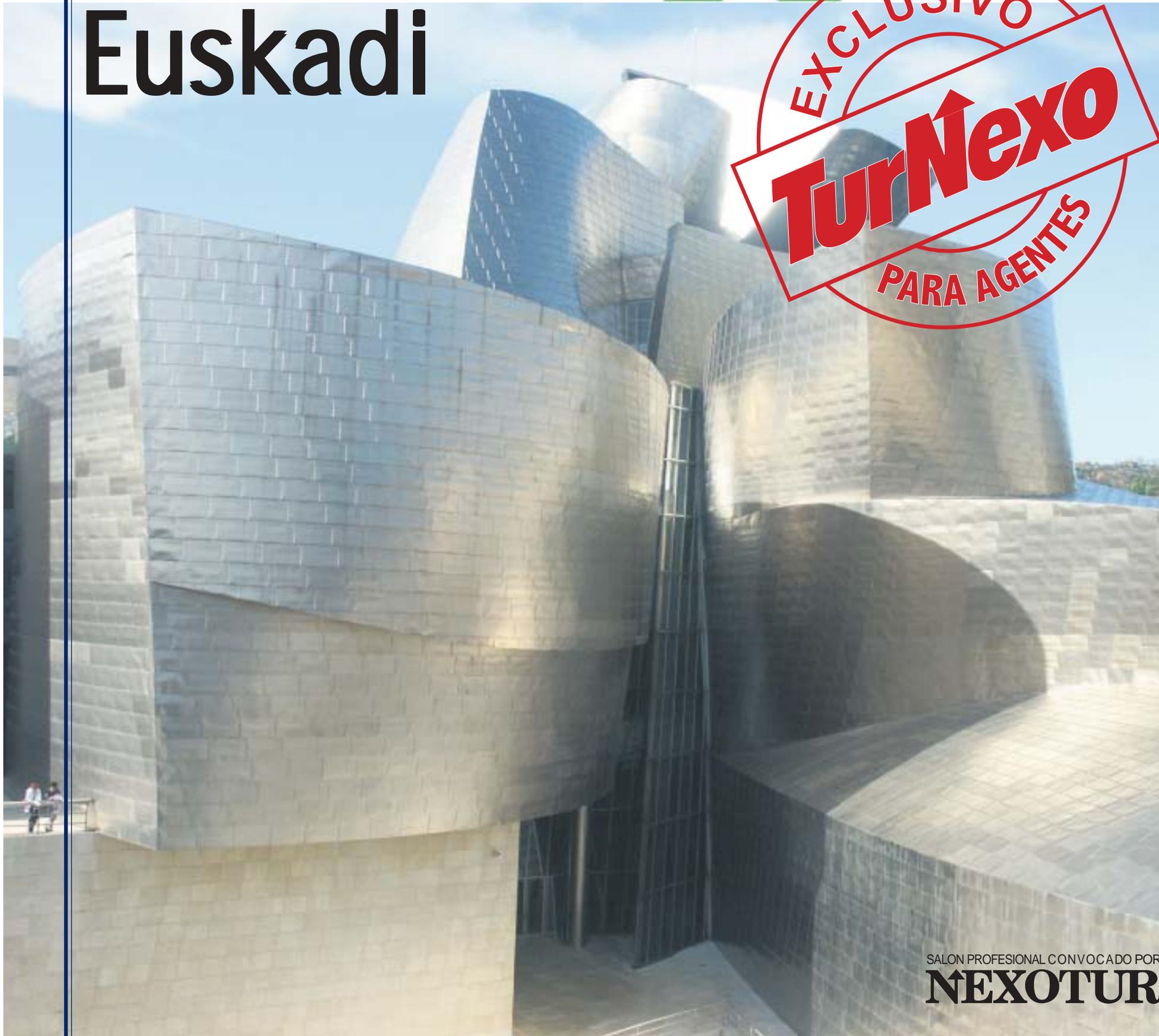
CONSULTING

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

100% Agentes

Turnexo

Euskadi



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Jueves 18 de Abril
Gran Hotel Domine Bilbao

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

(y reserva tu Reloj de pulsera)

club NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00
☎ 91 369 18 39

Lope de Vega, 13
28014 Madrid

El Club Exclusivo Para Los Agentes de Viajes

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



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**

Hot el er ia

Las expectativas de los hoteleros de cara a esta primavera son negativas respecto a 2012

Molas: 'El turista español está sufriendo una crisis de consumo que queda patente en la dramática caída de viajes contratados'

Las previsiones son negativas por primera vez en los últimos cuatro años. La recientemente desconvocada huelga de Iberia, el concurso de

Orizonia, la conectividad aérea en algunos destinos, especialmente Canarias, son las principales causas para el sector. La Confederación Española

de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) reclama medidas de estímulo y confianza por encontrarse el sector en un momento crítico.

Justo antes del inicio de la Semana Santa, los hoteleros mostraban sus expectativas negativas para este periodo vacacional y la primavera, respecto a la misma época del año pasado, según el Observatorio de la Industria Hotelera, elaborado por PwC para CEHAT. El índice OHE General, que recoge las perspectivas de los hoteleros (OHE Hotelero) junto con las previsiones macroeconómicas (OHE Macroeconómico), ha caído un 3% respecto a la temporada de Semana Santa de 2012, y se ha situado en los 39,57 puntos. Así, las expectativas han sido negativas por primera vez en los últimos cuatro años debido a diversos aspectos como la subida de las tasas aeroportuarias, la huelga de Iberia, recientemente desconvocada, y la tendencia cada vez más marcada en las reservas de última hora.

Como ha explicado el presidente de CEHAT, Juan Molas, "frente a los análisis poco profundos que indican que el Sector Turístico español goza de una salud óptima, existe una realidad incontestable". "El turista español está sufriendo una crisis de consumo que queda patente en una dramática caída del número de viajes contratados", señala Molas, que destaca que "hay zonas en España donde no llegan los turistas extranjeros que han tenido la

peor temporada de los últimos diez años". El presidente de la confederación hotelera también resalta que "además, noticias como las de Orizonia o Iberia son muy malas también para el turismo extranjero", por lo que "necesitamos medidas de estímulo y de confianza", concluyendo que "hay que poner remedio porque nos jugamos mucho".

El OHE Hotelero, que mide las perspectivas de los hoteleros relativas a las pernoctaciones, ofertas de plazas, rentabilidad, estancia y precio medio, promociones y publicidad; se ha situado para esta Semana Santa en los 36,12 puntos, lo que supone una caída del 23% respecto a la de 2012. Por su parte, el OHE Macroeconómico sube un 119% hasta los 49,93 puntos, debido a unas expectativas macroeconómicas sensiblemente mejores que las del año anterior.

La estancia media aumenta

La rebaja de las perspectivas hoteleras se refleja en una caída de la práctica totalidad de factores analizados en el OHE Hotelero salvo en oferta de plazas, estancia media, esfuerzo promocional y gasto publicitario cuyas estimaciones son de estabilidad. Resulta especialmente significativa la caída prevista en rentabilidad que ha



Por primera vez en los últimos cuatro años las expectativas son negativas.

descendido hasta los 26,1 puntos desde los 50,09 de 2012. El índice de pernoctaciones cae hasta los 40,9 puntos mostrando una perspectiva de empeoramiento. Las predicciones apuntan a que el número de viajeros nacionales habrán descendido, aunque se espera que aumenten los viajeros procedentes de Reino Unido o Países Nórdicos con respecto a la temporada anterior.

