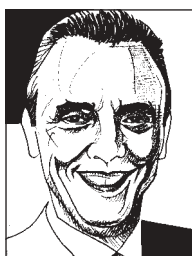




JOSÉ MANUEL SORIA
Buen nivel de reservas
Pág. 8 / Soria destaca que el nivel de reservas para verano "es consistente"



JOAN GASPART
Basta a más presión fiscal
Pág. 6 / CEOE rechaza el aumento de la presión fiscal a la actividad turística



WILLIE WALSH
IAG compra Vueling
Pág. 8 / Los accionistas de Vueling aceptan la OPA de IAG sobre la aerolínea



JOSÉ LUIS MUÑOZ
Continuidad del proyecto
Pág. 9 / Muñoz quiere "dar continuidad" a los proyectos emprendidos



FRANCISCO CARNERERO
Sentencia 'insólita'
Pág. 14 / ACAV ve insólita la sentencia sobre el caso de los controladores

Hidalgo: 'Globalia volverá a crecer en 2013 y obtendrá de nuevo beneficios'

El Grupo pierde 26 millones de euros en 2012 y factura un 5% menos

En 2012, los ingresos consolidados de Globalia han caído un 5,2%, hasta los 2.981 millones de euros, con unas pérdidas de 26,1 millones. Su presidente, J. José Hi-

dalgo, subraya que se trata de "una cifra sin precedentes en la historia del grupo", y lanza un mensaje positivo: "Estamos preparados para crecer" en 2013.



Emiliano González dirige MSC.

La labor del agente de viajes 'es primordial'

Para MSC, su producto "necesita del correcto asesoramiento de un profesional", por lo que la labor del agente "es primordial". **Pág. 4**

Las agencias vuelven a crear empleo en marzo

Agencias y turoperadores vuelven a crear empleo en marzo, con más de 1.000 altas de trabajadores registradas. **Pág. 11**

Club NEXOTUR

Ofertas especiales para los suscriptores. **Pág. 23**

El ejercicio pasado "ha sido muy complicado en lo económico por la continuidad de la crisis", señala el presidente de Globalia, Juan José Hidalgo, a la vez que destaca que "el grupo ha evidenciado que pese a las dificultades y a la complejidad de la situación, tiene capacidad para adaptarse y afrontar nuevos desafíos". Así, tras registrar pérdidas por segundo año



Juan José Hidalgo

consecutivo, y mantener "prácticamente igual" la facturación, Hidalgo subraya que "hemos reaccionado llevando a cabo una reestructuración", y se muestra convencido de que "ello nos permitirá volver en 2013 a números negros": "estamos preparados para crecer", afirma. **Editorial en pág. 3 y Escapate en pág. 5**

En 2012 había casi la mitad de agencias IATA que 2009

Un total de 3.965 puntos de venta cuentan con la licencia de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA). La cifra más alta se alcanzó en 2009, con 7.437 oficinas. Por lo que la caída ha sido del 46,6%.

Por contra, también como en 2012, el número de defaults ha aumentado ligeramente, aunque el importe se ha reducido. En concreto, 98 puntos de



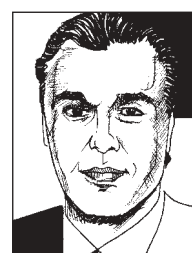
Javier Valdés

ventas no han liquidado a través del BSP, frente a los 91 de 2011, con un impago de algo más de 5,3 millones de euros, frente a los más de 6,2 millones de 2011, un 13,9% menos. Además, se observa un ligero recorte en el porcentaje que estos defaults representan en las ventas totales de las aerolíneas IATA, pasando del 0,24% al 0,23%. **Escapate en pág. 8**

Gallego confía en evitar el pago semanal del BSP

El presidente de CEAV lo califica de 'injusto'

Tras el anuncio de las compañías de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) de querer implantar el pago semanal al BSP, por el default de 16 millones de euros de Orizonia, el Sector ha reaccionado en contra. El presidente de CEAV, Rafael Gallego, se muestra confiado en que "por la vía del diálogo se llegue a buen puerto". Para Gallego "es injusto" que este endurecimiento venga mo-



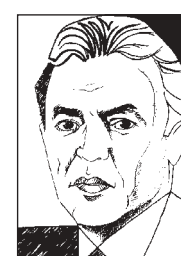
Rafael Gallego

tivado por la caída de Orizonia, que "carecía de aval a pesar de que se venía hablando desde hacía tiempo de sus dificultades". Por tanto, considera que "las compañías aéreas deberían pedir responsabilidades a las personas que permitieron esto y no al resto de las agencias, que pagan religiosamente al BSP". "Sería muy perjudicial en todos los sentidos", advierte.

Escapate en pág. 7

UNAV podría liderar una querrela contra Orizonia

La Unión de Agencias de Viajes (UNAV) estudia encabezar una plataforma compuesta por entre 25 y 50 agencias de viajes para presentar una querrela contra Orizonia "por un supuesto delito de estafa o apropiación indebida", ha explicado a NEXOTUR su gerente, Alberto Cejo. Aún no hay una decisión tomada, ya que la Asociación



José Luis Prieto

presidida por José Luis Prieto está a la espera de saber con exactitud qué número de agencias estarían dispuestas a formar parte de esta iniciativa. El objetivo es "recuperar el dinero perdido por las agencias, y en ningún caso hacer daño a Orizonia", aclara Cejo, que entiende que "ha habido mala gestión". **Escapate en pág. 6**

Ponemos el cielo a tus pies.

Vacaciones. Ninguna palabra hace tan feliz como ésta.

Y nosotros lo sabemos.

Por eso, tus vacaciones comienzan cuando tus pies empiecen a rozar el cielo.

IBERIA

■ CLAVES

¿Quién cuida el Turismo?

ES CURIOSO, VER a los políticos de toda clase, partido político, Comunidad autónoma, Diputación provincial o Ayuntamiento, pavonearse, por aquí y por allá: que si a mí me vienen tantos turistas, que si a mí me dejan tanto, que si mi palacio de congresos, que si mis hoteles,...