La estancia media ha aumentado ligeramente, si bien casi siempre en el tramo de estancias de menos de tres días. Solamente se espera que haya crecido ligeramente la estancia media del Turismo extranjero en

las franjas de entre siete y 15 días. En cuanto a la oferta de plazas, no se perciben grandes cambios en las expectativas de los hoteleros. El 85,32% de los encuestados cree que se mantendrá igual que en el mismo periodo del año pasado.

En referencia al esfuerzo promocional de las Administraciones públicas, el OHE Hotelero muestra una ligera subida en las perspectivas, haciendo que el índice pase de los 23,5 a los 33 puntos. Lo mismo respecto al esfuerzo publicitario privado, donde el 43,9% del sector considera que será mejor en esta temporada primaveral de 2013.

Best Western anuncia importantes incorporaciones de alojamientos independientes a su cartera en Asia

La cadena integra su primer hotel en Jordania y el primero de la categoría PLUS en Filipinas, entre otros

Best Western ha anunciado la incorporación de un nuevo complejo en Mala-sia, Best Western Prima Inland Sea Resort, situado en la localidad costera de Port Dickson, a 40 minutos en automóvil del Kuala Lumpur International Airport y a 90 de Kuala Lumpur. el es-



José Luis Diana

establecimiento, que cuenta con 300 habitaciones, se convierte en el sexto hotel de la cadena en Malasia.

"El sector hotelero de Malasia está actualmente en auge, impulsado por el creciente poder adquisitivo de los viajeros locales, las excelentes conexiones de transporte y la mejora de la oferta turística", señala el vicepresidente de Operaciones para Asia y

Oriente Medio de Best Western Internacional, Glenn de Souza. "Port Dickson está en el corazón de dicho crecimiento, y confiamos en que Best Western Prima Inland Sea Resort se convierta en uno de nuestros referentes de Asia", ha explicado.

Best Western también ha incorporado su primer establecimiento independiente en la segunda ciudad de Pakistán, en Punjab, Best Western Lahore, con 64 habitaciones equipadas con la última tecnología. Se trata del segundo hotel de la cadena en Pakistán, que se suma al Best Western Islamabad de 56 habitaciones. "Estamos encantados de debutar en otro mercado asiático clave,

Punjab", ha comentado De Souza. Las instalaciones del nuevo hotel de Best Western incluyen un restaurante que ofrece tanto especialidades locales como internacionales, un centro de fitness con una amplia gama de equipos cardiovasculares, así como salas de conferencias y banquetes.

En el continente asiática, Best Western también acaba de incorporar su primer hotel de la categoría PLUS en Filipinas, concretamente en la ciudad de Makati, Best Western Plus Antel Hotel, un establecimiento de 210 suites repartidas en tres torres: A. Venue, Spa y Antel Serenity. Destacan sus dos restaurantes: Azzurro Bistro & Bar, de cocina mediterránea y Barcelona Taberna con un menú español moderno. "Estamos planeando duplicar nuestra cartera de hoteles

en Filipinas durante los próximos meses, pasando de seis a 12 hoteles", ha desvelado el vicepresidente de Operaciones para Asia y Oriente Medio de Best Western Internacional con motivo de esta importante integración.

Llegada a Jordania

La llegada a Jordania es otra noticia muy importante para Best Western. La cadena acaba de incorporar en este destino Best Western Grand Hotel Madaba, en la antigua ciudad de Madaba, a 30 kilómetros al sur de Amman. Cuenta con 70 habitaciones, todas con balcón para disfrutar de las vistas de la ciudad. En las instalaciones de ocio destaca la piscina climatizada al aire libre. También cuenta con centro de negocios y salones.

Producto

Ushuaia Ibiza Beach Hotel comienza su tercera temporada el 25 de mayo

Ushuaia Ibiza Beach Hotel ya ha puesto fecha al inicio de su próxima temporada. El 25 de mayo será el punto de partida de sus conocidas *daytime parties*, que han marcado un antes y un después en la cita veraniega con la Isla Blanca. Desde su inauguración en 2011, este hotel supone un "parque temático" sólo para adultos. El Ushuaia Ibiza Beach Hotel está concebido para no dejar indiferente a nadie: el gran escenario de su piscina se ha convertido en un icono para los amantes de la fiesta y la música electrónica, así como el punto de encuentro de *celebrities* como Kylie Minogue, Paris Hilton, Naomi Campbell, Adrien Brody o Bono.

P&V adapta su complejo de Bonmonta Village Club el segundo en España

Pierre & Vacances Center Parcs adapta su complejo de Bonmont para convertirlo en el segundo de España de la marca Villages Clubs y el número 16 en toda Europa. Esta adaptación del primer complejo del grupo en España, se enmarca en el plan de reestructuración de la cartera de destinos de la compañía. Con el objetivo de potenciar Bonmont como destino de ocio para el Turismo familiar, el grupo ha invertido 100.000 euros para implementar la fórmula Villages Clubs en el desarrollo de un proyecto de equipamientos deportivos y espacios escénicos y de ocio además de la profesionalización de los equipos de animación.

Hilton Madrid Airport y Hilton Diagonal Mar Barcelona, 'Green Key'

Hilton Diagonal Mar Barcelona y Hilton Madrid Airport han obtenido el galardón internacional Llave Verde (Green Key), que reconoce la excelencia en la gestión medioambiental. Ambos hoteles se cuentan entre los cinco primeros establecimientos españoles en obtener este reconocimiento. Llave Verde es un programa internacional (www.green-key.org) creado en 1984 en Dinamarca, que ha concedido su etiqueta ecológica a más de 2.100 establecimientos en 41 países. Llave Verde tiene como objetivo promover un turismo responsable en beneficio del medio ambiente, extendiendo el uso de métodos y tecnologías sostenibles y reconociendo los negocios ecológicamente responsables.

Caen cerca de un 8% las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros españoles en febrero

En el caso de los extranjeros el descenso es de casi un 2% y en el de los españoles de más del 15%

Las pernoctaciones hoteleras en febrero han caído un 7,7%, con 13,0 millones. En el caso de las producidas por los residentes en España

caen un 15,3%, mientras que las de los extranjeros lo hacen en un 1,8%. La estancia media sube un 1,1% respecto a febrero de 2012,

situándose en tres pernoctaciones por viajero. En el acumulado del año, las pernoctaciones disminuyen un 6,5%.

En febrero se han registrado un total de 13,0 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros en España. Esta cifra supone una caída del 7,7% respecto al mismo mes de 2012. Este descenso se produce tanto entre los residentes, con un 15,3% menos, como entre los no residentes, con un 1,8% menos. La estancia media sube un 1,1%, con tres pernoctaciones por viajero. En el acumulado, caen el 6,5%.

Andalucía, Comunidad Valenciana, Cataluña y Comunidad de Madrid son los destinos principales de los viajeros residentes en España, con tasas anuales de pernoctaciones del -16,4%, -15,0%, -16,7% y -15,6%, respectivamente. El principal destino elegido por los no residentes es Canarias. En esta Comunidad las pernoctaciones de extranjeros descienden un 2,6% respecto a febrero de 2012. Le siguen Cataluña, con una tasa anual del -1,8%, y Andalucía, con un crecimiento del 0,9%.

En febrero se cubren el 41,2% de las plazas ofertadas, con un descenso anual del 1,5%. El grado de ocupación por plazas en fin de semana baja

un 4,2% y se sitúa en el 45,6%. Canarias presenta el mayor grado de ocupación por plazas durante febrero (70,7%). Le siguen Illes Balears (45,6%) y Comunidad de Madrid (41,2%).

El Sur de Tenerife presenta tanto el mayor grado de ocupación por plazas como la mayor ocupación en fin de semana (78,9% en ambos casos). En la isla de Tenerife se registran casi 1,9 millones de pernoctaciones. Los puntos turísticos con mayor número de pernoctaciones son Madrid, Barcelona y San Bartolomé de Tirajana. Arona alcanza el mayor grado de ocupación por plazas (85,1%) y también la mayor ocupación en fin de semana (84,2%).

Pernoctaciones extranjeras

Los viajeros procedentes de Alemania y Reino Unido concentran el 24,6% y el 21,0%, respectivamente, del total de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros en febrero. El mercado alemán experimenta un descenso anual del 8,9% y el británico disminuye un 2,1%. Las pernoctaciones de los via-



El sur de Tenerife presenta el mayor grado de ocupación por plaza y fin de semana.

jeros procedentes de Francia, Suecia y Países Bajos (los siguientes mercados emisores) registran unas tasas anuales del -5,5%, 8,3% y 0,9%, respectivamente.

La tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH) se sitúa en el -1,1% en febrero, lo que supone 0,1 puntos menos que la del mes pasado y 0,9 puntos menos que la registrada hace

un año. Las cuatro comunidades (Canarias, Cataluña, Andalucía y Comunidad de Madrid) que suponen el 75,4% del peso total del IPH en el mes de febrero, presentan evoluciones diferentes en sus precios. Canarias, que tiene el mayor peso en la estructura de ponderaciones este mes, presenta una tasa anual del 1,0%, inferior en 0,6 puntos a la estimada en enero.

Brasil asegura que no permitirá 'precios abusivos' durante el Mundial de Fútbol

Según afirmó el ministro de Turismo, se utilizarán 'todos los mecanismos legales'

El Gobierno brasileño quiere evitar los "precios abusivos" durante el Mundial de fútbol de 2014, así como en la Copa Confederaciones que se celebrará del

15 al 30 de junio en el país. La idea es evitar excesos como los sufridos durante la Conferencia Río+20, cuando algunas tarifas llegaron a 820 dólares la noche.

Así lo aseguró el ministro de Turismo, Gastao Vieira, recalando que "precios abusivos, definitivamente, no habrá", y asegurando que el gobierno utilizará todos los mecanismos legales para impedir aumentos excesivos en los precios de la tarifa, y que para ello actuará conjuntamente con las asociaciones de hoteles. El objetivo es evitar que estas grandes citas "sean atropelladas por cuestiones simplemente de mercado", explicó el ministro en declaraciones ante el Congreso.

En este contexto, el presidente de Embratur (Instituto Brasileño de Turismo), Flavio Dino, afirmó hace un par de semanas que el Gobierno está monitoreando los precios de los hoteles, a fin de evitar abusos con el consumidor. "Todo turista, brasileño o extranjero, quiere buenos servicios a precios justos y eso es lo que precisamos garantizar", señaló Dino tras un encuentro con representantes del sector hotelero.

El Gobierno y los empresarios del segmento de hotelería crearon una comisión que va a desarrollar nuevas metodologías para la encuesta de los precios del sector. "La idea es que construyamos un pacto que le garantice a la población



Sao Paulo ha sido elegida como una de las ciudades sedes del Mundial.

los beneficios resultantes de la Copa de 2014 y de los demás grandes eventos", dijo Dino.

El presidente de Embratur recordó que el Plan Brasil Mayor ya disminuyó tributos del sector hotelero. Por ejemplo, los hoteles fueron contemplados con la eliminación de la contribución patronal al INSS, de 20%, que será sustituida por la alícuota de 2% sobre la facturación de las empresas. "El Gobierno ya hizo su parte y dio el primer paso", señaló Dino. "Captamos los eventos y garantizamos la infraestructura necesaria", completó.

La reducción de hasta 32% de la tarifa de energía eléctrica para la industria y comercio también contribuirá para una reducción en los costos del sector hotelero, y debe reflejarse en los precios de los valores diarios, según espera el presidente de Embratur, acrecentando que la imagen de Brasil no podrá ser afectada con eventual alta en los precios de los costos diarios durante megaeventos como la Copa de las Confederaciones FIFA 2013, la Copa del Mundo da FIFA 2014, la Jornada Mundial de la Juventud y los Juegos Olímpicos de 2016.

Ashotel pide contramedidas para el mercado turístico español

Ashotel ha calificado de muy delicadas las perspectivas que se abren con la caída de Orizonia. Así, cuando se especulaba con su futuro la asociación empresarial hotelera solicitaba que se tomen las medidas adecuadas para minimizar los efectos que su desaparición tendría de cara a la inminente temporada de verano 2013.

"Una de las medidas que estimamos más efectivas es la rebaja de las tasas aéreas en los aeropuertos de Canarias", indica Ashotel en su web. "Esta medida tendría unos efectos positivos a corto plazo y que serían fácilmente cuantificables, a diferencia de campañas de promoción en mercados emisores" explican, a la vez que añaden que "unido a esto, es evidente que los presupuestos para promoción se encuentran muy ajustados. "Entendemos que se trata de una decisión que corresponde al Ministerio de Fomento del Gobierno de España y queremos pedirle la sensibilidad necesaria con Canarias ante la total dependencia del transporte aéreo y las repercusiones que este tiene en el único sector que sigue aguantando los embates de la crisis y que no es otro que el Turismo", continúa el texto.

Producto

Meliá Hotels International firma su 17º hotel en Brasil, un mercado estratégico

Meliá Hotels International ha anunciado la firma del que será su decimoséptimo hotel en Brasil, el TRYP Itaboraí, con el que sigue reforzando su posicionamiento en uno de sus mercados prioritarios de crecimiento internacional. El hotel, de nueva construcción, abrirá sus puertas en 2015 en el centro de Itaboraí. Se trata de una ciudad del estado de Río de Janeiro en la que se está construyendo uno de los mayores complejos petroquímicos del país (Comperj), desarrollado por Petrobras. La cadena pretende así aumentar su posicionamiento con la entrada en una de las ciudades más dinámicas del país, y lo hace a través de TRYP by Wyndham, que ya goza de una largo recorrido en Brasil. Explotado mediante contrato de gestión, tendrá 272 habitaciones.