Bien, sí, pero ¿quién cuida al Turismo?, esa industria, ¡sí esa industria!



☞ ANTONIO CABALLOS

una verdadera fuente de ingresos, donde el Estado y todos los nombrados más arriba, invierten poco, casi nada y de la que disfrutan por medio de los placeres ocultos de la estadística.

Sí, es un negocio para el país, 'un negocio húmedo', pues empapa toda las capas de la sociedad, una actividad que parece fácil, pero que es terriblemente complicada.

Nuestro país se está beneficiando de la situación que se está viviendo en la zona del Mediterráneo. Y deberíamos estar trabajando ya con pequeñas inversiones sabiamente colocadas. ¡No sin invertir un euro, porque vienen! ¿Y cuando no vengan?

No quiero ser catastrofista, las gentes del Turismo ya hace bastante que no usan el pañuelo para llorar, sino para limpiarse el sudor, de una actividad que desconocía el paro, y que también lo conoce ahora... a pesar de que aún vienen, sí vienen pero no van... por que hay que veranear en España, como dicen algunos visionarios, quizá se desploman nuestras grandes mayorías.

Una ausencia casi total de dialogo sobre el Turismo entre políticos, técnicos o funcionarios y las gentes que lo trabajan y saben dónde y cómo se promociona (por que muchos llevamos en los mercados medio siglo)... los verdaderos técnicos del qué y del cómo.

En las redes están navegando agentes de viajes aficionados, hosteleros de tapadillo, guías turísticos 'ful' y todo tipo pseudo-prestadores de servicios turísticos descontrolados. Y lo que es peor, que no pagan impuestos, y a quien nadie ni controla ni persigue, al menos como a los que sí están en dentro de la legalidad.

Y mientras tanto... ¿quién cuida el Turismo?

☞ Antonio Caballos es presidente de honor de AEMAV.

‘Una clave al tomar la decisión empresarial de dedicarse al Turismo religioso es el factor vocacional; los diferentes agentes turísticos deben ser capaces de entender y compartir las motivaciones principales de este tipo de viajeros’, explica la directora y fundadora de Ruth Travel

TRIBUNA



☞ MÓNICA PADROL

El Turismo religioso, un sector en crecimiento

LOS VIAJES CON una motivación religiosa son tan antiguos como la propia humanidad. Además, estos viajes religiosos o peregrinaciones no están ligados únicamente al cristianismo sino que también están arraigados en la historia y tradiciones de muchas otras culturas y religiones. En la mayoría de los casos, y en su definición estricta, el Turismo religioso es "aquel que tiene como motivación principal la fe y visitar ciudades santas o lugares sagrados que han sido objetos de peregrinaje por parte de los fieles".

En este sentido, un punto clave al tomar la decisión empresarial de dedicarse al Turismo religioso es el factor vocacional. Los diferentes agentes turísticos deben ser capaces de entender y compartir las motivaciones principales de este tipo de viajeros y ajustar el viaje a la experiencia que cada cliente espera. Una agencia de estas características debe ofrecer todos los conocimientos del sector para satisfacer las necesidades de los clientes e idear y preparar un proyecto común, a medida, que se adecue a las expectativas de cada uno.

Para ello, es fundamental trabajar al detalle todos los aspectos del viaje y gran parte de los esfuerzos deben centrarse en potenciar la vertiente cultural y didáctica. El conocimiento y la experiencia en este mercado son claves para preparar las mejores rutas a lugares santos o a sitios con una vinculación especial con el mundo litúrgico, principalmente al cristianismo, pero sin olvidar otros como el judaísmo o el hinduismo.

Así pues, no se ha de concebir un viaje como el tradicional 'paquete' turístico, sino como una auténtica experiencia para los grupos de creyentes o peregrinos que conforman el principal target de las agencias de viajes religiosos. En esencia, es importante saber acercarse a cada país a través de la religión, dado que ésta forma parte de la identidad del pueblo.

La peregrinación es uno de los formatos que más y mejor funcionan dentro del Turismo religioso. Se calcula que, en todo el mundo, se realizan una media de 250 millones de peregrinaciones al año. De éstas, un 60%-70% son cristianas: 150 millones de peregrinos se desplazan anualmente a lugares sagrados relacionados con el cristianismo. Sólo en España los destinos de peregrinación acogen alrededor de 17 millones de visitantes al año. La mayoría de los

lugares de peregrinación del cristianismo está relacionada con el culto a la Virgen. Pero la Basílica de Santiago de Compostela, con una media de más de 4,5 millones de visitantes anuales, lidera el ranking de estos desplazamientos ligados a la fe.

viajeros a adentrarse en la historia y evolución de todo aquello que se visita. De esta forma, el viajero vuelve a casa con un mayor conocimiento de aquello que se ha visitado.

El Turismo religioso abarca tanto la visita a santuarios o lugares



A este tipo de peregrinaciones se les suma otras de carácter puntual, y que también pueden incorporarse a la oferta de la empresa según la demanda existente. Es el caso de las canonizaciones, visitas a líderes religiosos o años santos, que suelen congrega a una multitud de fieles de todo el mundo.

Ahora bien, como pasa igualmente con el Camino de Santiago, no todos los peregrinos tienen el fervor religioso como única motivación. De entre todos los viajeros, hay también quienes simplemente están interesados en el hecho religioso en sí (o como fenómeno antropológico). Muchos deciden seguir estas rutas por el símbolo de identidad que representa, su valor cultural y la experiencia personal. Que no todos los 'viajeros religiosos' o los peregrinos son creyentes es una característica que debe tenerse muy en cuenta.

simplemente están interesados en el hecho religioso en sí (o como fenómeno antropológico). Muchos deciden seguir estas rutas por el símbolo de identidad que representa, su valor cultural y la experiencia personal. Que no todos los 'viajeros religiosos' o los peregrinos son creyentes es una característica que debe tenerse muy en cuenta.