Sercotel Hotels se asocia a la central Quantum para mejorar servicios a sus hoteles

Sercotel Hotels ha firmado un acuerdo de colaboración con Quantum CCS por el que pasa a integrarse en esta central de compras y servicios. Con este contrato, Sercotel busca incrementar los servicios a sus hoteles asociados, ofreciéndoles "una fórmula ideal para conseguir bajar sus costes de explotación". El acuerdo no supone para los asociados el abono de ninguna cuota de pertenencia, ya que el importe lo asume directamente la cadena hotelera. Sumándose a Quantum CCS, central que cuenta con más de 2.000 miembros, Sercotel ha calculado un ahorro en compras de hoteles Sercotel en torno al 20%, a lo que se suman las diferentes auditorías y servicios de los que podrán beneficiarse todos sus establecimientos asociados.

Dos hoteles canarios de Riu son distinguidos en los TUI Nordic Blue Awards 2012

El ClubHotel Riu Buena Vista (Tenerife) y el Riu Palace Maspalomas (Gran Canaria) han sido premiados con los galardones TUI Nordic Blue Awards 2012 del turoperador escandinavo. Los premios se conceden en base a las opiniones de los clientes que reconocen la excelencia y la calidad del servicio, así como la profesionalidad del equipo humano. El ClubHotel Riu Buena Vista recibió dos premios de 'oro' y uno de 'bronce'. El hotel fue reconocido en las categorías de 'Mejor impresión general', 'Most Recommended' y 'Mejor personal y servicio'. Por su parte, el establecimiento Riu Palace Maspalomas ha recibido un premio de plata en la categoría de 'Mejor impresión general'.

Booking

NEXOTUR

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

☎ 91 369 41 00
✉ 91 369 18 39

Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	☎ 902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1º MURCIA	☎ 902-355444/968-355444 Fax 902-355443
TUI AMBASSADOR TOURS Toronga, 23 Bajo MADRID	☎ 91-7582828 Fax 91-5598588
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	☎ 91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	☎ 93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	☎ 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Moreña, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
AVIOTEL Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5561293 Fax 91-4170365
AVIOTEL Gran Via Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
AVIOTREN Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5983315 Fax 91-4174516
AVIOTREN Gran Via Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputación, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputación, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EV EMPRENDER Gran Via, 39 3º MADRID	☎ 902020702
HOTEL PLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	☎ 93-425 30 66 Fax 93-425 38 07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5422071
HVALTRAVEL.COM Diputación, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
IBEROJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070428 Fax 971-040466
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ºB MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipás, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	☎ 902-361926 Fax 93-4827131
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputación, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686

NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	☎ 91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	☎ 91-5612373 Fax 91-5614242
PAISAJESTRANSVIA TOURS Albacete, 19 VALENCIA	☎ 96-3414400 Fax 96-3423777
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	☎ 91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	☎ 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
RHODASOL-TURIMAR Gran Via 71, 28013 MADRID	☎ 91-4014949 Fax 91-4024400
RHODASOL-TURIMAR Coso 89-91 1º ZARAGOZA	☎ 976-391911 Fax 976-299435
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	☎ 91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA	☎ 93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID	☎ 91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	☎ 96-3944625 Fax 96-3942381
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	☎ 91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Via, 81 2º BILBAO	☎ 902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164102/91-7242422 Fax 91-6239817
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	☎ 902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Pza. España, 18 Torre Madrid 2 MADRID	☎ 91-5406000 Fax 91-5411099
TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ Trespademe 29, 4º MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Enpta. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 11, 1ª planta MADRID	☎ 91-5489810 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. Descubridor Diego de Ordas, 3-3º MADRID	☎ 91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	☎ 902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalla. Lluçmajor MALLORCA	☎ 971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	☎ 91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Fontanella, 12 B 3º BARCELONA	☎ 901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Luisa Fernanda, 2 MADRID	☎ 91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	☎ 91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
LAN Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID	☎ 91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	☎ 91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
US AIRWAYS Alberto Aguilera, 38 2º Izq. MADRID	☎ 91-4444700 Fax 91-4444709

Compañías Marítimas

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

Ferrocarril

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

Alquiler de Automóviles

AUTOS D'OR RENT A CAR Av. Bienvenidos, 30 MALLORCA	☎ 971-657173 Fax 971-643147
BUDGET RENT A CAR ESPAÑA Conde de Aranda, 1-3º Dcha. MADRID	☎ 91-4363319 Fax 91-5768827

EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID	☎ 91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS Gran Via Costes Catalanas, 617 BARCELONA	☎ 902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN	☎ 964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE. Y CANARIAS	☎ 928-512694-543456 Fax 928-514137

Centrales de Reservas

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

Organismos

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

Transporte por Carretera

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

Servicios

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

Cadenas hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

La Ley Orgánica de Protección de Datos ya está en vigor. 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

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

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

POSITIVO FRANCÉS NATIVO ANGLORICANO: GLOBISH SPANISH COACH

Busqueda activa de EMPLEO

Excelente **PROFESOR** Management y Marketing

ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE

Suiza ("La primera del mundo")

Centro de Estudios Turísticos Cuba

Escuela OFICIAL de Turismo Madrid

Shanghai Institute of Tourism Shanghai

Normal University China

GARANTIZO RESULTADOS GRATIS 1ª hora

fetisalain@gmail.com

skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71

Diagonal Hotels amplía su sistema de reservas 'online' a las agencias

Diagonal Hotels presenta una nueva versión de su página en Internet en la que ha modificado sensiblemente la presentación, reduciendo la información del Grupo y los hoteles y ampliando la gestión de reservas a agencias de viajes y empresas.



www.diagonalhotels.com

La nueva web de Diagonal Hotels, cadena hotelera que gestiona tres hoteles en Cataluña, modifica sensiblemente la funcionalidad de la anterior, ya que mientras en el área de información ofrece una nueva estética, muy cuidada, pero reduce sensiblemente la información sobre la empresa y sus hoteles. En el área de reservas ha sustituido el sistema estándar que utilizaba, válido únicamente para el cliente final, por otro que incluye la gestión desde agencias y empresas. Por otro lado, la página presenta versiones en castellano e inglés, sin la francesa que existía en la anterior.

INFORMACIÓN

En la página actual se ha eliminado la completa descripción de cada hotel en varias pantallas, que ofrecía en la versión anterior, sustituyéndola por una descripción general que aparece en un marco de la pantalla del hotel y una galería de fotos, todo ello con una estética muy cuidada.

RESERVA

Ha mejorado su gestión de reservas que ahora utiliza el sistema estándar de Ihotelier que incluye sus tres hoteles y ofrece áreas para clientes registrados, agencias de viajes, empresas concertadas y grupos, además de permitir el acceso posterior para su modificación o anulación.

GENERAL

Para ajustarse a la nueva estética, también se han eliminado las pantallas de información sobre el Grupo Diagonal, de la que sólo mantiene sus formas de contacto y una reducida sala prensa. Para el resto de información corporativa permite descargar un dossier en PDF.

▲ Lo Mejor / Gestión Reservas

Mejora la gestión de reservas de la página anterior al incluir la posibilidad de reservar desde empresas y agencias de viajes.

▼ Lo Peor / Información

La nueva versión reduce sensiblemente la información sobre el Grupo y la completa descripción de los hoteles de la anterior.

DIAGONAL / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

A pesar que ha reducido la información que ofrece de los hoteles, la nueva página de Diagonal Hotels es de mucho mayor interés —limitado por su escasa cobertura— para las agencias de viajes, ya que ahora incluye un área de gestión de reservas para las agencias de viajes.

6.8



Entrada / Con una presentación muy simplificada y buena estética, sólo ofrece el acceso a las seis áreas de la página y a redes sociales.



Producto / En lugar de la completa información del hotel de la versión anterior, ofrece sólo una descripción general y fotografías.



Reserva / Ha sustituido el sistema de reservas para cliente final de Sercotel por el de Ihotelier, válido para las agencias.

La página de Iberia Express ofrece una fácil reserva solo a los viajeros

La nueva compañía aérea Iberia Express presenta una página de propósito limitado y fácil uso en la que informa de sus vuelos, precios y fecha de inicio de cada ruta y ofrece, únicamente al cliente final, una sencilla y completa gestión de reservas.



www.iberiaexpress.com

Iberia Express, la nueva compañía aérea española que ha comenzado a operar a precio reducido los vuelos actuales de corto y medio radio de Iberia, presenta una sencilla página en Internet, diseñada para facilitar, únicamente al cliente final, una sencilla, pero completa, gestión de reservas, que incluye la gestión de asientos, el acceso posterior a la reserva para mantenimiento, el check-in y la confección de la factura. El sistema ofrece alguna información sobre la empresa, sus objetivos y la relación de sus vuelos, indicando su fecha de comienzo de operación y su precio, todo ello en castellano e inglés.

INFORMACIÓN

Presenta un plano de Europa señalando los destinos a los que vuela desde Madrid, permite consultar sus vuelos baratos por trayecto, desde la que se pasa a su reserva, y ofrece una relación de sus vuelos que incluye su precio y la fecha del primer vuelo de cada trayecto.

RESERVA

Ofrece una sencilla gestión de reserva de sus vuelos, no válida para las agencias, con asignación de asientos y acceso posterior a la reserva, con distinta forma de gestión para trayectos sencillos, que incluye la ida y vuelta y otra para vuelos combinados en los que sólo contempla la ida.

GENERAL

La página incluye alguna información sobre la compañía, sus características y objetivos, y una amplia área dedicada a informar al viajero sobre algunos de sus servicios, clases de billete, gestión de equipajes, check-in, programas de fidelización y otros temas de interés.

▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso

Es un sistema enfocado básicamente a facilitar al cliente una rápida gestión de reservas de sus vuelos.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Ofrece a los organizadores una información muy limitada sobre sus servicios, y ninguna sobre disponibilidad y tarifas.

IBERIA EXPRESS / Línea Aérea

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de Iberia Express es de muy poco interés para los profesionales de Turismo, a los que no ofrece la posibilidad de gestionar sus reservas, debiendo limitarse a consultar en ella los precios, las fechas de comienzo de operación o los horarios de sus vuelos.

7.0



Entrada / Dedicada exclusivamente a la gestión de sus vuelos, presenta algunas ofertas y la primera pantalla de reservas.



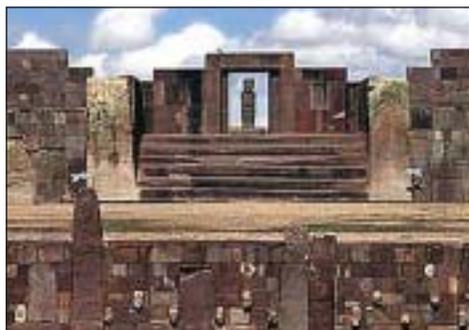
Producto / Presenta un mapa con todos los destinos, todos con origen en Madrid y una relación de vuelos, precios y fecha de inicio.



Reserva / Permite, únicamente al cliente final, reservar trayectos de ida y vuelta o sólo ida de vuelos con un transbordo.

Actividades, eventos y atractivos turísticos en la página de Bolivia

Bolivia presenta una página oficial de Turismo en la que con una cuidada presentación ofrece una información general sobre los temas de interés para un viajero en el país, incluyendo relaciones de proveedores de servicios y el enlace con su web.



www.bolivia.travel/

El **Ministerio de Cultura y Turismo de Bolivia** presenta una amplia información sobre los atractivos y los servicios turísticos que ofrece el país al viajero, en una página de correcto diseño que ofrece áreas sobre los sitios a visitar, eventos planificados y relaciones de alojamientos, restaurantes, agencias de viajes y *rent a car*, todo ello por ciudad y tipo incluyendo algunos datos del proveedor y el enlace con su *web* para ampliar información y gestionar reservas. Por otra parte, la página ofrece versiones en castellano, inglés, alemán, francés y portugués.

INFORMACIÓN

Presenta cuatro áreas de actividad de las que incluye una descripción general y el acceso a los temas de interés por ciudades, en las que se accede a una descripción de la ciudad seleccionada y la relación de servicios y temas de interés que ofrece al visitante.

RESERVA

No incluye la gestión de reservas, pero permite consultar por ciudad y categoría la relación de alojamientos, restaurantes, alquiler de coches y agencias de viajes en las que incluye una descripción general, sus formas de contacto y el acceso a su *web* cuando existe.

GENERAL

Ofrece el acceso a las páginas del Ministerio de Cultura y Turismo y del Viceministerio de Turismo, además de una relación de eventos programados, así como un conjunto de vídeos turísticos y de paseos virtuales y una galería de fotos cargadas por los viajeros en el país.

▲ Lo Mejor / Amigable

Se trata de una página de diseño agradable que facilita el acceso a un amplio conjunto de información de sus atractivos y servicios.

▼ Lo Peor / Robustez

En algunos casos y de forma aleatoria falla la carga de pantallas y en otros el tiempo de respuesta es mejorable.

BOLIVIA / 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									
8	GESTION DE ALOJAMIENTOS									
6	GESTION DE TRANSPORTES									
10	GESTION DE OTROS SERVICIOS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

La *web* oficial de Turismo en Bolivia, aunque no incluye la gestión de reservas, puede ser de interés para los profesionales de Turismo, a los que ofrece información de interés que permite enlazar con un amplio conjunto de páginas de proveedores de servicios turísticos en el país.

6,7



Entrada / Presenta el acceso a sus áreas de información y a los organismos responsables de la página.



Producto / Ofrece cuatro tipos de información, que presenta en una pantalla y en un plano por tipo con acceso a cada tema.



Reserva / No dispone de gestión de reservas, pero informa sobre hoteles y otros servicios por ciudad, tipo y categoría.