Los principales destinos

Como agente turístico, creo que gran parte del éxito de una agencia radica en la selección adecuada de los puntos a visitar y el grado de conocimiento, experiencia y compromiso de los guías con los viajeros. El Turismo religioso y cultural aporta una elevada dosis didáctica que invita a los

sagrados como las peregrinaciones, visitas a tumbas de santos, asistencia y participación en celebraciones religiosas, canonizaciones, visitas a líderes religiosos, congresos eucarísticos, años santos, etc. Actualmente, tres ciudades santas siguen siendo el punto de referencia del sector. Son Jerusalén, La Meca y Roma (junto con el Vaticano). A pesar de esto, para una empresa dedicada al Turismo religioso, es importante saber especializarse y dotar a la agencia de una oferta atractiva y diferenciada. Así, los destinos con más demanda son cada vez más 'exóticos': Tierra Santa (Israel y Palestina), Uzbekistán (por la Ruta de la Seda), Jordania o Etiopía (durante su celebración de la Epifanía).

Además, existe un nuevo concepto con un gran valor en alza: el Turismo bíblico. En estos viajes se recorren países señalados en la Biblia. En muchos casos, se ha tenido que abrir nuevos mercados en zonas que estaban muy cerradas por razones políticas —como las repúblicas procedentes de la antigua Unión Soviética— o donde no había un gran interés turístico, pero sí religioso. Es el caso de la Mesopotamia turca —el Kurdistan—, Georgia o Armenia, el primer país en adoptar el cristianismo como religión oficial.

Pero como hemos dicho, es interesante no sólo contemplar el denominado Turismo religioso dentro de la tipología y oferta de viajes, sino que es interesante que, paralelamente, la agencia también sea capaz de ofrecer viajes de perfil más cultural. Algunos ejemplos serían Argentina, Vietnam o la India, expediciones que nos permiten conocer en profundidad maravillas arquitectónicas, paisajísticas o etnográficas de todo el mundo.

El viajero religioso

Cada expedicionario tiene una manera diferente de vivir su fe. Unos quieren participar al 100% de las ceremonias religiosas que van a presenciar, algunos compartirlas con la comunidad cristiana local y otros tan solo conocerlas como espectadores para luego añadirles a su 'mochila' espiritual. Hace falta un gran conocimiento técnico para poder adecuar cada itinerario a lo que el grupo espera de esa ceremonia, de ese lugar... En definitiva, de ese patrimonio inmaterial que cada viajero contemplará y asimilará de una manera única y personal.

En Ruth Travel, por ejemplo, trabajamos únicamente con grupos: tanto de carácter religioso, por ejemplo parroquias, como particulares. Entre los clientes más habituales se encuentran más de 50 parroquias de Cataluña y Aragón, el Arzobispado de Barcelona y los Obispos de Girona, Huesca, Terrassa o Urgell.

Según nuestra experiencia, el perfil de cliente de este sector está muy consolidado y con unas características bien definidas: el 75% de los viajeros son mujeres, mientras que el 25% restante son

hombres. La media de edad es de 60 años, con un nivel cultural medio-alto, si bien cada vez también viaja más gente de 35 a 45 años.

En conclusión, el Turismo religioso es un tipo de Turismo que interesa a personas que viajan motivadas por la fe, pero también a personas que tienen un profundo interés por la fenomenología de la religión, su origen, sus liturgias, sus monumentos y su historia. Desde mi punto de vista, la cultura está muy ligada a la religión y cuenta con un atractivo muy amplio por descubrir. Es por eso que, cada vez más, el Turismo religioso se está consolidando como motor para un segmento turístico de valor añadido que está en auge.

☞ Mónica Padrol es directora y fundadora de Ruth Travel.

Tres ciudades santas siguen siendo el punto de referencia del sector: Jerusalén, La Meca y Roma

Los destinos más demandados son cada vez más exóticos, y existe un nuevo concepto en alza el Turismo bíblico

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 (*Escapate y Mostrador*), Eduardo Santamaría (*Reuniones*), Daniel Gallego Alias, Bárbara Ferrer y Verónica Olivera (*Transportes*), Andrea Bulla (*Business Travel*), Pablo García Diego (*Evalu@net*), Josep Marqués (*Opinión*), José Sorla (*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 Administrativo y Financiero: Javier Pascual Coruña
Director Jurídico Grupo NEXO: Santiago Moratilla Salvador
Director de Informática y de Procesos: José Manuel Dávila
Directores de la Plataforma Web: Carlos Pena y Andrés García
DEPARTAMENTOS | Propiedad Industrial: Herrero y Asociados
Facturación: María José González / Personal: Pilar de la Hoz
Distribución: Mercedes León / Administración: Paloma Díaz
Suscripciones: Concha López / Bases de Datos: Gloria Dávila
PUBLICIDAD / Departamento Propio: Nexo Editores (Grupo NEXO)
Madrid: Mercedes León y Yolanda Pola / Barna: Pepita Hernández

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

El Emisor español, tocado

LA CAÍDA DEL CONSUMO PASA FACTURA. El Emisor español acusa el desplome del gasto en vacaciones de las familias y en viajes de las empresas. Y las empresas del Sector muestran a las claras este frenazo del gasto interno en sus balances de 2012.

Globalia cierra 2012 con unos ingresos consolidados de 2.981 millones de euros (un 5,2% menos que en 2011), mientras que sus pérdidas ascienden a 26,1 millones, "una cifra sin precedentes en la historia de Globalia", según afirma su presidente, pese a lo cual subraya que en Globalia "estamos preparados para crecer" en 2013.

La situación, que afecta al conjunto del Sector, se afronta de manera muy diferente por los distintos actores. Siendo muy de agradecer el ejercicio de transparencia de Juan José Hidalgo, que el Digital NEXOTUR.com adelantó a sus lectores del diario el pasado martes 23 de abril.

El notable descenso del consumo privado, sumado a un contexto internacional "que tampoco ha ayudado", han incidido "decisivamente en la cuenta de resultados" de Globalia, en palabras de su presidente, Juan José Hidalgo, que señala que aunque el grupo turístico terminó 2012 con una facturación "prácticamente igual que la del ejercicio anterior", ha arrojado unas pérdidas de 26 millones.

Por su parte, la división minorista continúa su proceso de adaptación al mercado, ajustando a la baja el número de oficinas propias, cerrando aquellas que no contribuían en forma positiva a la cuenta de resultados. Así, Globalia ha cerrado 2012 con 1.314 puntos de venta de Halcón Ecuador, un 6,8% menos que en 2011, cuando contaba con 1.410.

El volumen de negocio minorista, entonces bajo la dirección de Fernando García Rascón, cayó un 10,3%, pasando de 1.265 a 1.134 millones. Halcón Viajes, con 930 millones facturados, ingresó un 8,6% menos que en el año anterior, cuando superó los 1.000 millones.

Viajes Ecuador facturó 169 millones, un 15,9% menos, mientras que la filial portuguesa de Halcón alcanza los 35 millones, el 23,9% menos.

La división mayorista, encabezada por Travelplan, ha contabilizado un total de 903.447 pasajeros, experimentando un retroceso del 17,6% respecto a 2011, cuando rozó 1,1 millones. La facturación de esta línea de negocio también ha disminuido un 15,9%, pasando desde los 648 a 545 millones.

Hidalgo sostiene que "la atonía económica europea afectó también a la división mayorista del grupo, que un año antes había comenzado a operar en Francia e Italia". Respecto a la actual estrategia de Globalia, su presidente revela que, "durante el presente ejercicio, hemos optado por salir, provisionalmente, de estos mercados, a fin de centrar la estrategia del turoperador en la apertura de nuevos destinos de media y larga distancia", actuando "de forma coordinada con Air Europa".

Globalia hace así un sano ejercicio de transparencia y de rigor en la gestión empresarial, que resulta especialmente relevante cuando la opacidad se ha instalado en la información (o para ser más exactos: desinformación o falta de ella) de resultados de las empresas del Sector. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Ejercicio de transparencia de Globalia, haciendo públicos sus resultados del último ejercicio (en línea con un Sector en pérdidas) es muy de agradecer para conocer la realidad de un Sector cada día más opaco

▲ check-in / CONSEJO TURISMO CEOE

No más subidas de impuestos

El Empresariado turístico español dice "basta" ante la voracidad recaudatoria de las Administraciones Públicas, en los impuestos y tasas al Turismo. Y no sólo del Gobierno de España o AENA, sino de las Comunidades autónomas y los Ayuntamientos.

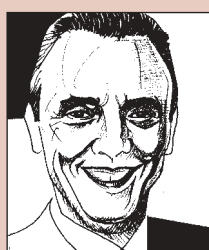
"El Sector Turístico no puede afrontar un incremento de la fiscalidad sobre sus actividades y sus márgenes, ya sea a nivel estatal, autonómico o local". Así lo afirma el Consejo de Turismo de CEOE, que ha recogido en un informe las acciones prioritarias que deben llevarse a cabo, advirtiendo en el mismo de que "se está poniendo en peligro la competitividad" del Sector Turístico español.

El Consejo de Turismo de CEOE, como lobby de los intereses generales de todo el Sector Turístico, rechaza el incremento de la presión fiscal en las actividades turísticas, ya que "pone en peligro la competitividad", por lo que pide al Gobierno que mantenga la postura del Ministerio de Hacienda de no subir el IVA del tipo reducido al general, en contra de lo que solicita la Comisión Europea. En este sentido, recuerda al Ejecutivo el compromiso con el Sector Turístico de reducir el tipo de IVA aplicable a las actividades turísticas, tan pronto se produzca una mejoría de la situación económica actual.

El Consejo de Turismo de CEOE, que preside Joan Gaspart también reclama que no se produzcan nuevas subidas de las tasas aeroportuarias, "cuyo incremento ha supuesto ya la caída del tráfico aéreo en 2,8 millones de viajeros", y se traten de reducir las vigentes para 2013, "a fin de evitar que la situación siga deteriorándose" todavía más.

★ personaje de la semana / Joan Gaspart

El líder del Empresariado turístico español está dando muestras de independencia en la defensa de los intereses generales del Sector (en contraste con los habituales cabildos del gerente de un elitista lobby venido a menos), hablando alto y



claro al Gobierno de España y las Administraciones turísticas autonómicas y locales, a través del Consejo de Turismo de CEOE, con el objetivo de impedir que se incrementen impuestos y las tasas, que quiebran la competitividad sectorial.

🔥 la chispa / Quique



▼ check-out / ESCRACHE A DUATO

Acoso (ilegal) al gestor

José Duato, consejero-delegado y director general de Orizonia, está siendo víctima de un verdadero escrache, que incluye el acoso constante, con insultos y vejaciones personales, por parte de trabajadores y sus familias, afectados por el ERE y el concurso de acreedores en que está inmerso Orizonia.

Siendo perfectamente comprensible la reacción de indignación y enfado de quienes se ven abocados al desempleo, lo que resulta inaceptable es que determinados medios locales sirvan de altavoz al insulto y la vejación de los gestores de empresas en quiebra, como es el caso de la que dirige Duato.

Este atentado al honor, el buen nombre y la dignidad de la persona, aún siendo disculpable por la situación en que quedan algunos trabajadores, es inadmisible cuando se propicia desde publicaciones digitales, al más puro estilo de la prensa amarilla.

Difamar desde el anonimato, además de una cobardía, es un delito que nada tiene que ver con la libertad de expresión y, menos aún, de información. Los comentarios difamatorios anónimos, que el lector lee a continuación de las noticias periodísticas, mezclando la información con opiniones anónimas, jamás debieran estar propiciados por los medios, y menos aún, en función de lo que el cliente difamado gasta (o deja de gastar) en publicidad en el medio.

El "Código Ético y Deontológico del Periodista Especializado y Técnico" —en vigor desde hace dos décadas y del cual el director de NEXOTUR fue redactor y ponente— debiera propiciar una autorregulación, que destierre unas malas prácticas que avergüenzan a los periodistas y editores especializados.