El Palacio de Congresos de Huesca ofrece sus espacios y eventos 'online'

El Palacio de Congresos de Huesca presenta una página de buen diseño en la que ofrece una información limitada del edificio, sus espacios y servicios y un completo calendario de eventos por mes, con acceso a la descripción del evento y a su página.



www.palaciocongresoshuesca.es

La *web* del **Palacio de Congresos de Huesca** ofrece tres áreas muy diferenciadas en cuanto a su nivel de información. En la primera, dedicada al edificios y sus espacios, sólo presenta la descripción general de sus espacios, y del edificio únicamente su plano de situación y formas de contacto. En el área de servicios, sólo enumera algunos que dispone cada espacio, mientras que en la tercera ofrece un completo calendario de eventos, todo ello con un magnífico diseño de pantallas y estructura adecuada. La página presenta versiones en castellano, inglés y francés.

INFORMACIÓN

Presenta una descripción general de cada espacio, sus principales características y una galería de fotos, pero sin incluir sus planos y con muy poca información sobre los servicios que ofrece cada sala. Del edificio sólo incluye su plano de situación, sin la descripción ni imágenes del edificio.

SERVICIOS

Sólo incluye alguna relación de servicios en la descripción de cada espacio, pero muy limitada y sin información sobre los servicios generales que ofrece el edificio, para los que informa a sus proveedores de las condiciones de contratación, así como de los pliegos de condiciones.

EVENTOS

Ofrece una completa información sobre los eventos, para lo que permite consultar su histórico de eventos y también ofrece un calendario con las fechas disponibles y ocupadas, que incluye el acceso a la descripción por fecha y a la *web* del evento para ampliar información.

▲ Lo Mejor / Diseño

La página presenta un diseño de calidad, con una estructura adecuada, que permite un fácil acceso a todos sus contenidos.

▼ Lo Peor / Información

Ofrece a los OPC una limitada información sobre sus espacios y casi inexistente sobre sus servicios.

P.C HUESCA / Congresos

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
8	% DEL PRODUCTO									
10	ACTUALIZACIÓN									
8	CALIDAD INFORMACIÓN									
6	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	INFORMACIÓN A EXPOSITORES									
10	INFORMACIÓN A VISITANTES									
10	INFORMACIÓN DEL ENTORNO									
6	OTROS SERVICIOS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página del Palacio de Congresos de Huesca, a pesar de ofrecer un diseño muy atractivo y amigable, resulta de poca utilidad para los organizadores de eventos por su limitada información de sus espacios y casi inexistentes de servicios tarifas y forma de contratación.

5,8



Entrada / Presenta el acceso a todas sus áreas de información, la agenda por meses, algunas propuestas y el mapa de la *web*.



Servicios / Sólo ofrece la descripción y las características de cada espacio, sin incluir su plano ni información sobre sus servicios.



Eventos / Incluye un histórico de eventos y un calendario por meses, con información y el acceso a la página de los eventos.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias de viajes demandan profesionales con experiencia demostrable e inglés

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.

■ **GRV Viatges.** Barcelona. Agencia ofrece a los profesionales del Sector que deseen colaborar la posibilidad de hacerlo como *freelance*. Requisitos: residencia en Barcelona o alrededores. C.V.: ramon@grviatges.cat.

■ **VNG Viatges.** Barcelona. Se necesita agente de viajes con experiencia probada para trabajar en la ciudad de Barcelona. Requisitos: atención al cliente e idiomas. Es imprescindible experiencia previa en agencia de viajes. Se ofrecen excelentes condiciones laborales. C.V.: vngviatges@almeidaviages.com.

■ **Perfect Day Travel & Business.** Madrid. Se buscan candidatos para ocupar dos puestos de agente de viajes. Requisitos: experiencia de al menos dos años, manejo a nivel experto de Amadeus, inglés hablado y escrito y manejo de Office. También se valorará conocimientos de otros idiomas. C.V.: eventos@perfectday.es.

■ **Viajes Gram.** Madrid. Se busca agente de viajes con cartera de clientes. Requisitos: dos años de antigüedad en el Sector. C.V.: joseluisbarragan@viajesgram.com.

■ **Flytour Viajes.** Madrid. Se necesita agente de viajes especializado en billeteaje étnico. Requisitos: dos años de experiencia en puesto similar y manejo avanzado de Amadeus. C.V.: reservas@flytourviajes.com.

■ **Viajes Eco.** Madrid. Agencia especializada en *corporate* y viajes a medida busca agente de viajes. Requisitos: experiencia demostrable de al menos dos años en puesto similar, amplios conocimientos de Amadeus, dominio de Internet y nivel de inglés alto. También se valorará conocimientos de otros idiomas y referencias de empresas. Se ofrece jornada completa de lunes a viernes. C.V.: eco@viajeseco.com.

■ **Sama Travel.** Madrid. Buscamos agente con experiencia en la venta de 'paquetes' turísticos internacionales. Requisitos: imprescindible titulación y experiencia en manejo de Amadeus, reserva y emisión de billetes y control de BSP. El aspirante también debe tener conocimientos de Internet y Office. C.V.: info@samatravel.net.

■ **Realsur Viajes.** Se precisa de agente de viajes para trabajar desde casa buscando clientes. Requisitos: experiencia de al menos dos años, contrato mercantil, hacer un curso de formación para el uso de nuestra plataforma y realizar unas ventas mínimas. C.V.: marketing@realsurviajes.com.

■ **Rsdahuer.** Barcelona. Se busca agente de viajes para departamento MICE (Meetings, Incentivos, Convenciones, Eventos y Congresos). Requisitos: experiencia laboral de al menos dos años, cartera de clientes y manejo de Amadeus y Renfe. C.V.: mhospital@rsdahuer.com.

■ **Viajes Gram.** Madrid. Agencia de viajes necesita comercial con cartera de clientes propia para visitas a empresas y grupos. Requisitos: mínimo un año de antigüedad en puesto similar al ofertado. C.V.: joseluisbarragan@viajesgram.com.

■ **Felices Vacaciones.** Madrid. Se busca agente de viajes con experiencia en venta de 'paquetes' turísticos y telefónica. Requisitos: experiencia en venta, buen comercial y buen vendedor. C.V.: carlos.manuel.sanchez@felicesvacaciones.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.

■ **Summerwind.** Madrid. Se precisa incorporar a un agente. Requisitos: diplomado en Turismo, buen nivel de inglés y otros idiomas, conocimientos de Amadeus y Galileo.

No es necesaria experiencia en puesto similar. C.V.: l-porcel@summerwind.es.

■ **Mapa Tours.** Madrid. Se busca persona con experiencia en departamento de grupos económicos y estudiantes para la campaña de ventas. Se ofrece incorporación inmediata y jornada completa. Requisitos: se requiere experiencia en puesto similar, don de gentes, amabilidad, manejo de Office, inglés hablado y escrito. C.V.: grupos.madrid@mapatours.com.

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

■ **Viajes Dos.** Madrid. Agencia de viajes en crecimiento con dos oficinas en Madrid necesita personal cualificado para jornada completa en sucursal de la calle Río Rosas. Requisitos: necesitamos incorporar personal con experiencia demostrable de al menos dos años como agente de viajes. También se precisa gran manejo de los sistemas de reservas Amadeus, Renfe y de los principales turopeadores. C.V.: carlos.garrido@viajesdos.com.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles desde agencias

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

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

↑ Incluye la **reserva** desde las agencias registradas en StarwoodPro.