El producto MSC es rentable para las agencias, pero de manera especial para aquellas que más se vinculan con nuestra marca / A pesar de la crisis, el producto crucero se ha mantenido estable en 2012 / El mercado español está en pleno desarrollo, y todavía le queda mucho por crecer / Las agencias de viajes son el principal punto de venta para MSC Cruceros

«En lo que se refiere al precio, se ha perdido muchas veces la perspectiva»

Emiliano González / Director general de MSC Cruceros



MSC Cruceros continúa creciendo en el mercado español. Según revela su director general, Emiliano González, los resultados de 2012 "han sido positivos", logrando un incremento de pasajeros del 7%, mientras que el inicio de año también "ha sido muy bueno" gracias, en parte, a la inauguración de su nuevo buque, el MSC Preziosa.

P.- ¿Cómo han cerrado MSC Cruceros el ejercicio 2012?

R.- Los resultados de MSC Cruceros del 2012 han sido positivos, ya que hemos crecido un 7% en número de pasajeros, lo que nos permitió mantener nuestra posición de compañía líder de cruceros por el Mediterráneo. A pesar de la crisis económica, dentro del Sector Turístico el producto crucero es uno de los que se ha mantenido estable en 2012, y estamos convencidos de que continuaremos en la misma línea.

P.- ¿Cómo describiría el arranque del presente año?

R.- El inicio del 2013 ha sido muy bueno, en gran parte, debido al que el pasado mes de marzo tuvo lugar la inauguración del último buque de nuestra flota, MSC Preziosa, en Génova (Italia). Con esta nueva incorporación se completa el plan estratégico de desarrollo de la compañía, que comenzó en el año 2003 y que ahora culmina con una flota de 12 buques. Y en MSC Cruceros tenemos buenas perspectivas de cara al presente ejercicio por como ha ido el comienzo. Nos mantenemos optimistas con nuestro proyecto de crecimiento.

P.- ¿Alguna novedad para el inicio de la temporada alta?

R.- Dos de las principales novedades que ofrecemos son los cruceros temáticos Dukan y Amunt. El crucero Dukan, a bordo de MSC Preziosa, saldrá de Barcelona el 17 de mayo, con un itinerario de ocho días y escalas en Marsella (Francia), Génova (Italia), Nápoles (Italia), Mesina (Taormina/Italia), Túnez (Túnez) y regreso Barcelona. En este crucero dietético, los pasajeros podrán conocer a Pierre Dukan en persona.

El próximo 11 de junio partirá el Crucero Amunt, que organizamos conjuntamente con el Valencia C.F. a bordo del buque MSC Splendida. El itinerario de ocho días empieza en Valencia y hará escalas en Túnez, Civitavecchia (Roma/Italia), Génova (Italia), Marsella (Francia), Barcelona y regreso a Valencia. Los pasajeros tendrán la oportunidad de participar en talleres y encuentros con los jugadores del equipo de fútbol valenciano, además de participar en actividades deportivas organizadas para adultos.

P.- ¿Cuáles son los destinos o itinerarios más demandados por los clientes españoles?

R.- Uno de los destinos favoritos del pasajero español es el Mediterráneo. Pero además, en MSC Cruceros ofrecemos un amplio abanico de itinerarios estacionales por el Norte de Europa, Océano Atlántico, Caribe, Antillas Francesas, Sudamérica, Sur de África, Mar Rojo y Emiratos Árabes Unidos. Somos una de las compañías de cruceros con mayor número de puertos de embarque en el territorio español, lo que nos

permite acercar nuestra amplia gama de destinos al mercado español y así, ser más accesible a éste.

P.- ¿Considera que hay margen para que las compañías de cruceros sigan creciendo en el mercado

español o por el contrario cree que ya se ha tocado techo?

R.- El mercado español está en pleno desarrollo, y todavía le queda mucho por crecer. Desde MSC Cruceros apostamos por su desarrollo, ya que consideramos que es un mercado que aún está madurando. En los últimos años se ha producido un cambio de mentalidad, el producto crucero ya no se ve como algo lujoso para unos pocos, sino como un producto accesible que se adapta a todos los gustos y necesidades.

P.- ¿El factor precio ha hecho mucho daño a la rentabilidad de las compañías de cruceros?

R.- En lo que se refiere al precio, se ha perdido muchas veces la perspectiva. Obviamente, hay que adaptarse a la situación actual, pero es importante que se entienda que un crucero es un producto muy com-

pleto que ofrece al pasajero además de alojamiento y comida, multitud de opciones de ocio y entretenimiento. Hay que entender que el precio del crucero tiene que ser competitivo y acorde a la realidad, y ante todo hay que valorar y comprender la importancia de la relación calidad-precio.

P.- MSC Cruceros, al igual que el resto de navieras, permite la reserva directa en su web. ¿Cuándo incluyen esta posibilidad y qué peso tienen actualmente estas ventas?

R.- La posibilidad de reserva directa en la web de MSC Cruceros se incluyó a finales del año pasado. Es una forma más para que los

pasajeros puedan acceder a nuestro producto, aunque en la actualidad el peso que tiene realmente en el total de las ventas es muy pequeño, no llegando al 1%.

P.- ¿Algún día tendrá un peso importante la venta directa a través de Internet en este sector?

R.- No lo creemos así. El producto crucero necesita del correcto asesoramiento por parte de un buen profesional y en este sentido la labor del agente de viajes es primordial. En países donde la venta directa lleva años establecida, sus ventas no superan el 5 % del total.

P.- ¿Las agencias de viajes seguirán siendo claves para el desarrollo de su negocio?

R.- Las agencias de viajes son el principal punto de venta para MSC Cruceros. A través de las agencias, los clientes pueden ser asesorados por grandes profesionales expertos en el sector, que conocen los barcos y las navieras y lo que cada una le ofrece.

P.- ¿Qué acciones desarrollan para mejorar su relación con este canal?

R.- Hacemos presentaciones semanales en todos los puertos donde hacen escala nuestro barco con visitas a bordo. Asimismo, organizamos cursillos de formación con las principales agencias y Grupos comerciales a lo largo de todo el año.