<http://www.limeridien.com>

Vuelos desde las Azores

↑ La web actual de SATA, con un nuevo diseño e **información** semejantes a los de la anterior, ha sustituido el enlace con Amadeus que existía en aquella, para reservar vuelos, hoteles y coches por un sistema propio de reservas de vuelos y el enlace con otras centrales.

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

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



<http://www.sata.pt>

Hoteles en Francia

↑ Contact Hotel presenta una nueva versión de su página en la que, con un nuevo diseño de pantallas, mantiene una **información** y una estructura semejantes a la anterior, aunque utilizando un sistema de reservas diferente que no incluye la gestión desde las agencias.

↑ Es de **utilidad** para el cliente final por su amplia oferta.

↓ La versión actual no contempla la **reserva** desde las agencias.



<http://www.contact-hotel.com>

Transporte terrestre

↑ Bilman Bus ofrece a clientes y agentes de viajes una completa página en Internet que **informa** sobre sus rutas, oficinas y puntos de parada, y permite crear y mantener reservas de sus trayectos en autocar entre el País Vasco y el levante español.

↑ Es una página de **utilidad** para viajeros y agencias.

↑ Permite a las agencias gestionar sus **reservas**.



<http://www.bilmanbus.es>

Albergues y Hostales

↑ La central de reservas InfoHostal.com ofrece, únicamente al cliente final, la **información** y la posibilidad de reservar albergues, hostales, apartamentos y hoteles en gran parte del mundo, en una página con información adecuada y de fácil uso.

⇒ Es una página de más **utilidad** para clientes que para las agencias.

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



<http://www.infohostal.com>

Turismo de México

↑ México presenta una nueva versión de su página oficial de Turismo en la que, manteniendo un nivel semejante de **información**, vuelve a modificar su diseño, mejorando su estética más que su utilidad, y añadiendo un nuevo sistema de reservas.

⇒ Su **utilidad** está limitada por su excesivo tiempo de respuesta.

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



<http://www.visitmexico.com>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Servicios de agencia de viajes

✓ Resolución de 20 de marzo de 2013 de la Universidad de Oviedo por la que se anuncia la convocatoria de procedimiento abierto para el establecimiento de un acuerdo marco, con varios empresarios, para la prestación del servicio de agencia de viajes. Fecha límite de presentación: 15 días a contar desde el siguiente a la fecha de publicación del anuncio en el Boletín Oficial del Estado. Presupuesto base de licitación: importe total dos millones de euros.

✓ Anuncio del 22 de marzo de 2013 de la Subdirección General de Administración Financiera del Ministerio de Empleo y Seguridad Social por el que se comunica la modificación de la fecha de apertura de ofertas de los criterios evaluables mediante fórmulas de los siguientes expedientes: licitación para la contratación del servicio de agencia de viajes para el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, por un periodo de dos años, expediente 444/2013.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

LIBROS

Nuevas guías de Madrid y Barcelona

Book Style crea una aplicación para iPhone y Android

Con motivo de su 25 aniversario, Book Style profundiza en el mundo digital lanzando la nueva Book Style City Guides. Se trata de una única aplicación que contiene dos completas guías de ciudad en las que se muestran los lugares más emblemáticos de Madrid y Barcelona, y que es obsequiada por los hoteles como bienvenida a sus clientes. Siguiendo la filosofía y el estilo de Book Style, este nuevo soporte digital nace con la voluntad de mejorar la experiencia del turista poniendo la ciudad en sus manos. Complementaria de los libros anuales, Book Style City Guides ofrece menús temáticos con información detallada sobre los establecimientos que crean tendencia en compras (arte, joyería, moda, decoración, belleza, *gourmet*...) hoteles, gastronomía y ocio para todos los gustos y bolsillos, así como sobre los museos, parques y monumentos imprescindibles.

La nueva aplicación cuenta también con una agenda con los eventos más destacados de cada ciudad actualizados en tiempo real, así como geolocalización de



las búsquedas y realidad aumentada para una mejor localización y visualización de las ubicaciones. En una primera fase, la aplicación Book Style City Guides, que ya pueden descargarse desde Google Play y Apple Store, está disponible en castellano e inglés. No obstante, en breve incorporará los idiomas ruso, japonés y chino. La aplicación también irá implementando otras utilidades que darán acceso a promociones de los establecimientos que en ella figuran y servicios paralelos como solicitud de taxi o localización de farmacias de guardia.

CURSOS

Iberocruceros, con la formación

La naviera concede becas a los estudiantes de un máster

Iberocruceros y la Universitat Abat Oliba CEU han otorgado 14 becas a todos los alumnos del Máster de Derecho Marítimo impartido por dicho centro. El acuerdo entre ambas entidades se cerró el pasado diciembre y constituye una prueba más de la buena salud del sector cruceros en España, ya que representa una salida profesional más para los jóvenes universitarios. "Estamos muy satisfechos por poder anunciar que la dotación de las becas otorgadas por Iberocruceros ha alcanzado para todos estudiantes del máster", resalta el responsable de Iberocruceros en España, Alfredo Serrano. Asimismo, el directivo, que a su vez impartirá una de las 15 clases del curso el próximo 21 de abril a bordo del Grand Holiday, destaca que un acuerdo como este demuestra la fortaleza del sector cruceros en España y, más concretamente, refuerza la posición líder de Iberocruceros en el mercado español.

CALENDARIO

El Turismo y el 'marketing online'

● 25 de abril, I Foro de Marketing online y Distribución Hotelera #TourisMKT. OMExpo 2013 acoge por primera vez este evento dedicado exclusivamente al *marketing online* y la distribución turística. El Foro, con aforo limitado, está exclusivamente dirigido a los responsables del área *online* de empresas turísticas. El programa está dividido en tres bloques. En #Techdencias el socio de RocaSalvatella, Víctor Oliver, presentará un estudio sobre las tendencias tecnológicas que influirán en la industria turística. En #Distribution4Travel se debatirá sobre las diferentes estrategias de distribución más habituales en la industria turística, los cambios impulsados por los canales *online*, las nuevas tecnologías y los nuevos usos de los viajeros. En Marketing2Engage se expondrán las estrategias que están utilizando diferentes empresas para llegar a sus potenciales clientes de forma innovadora, cómo diseñar y difundir estos mensajes, y cómo diferenciarse de su competencia. Para más información www.omexpo.com.

N BOLSA DE TRABAJO
nexotur.com

¿Necesita
un profesional?

Ofertas y Demandas
de Empleo para
Profesionales de
Agencias de Viajes

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

Cumplimente
AHORA sus demandas
y ofertas de empleo
en tiempo real

¿Busca trabajo?

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración

NEXOTUR

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

SUBEN

▲ Wolfgang Prock-Schauer



airberlin vuelve a ser rentable. La compañía aérea alemana que dirige Wolfgang Prock-Schauer, que en 2011 perdió más de 420 millones de euros, ha concluido 2012 con un beneficio neto de 6,8 millones de euros.

▲ José M. González



Pese a la debilidad del mercado doméstico, Europcar cerró 2012 con un 6,5% más de reservas en sus oficinas del territorio español. En este año, ha adquirido un total de 26.000 vehículos, alcanzando una ocupación del 70%.