P.- ¿El producto MSC Cruceros es rentable para las agencias?

R.- Sin duda alguna, pero de manera especial con aquellos que más se vinculan con nuestra marca, ya que su rentabilidad crece cuando sus ventas hacia MSC crecen. Esta política de retribución es perfectamente entendible en cualquier sector comercial donde existe un proveedor y un distribuidor.

P.- El presidente de CEAV, Rafael Gallego, denuncia que muchas

compañías de cruceros camuflan subidas de precios inflando las tasas no comisionables. ¿Qué opinión le merecen estas acusaciones?

R.- Cuando el señor Gallego concrete nombres y apellidos, se podrá opinar. Mientras que no sea así, desde MSC cruceros no nos sentimos aludidos y por lo tanto no opinamos al respecto.

P.- Gallego afirma que se trata de una práctica generalizada. ¿MSC actúa con total transparencia?

R.- Si el señor Gallego entiende que es una práctica generalizada, sería de agradecer que lo reflejara por escrito con datos históricos de los últimos años. Por supuesto que desde MSC Cruceros actuamos con total transparencia, como demuestra nuestra reputación desde hace muchos años, y en el tema que cuestiona, nuestros catálogos anuales desde el año 2003 están a su disposición y de todo aquel que los quiera analizar.

La posibilidad de reservar de forma directa en la 'web' de MSC se incluyó a finales de 2012

En MSC Cruceros actuamos con total transparencia, como demuestra nuestra reputación desde hace años

Las previsiones para el verano son muy positivas

Las previsiones de MSC Cruceros para la temporada de verano no son muy positivas, ya que se trata de uno de los periodos favoritos de los cruceristas para disfrutar de esta experiencia. A pesar de que cada vez el sector vive una mayor desestacionalización, el buen clima y las vacaciones escolares hacen que mu-

chos pasajeros se decidan por viajar en los meses de verano.

Además, somos positivos porque ofrecemos durante todo el año un gran número de puertos de embarque en España, con lo que facilitamos que el pasajero español pueda embarcar casi en la

puerta de su casa. En esta temporada de verano por

ejemplo, nuestro nuevo buque MSC Preziosa tiene salida semanal desde Barcelona con un itinerario por el Mediterráneo Occidental. MSC Splendida también brinda la oportunidad de conocer diferen-



EMILIANO GONZÁLEZ

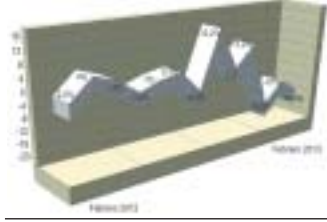
tes destinos en Italia y Francia embarcando desde Barcelona y Valencia. Además, MSC Opera recorrerá el Norte de Europa con posibilidad de embarque en Bilbao y Vigo, MSC Sinfonía tendrá salidas semanales desde Palma de Mallorca, y MSC Orchestra realizará salidas semanales desde Ibiza.

escapar ate

Los viajes de españoles caen un 14% en febrero

Tras la caída del 16,9% en diciembre de 2012 y del 10% en enero, en febrero se ha registrado un nuevo retroceso interanual del 14,4% en los desplazamientos de los españoles, con un total de 8,4 millones. **Pag. 32**

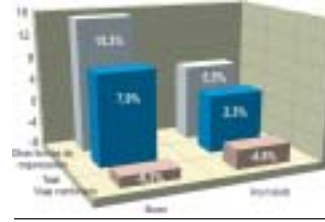
Viajes de los españoles



Un 8% más de turistas en marzo en España

España ha recibido en marzo 3,8 millones de turistas extranjeros, un 7,9% más que en el mismo mes de 2012. El uso del 'paquete' turístico desciende un 6,2%, contabilizando 1,1 millones de viajes. **Pag. 13**

Llegada de turistas a España



El precio del 'paquete' aumenta cerca de un 8%

El precio del viaje organizado aumentó un 7,8% en marzo en comparación con el mes anterior, en el que también subió un 2,4%. Esta tendencia contrasta con el significativo descenso del 10,1% de enero. **Pag. 12**

■ Prontuario

Por un Turismo responsable

DECÍA PESSOA QUE los viajes son los viajeros. Que lo que vemos no es lo que vemos, sino lo que somos. Y no le faltaba razón al poeta portugués al insinuar que cada quien entiende el paisaje a su manera y en cada viaje no hace sino proyectarse a sí mismo.

Que cada turista es un mundo, es algo que saben bien en las agencias de viajes. Así lo atestiguan los cada vez más extensos y variados catálogos. Y es por ello que parte de la valía del buen agente reside en conocer a su clientela, y saber ofrecerle lo que está buscando.



© JORGE FERNÁNDEZ

Pero más allá de preferencias sobre el destino y de las motivaciones, ha de existir un denominador común que no debiéramos descuidar: el de la conciencia viajera. Desde nuestra modesta organización estamos distribuyendo, en no pocas agencias españolas, el 'Decálogo del Viajero Responsable'. Una suerte de recomendaciones que invitan al turista a pensarse a sí mismo y comprender el rol que juega cada vez que viaja.

Al ser la acción la que sostiene al pensamiento, la pretendida sostenibilidad del Turismo ha de ir también más allá de las declaraciones de buenas intenciones. Y a la hora de viajar, sabemos que hasta los más pequeños gestos tienen su importancia: pedir permiso antes de fotografiar a las personas; favorecer la economía local consumiendo sus productos; no dejar más huellas que las de nuestras pisadas en los espacios naturales...

No se trata de demonizar a los malos turistas, sino de que pensemos que a menudo éstos se encuentran poco o mal informados. Y eso es algo que, por el bien de un Turismo responsable, sí que está en nuestras manos cambiar.

© Jorge Fernández Bernabeu es secretario técnico de la Fundación Turismo y Cooperación.

Hidalgo afirma que Globalia está preparada para 'volver a números negros' tras perder 26 millones

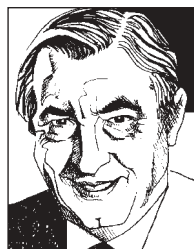
El grupo turístico, cuya facturación ha caído un 5% hasta 2.981 millones, ha recortado su plantilla un 16%

Globalia cierra 2012 con unos ingresos consolidados de 2.981 millones de euros, un 5,2% menos que en 2011, mientras que sus pérdidas ascienden

a 26,1 millones. Según confirma su presidente, se trata de "una cifra sin precedentes en la historia de Globalia". No obstante, subraya que "estamos

preparados para crecer" en 2013. Buena parte de las pérdidas, concretamente 14 millones de euros, provienen de la actividad de Air Europa.

El notable descenso del consumo privado en España, sumado a un contexto internacional "que tampoco ha ayudado", han incidido "decisivamente en la cuenta de resultados de Globalia. Así lo reconoce su presidente, Juan José Hidalgo, que señala que aunque el grupo turístico ha terminado 2012 con una facturación "prácticamente igual que la del ejercicio anterior", ha "arrojado pérdidas por valor de 26 millones en su resultado". "Una cifra sin precedentes en la historia de Globalia", apunta.



Juan José Hidalgo

Se trata del segundo año consecutivo en el que registra pérdidas, si bien en 2011 fueron de un millón de euros. Estos resultados contrastan con los beneficios netos alcanzados por el grupo turístico en los tres años anteriores, con 19,4 millones en 2010, 26,6 millones en 2009 y 21 millones en 2008.

Ejercicio 'muy complicado'

En lo que respecta a los ingresos, Globalia ha concluido 2012 con 2.981 millones de euros, lo que supone un retroceso del 5,2% en comparación con 2011, cuando se situaron en 3.145,6 millones de euros. Por su parte, su Ebitda (beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones) asciende a 47,4 millones, un 36,6% menos que en el año anterior.

Fruto de la reestructuración llevada a cabo por el grupo turístico, el número medio de empleados ha experimentado la reducción más drástica de los últimos años. Así, se ha pasado de 14.258 trabajadores en 2011 a 11.925 al cierre de 2012, lo que implica un descenso superior al 16%.

En referencia a estos resultados, Hidalgo señala que "el ejercicio ha sido muy complicado en lo económico por la continuidad de la crisis".

Si bien recalca que "el grupo ha evidenciado que pese a las dificultades y a la complejidad de la situación, tiene capacidad para adaptarse y afrontar nuevos desafíos".

"Hemos reaccionado llevando a cabo una reestructuración de la compañía que nos va permitir un ahorro de 50 millones de euros en el próximo ejercicio, con un coste de 10 millones incurridos ya en 2012", detalla el directivo. Así, se muestra convencido de que "ello nos permitirá volver de nuevo en 2013 a los números negros", por lo que "estamos preparados para crecer".

Por divisiones, destaca en primer lugar que buena parte de las pérdidas del grupo turístico, concretamente 14 millones de euros, provienen de la actividad de Air Europa. A este respecto, el presidente de Globalia explica que la aerolínea se ha enfrentado "a una dura huelga de sus pilotos en un contexto extremadamente difícil".

"Un contexto en el que la competencia de las compañías aéreas llamadas *low cost* no nos ha permitido repercutir las incesantes subidas del carburante y las tasas, así como la depreciación del euro, en el precio de los billetes", matiza. Además, por quinto año consecutivo Air Europa ha visto reducido su número de pasajeros, cerrando 2012 con 8,1 millones, un 7,2% menos que en 2011, cuando superó los 8,7 millones.

Por su parte, la división minorista continúa su proceso de adaptación al mercado, ajustando a la baja el número de oficinas propias, cerrando aquellas que no contribuían efectivamente en forma positiva a la cuenta de resultados del grupo. Así, Globalia ha cerrado 2012 con 1.314 puntos de venta, un 6,8% menos que en 2011, cuando contaba con 1.410.

Del mismo modo, el volumen de negocio de la red de agencias de



Air Europa registra las mayores pérdidas, con 14 millones de euros.

Globalia ha caído un 10,3%, pasando de 1.265 millones a 1.134 millones. Entre sus diferentes empresas, Halcón Viajes está a la cabeza con 930 millones facturados, un 8,6% menos que en el año anterior, cuando superó los 1.000 millones. Por su parte, Viajes Ecuador concluye el año con 169 millones, un 15,9% menos, mientras que la filial portuguesa de Halcón alcanza los 35 millones, un 23,9% menos.

Atonía económica europea

La división mayorista, encabezada por Travelplan, ha contabilizado un total de 903.447 pasajeros, experimentando un retroceso del 17,6% respecto a 2011, cuando rozó la cifra de 1,1 millones. La facturación de esta línea de negocio también ha disminuido un 15,9%, pasando de los 648 millones de 2011 a 545 millones en 2012.

En este sentido, Hidalgo sostiene que "la atonía económica europea afectó también a la división mayorista del grupo, que un año antes había comenzado a operar en Francia e Italia". "Durante el presente

ejercicio, hemos optado por salir, provisionalmente, de estos mercados a fin de centrar la estrategia del turoperador en la apertura de nuevos destinos de media y larga distancia, siempre de forma coordinada con Air Europa", revela. Finalmente, destaca el crecimiento de Travelplan en el mercado norteamericano, así como "la consolidación de 'paquetes' vacacionales de lujo".

La división hotelera ha acabado el año con 20 establecimientos, dos menos que en 2011, lo que ha provocado que su número de habitaciones se reduzca un 10,1%, pasando de 6.135 a 5.512. No obstante, Hidalgo subraya que "acaba de ser reforzada con 11 hoteles", por lo que afirma que "tiene ante sí un brillante futuro". Por último, el presidente del grupo turístico resalta el "gran crecimiento que ha tenido la división de receptivo, bajo la marca Welcome Incoming Services, así como Welcomebeds, que provee estancias hoteleras a través de Internet". "Ambas compañías tienen un gran potencial de desarrollo", concluye.