BAJAN

▼ Siim Kallas

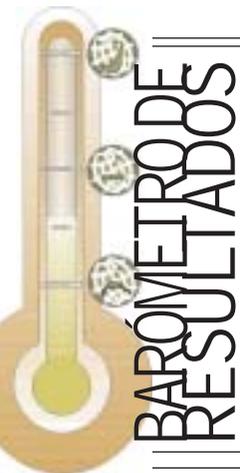


La Comisión Europea no ha introducido en su propuesta de revisión de los derechos de los pasajeros la creación de un fondo de garantía para quiebras aéreas. Además, pretende limitar las indemnizaciones por retrasos y cancelaciones.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / José María González	3
Entrevista / Damián Arroyo	4
Escaparate	5-14
Gestión	15
Mostrador	17-19
Club	21
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluatnet	28-29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

25 de Marzo al 7 de Abril de 2013



LA SEMANA

Las agencias de viajes vuelven a crear empleo

Tras el severo ajuste llevado a cabo entre agosto de 2012 y enero de este año, periodo en el que unos 6.500 profesionales han perdido su puesto de trabajo, las agencias de viajes y turoperadores establecidos en el territorio español vuelven a crear empleo. Según los últimos datos publicados por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, el número de afiliados ha experimentado un tímido avance del 0,7% (8351 empleos) en febrero, rompiendo así con una etapa negativa. Pese a ello, los niveles de empleo son muy inferiores a los registrados en febrero del año anterior. En aquel mes había 50.533 agentes de viajes afiliados, frente a los 48.289 actuales, es decir, 2.244 más.



Semana del 8 al 14 de abril de 2013

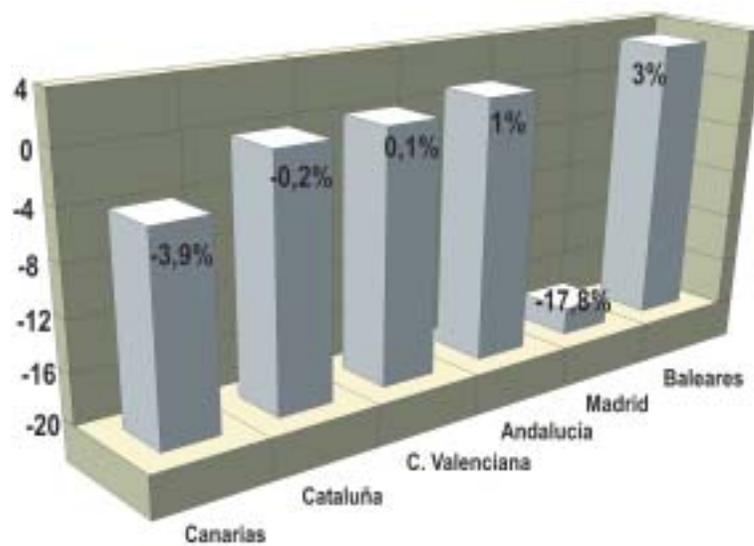
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

El 53% de los viajeros en 'low cost'

Las aerolíneas de 'bajo coste' siguen dominando en el mercado español. Aunque experimenta un retroceso del 3,6% en febrero, esta modalidad aérea concentra el 53,3% de las entradas de pasajeros. El Prat se mantiene como el principal aeropuerto low cost, con 170.000 viajeros más que Barajas. Ryanair, Easyjet y airberlin encabezan, un mes más, el ranking de llegadas en aerolíneas de 'bajo coste', concentrando el 54,2% del total.

Entrada de pasajeros en aerolíneas 'low cost'



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

Los aeropuertos españoles han recibido en febrero un total de 3,3 millones de pasajeros internacionales, lo que supone un descenso del 5,2% respecto al mismo mes del año anterior, según los últimos datos recabados por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo. El 53,3% de estas llegadas corresponde a las compañías aéreas de 'bajo coste', utilizadas por más de 1,7 millones de viajeros, un 3,6% menos que en febrero de 2012. Por su parte, las aerolíneas tradicionales contabilizan 1,5 millones de usuarios, lo que implica un descenso del 7,1%.

La ocupación de los vuelos de las compañías aéreas low cost es del 84,1%, cuatro puntos porcentuales por encima de la registrada en febrero de hace un año, mientras que en el caso de las convencionales se sitúa en el 72,5%, solamente un punto más que en 2012. Ryanair, Easyjet y airberlin encabezan, como viene siendo habitual, el ranking de llegadas internacionales en aerolíneas de 'bajo coste', concentrando el 54,2% del total. No obstante, las tres transportan menos pasajeros que hace un año.

Reino Unido en primera plaza

Analizando la evolución de las low cost por la procedencia de sus pasajeros internacionales, destaca en primer lugar el elevado peso de Reino Unido, Alemania e Italia, puntos de origen de algo más de seis de cada diez pasajeros. El mercado británico se mantiene en primera posición con 559.049 pasaje-

ros, un 3,4% menos que en febrero de 2012. Todos sus principales destinos registran caídas, salvo Cataluña, que ha recibido un 5% más de pasajeros. La segunda posición es para Alemania con 364.247 viajeros, un 3,3% más que hace un año. A pesar del retroceso del 11,3% expe-

perimentado por su principal destino, Canarias, el resto de Comunidades autónomas muestran avances. Por su parte, Italia ha emitido 172.076 pasajeros, lo que supone un drástico descenso del 19,1%, lo que ha afectado significativamente a sus principales destinos.

Del resto de países con importante actividad aérea de compañías aéreas de 'bajo coste' en España, cabe destacar los buenos resultados de Suecia, Noruega y Dinamarca. En el lado opuesto están Francia, Países Bajos y Bélgica, con tasas negativas del 3,9%, 7,5% y 12,4%, respectivamente.

El 90% en seis Comunidades

Por Comunidades autónomas de destino, prácticamente nueve de cada diez pasajeros internacionales han volado a seis regiones: Canarias, Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía, Comunidad de Madrid y Baleares. Las dos primeras posiciones son para Canarias y Cataluña, ambas con más de 400.000 pasajeros y con caídas interanuales del 3,9% y 0,2%, respectivamente. Por su parte, tanto la Comunidad Valenciana como Andalucía (ambas con 221.000 viajeros en aerolíneas low cost), muestran ligeros avances interanuales del 0,1% y 1%, respectivamente. La quinta plaza es para la Comunidad de Madrid con 206.194 viajeros, un 17,8% menos que en febrero del año anterior, mientras que Baleares ocupa el sexto lugar con 139.013, un 3% más. El resto de Comunidades han recibido únicamente 56.010 pasajeros, un 9,7% menos.

Según los aeropuertos de destino, Barajas-El Prat mantiene su liderazgo con 376.619 usuarios, experimentando un retroceso del 1%. Por detrás están Barajas con 206.194, un 17,8% menos; Tenerife Sur con 198.429, un 1,3% menos; y Málaga con 179.318, un 4,1% más.

Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

...y recíbelo cada mañana en tu email