Facua exige la fianza de ocho millones de Orizonia

Facua informa de la existencia de un aval por valor de 8,2 millones de euros depositados por Orizonia ante el Gobierno de Baleares en concepto de fianza. Según la organización, la Consejería de Turismo y Deportes ha confirmado esta cuantía, por lo que reclama que se utilice para devolver el dinero e indemnizar a los consumidores afectados por el cierre.

Desestiman la demanda de Ryanair contra Rumbo

El Tribunal Supremo ha desestimado de nuevo el recurso interpuesto por Ryanair contra Rumbo. Declara, con carácter definitivo, la legalidad de la actividad de la agencia *online* en relación con el acceso a la información y precios de la *low cost*. Con esta sentencia, el alto Tribunal confirma la dictada anteriormente por la Audiencia Provincial de Madrid el 30 de marzo de 2012.

OPCE Cantabria analiza su primer año de actividad

La Asociación Cántabra de Empresas de Organización de Eventos y Congresos (OPCE Cantabria) ha realizado su asamblea anual para analizar el trabajo que han hecho desde su fundación en enero de 2012. Principalmente, han tratado la captación de socios y la credibilidad ante las instituciones. También se habló de las actividades que pusieron en marcha durante su primer año.

Hotelbeds intensifica su crecimiento en Austria

Hotelbeds ha registrado un incremento del 30% en la venta de noches de hotel en 2012 en Viena, en comparación con el año anterior. Asimismo, prevé cerrar este año con un aumento del 30% en el valor de sus operaciones en la capital austriaca por la estrategia implementada en este mercado durante ocho años. Le Meridien registró el récord en ventas en 2012.

CEOE rechaza el aumento de la presión fiscal al Turismo porque 'pone en peligro la competitividad del Sector'

Su Consejo de Turismo presentará próximamente un informe con las acciones prioritarias que se realizarán en 2013

"El Sector Turístico no puede afrontar un incremento de la fiscalidad sobre sus actividades y sus márgenes, ya sea a nivel estatal, autonómico o local". Así lo afirma el Consejo

de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), que ha recogido en un informe las acciones prioritarias que deben llevarse a cabo, advir-

tiendo en el mismo de que "se está poniendo en peligro la competitividad" del Sector. El Consejo prevé presentar en breve un informe con sus acciones prioritarias para 2013.

El Consejo de Turismo de CEOE rechaza el incremento de la presión fiscal a las actividades turísticas, ya que "pone en peligro la competitividad del Sector", por lo que pide al Gobierno que mantenga la postura del Ministerio de Hacienda de no subir el IVA del tipo reducido al general, como solicita la Comisión Europea. Recuerda al Ejecutivo el compromiso con el Sector Turístico de reducir el tipo de IVA aplicable a las actividades turísticas, tan pronto se produzca una mejora de la situación económica actual.

El organismo que preside Joan Gaspart también reclama que no se produzcan nuevas subidas de las tasas aeroportuarias, "cuyo incremento ha supuesto ya la caída del tráfico aéreo en 2,8 millones de viajeros", y se traten de reducir las vigentes para 2013, "a fin de evitar que la situación siga deteriorándose, con las graves consecuencias para los ingresos y el empleo en los destinos turísticos". Así, recuerda que el 80% de los turis-

tas extranjeros que visitan nuestro país vienen por vía aérea.

Por otro lado, subraya la necesidad de que los Gobiernos, tanto autonómicos como municipales, tengan en cuenta la reducción del margen económico de las empresas turísticas y no contribuyan a una mayor pérdida de su rentabilidad, aumentando o estableciendo nuevos impuestos y tasas que podrían hacerlas inviables. Ante los rumores de una nueva fiscalidad medioambiental a nivel estatal, el Consejo de Turismo considera que "no debería alcanzar, de llegar a realizarse, a las empresas turísticas".

Demanda "la mayor prioridad y sensibilidad de los poderes públicos y de la sociedad sobre la situación de un Sector que ha contribuido, como ninguno, al sostenimiento de nuestra balanza de pagos con el exterior y al empleo". "El Sector, para mantener esta contribución y su competitividad, no puede afrontar un incremento de la fiscalidad sobre sus actividades y

sus márgenes, ya sea a nivel estatal, autonómico o local", añade. Además, solicita "un esfuerzo tanto del Estado como de las Comunidades y entidades locales, para la mejora de la fiscalidad y recuperar los importes de partidas presupuestarias durante 2013 y 2014".

Afán recaudatorio

Para el Consejo de Turismo de CEOE, la fuerte subida de impuestos, tasas y precios de servicios públicos ha contribuido al empeoramiento del Sector Turístico, en especial, el incremento del IVA y de las tasas aeroportuarias. Por otra parte, la restricción del crédito a empresas y familias, y su encarecimiento, no ofrece perspectivas de mejora en 2013. A su juicio, todo ello "seguirá afectando a las ventas y a los márgenes de resultados de las empresas turísticas, que han visto caer tanto las ventas y las reservas como los márgenes operativos en estos últimos años".



En breve el Consejo de Turismo presentará sus objetivos para 2013.

Considera que se está produciendo una proliferación de nuevos impuestos, sobre todo en los ámbitos autonómicos y municipales. Según el Consejo de Turismo, con estas medidas "se demuestra un desmedido afán recaudatorio sobre el Sector Turístico, poniendo en peligro la competitividad del mismo". Entiende que es ur-

gente eliminar este tipo de políticas, ya que, de no cambiar estos condicionantes, se espera una nueva caída del PIB turístico en 2013 y la desaparición de más empresas, así como la pérdida de empleo. Todo ello se expondrá en el informe que en breve presentará el Consejo de Turismo sobre las acciones prioritarias para 2013.

Europcar lanza InterRent, su nueva marca 'low cost'

Europcar ha puesto en marcha su nueva filial InterRent, marca *low cost* de alquiler de vehículos orientada al segmento de ocio. Implementada en un primer momento en España, Francia, Alemania, Portugal y Reino Unido, extenderá su actividad a nuevos mercados en los próximos años con sus franquicias.

Su lanzamiento "viene a demostrar, una vez más, nuestro compromiso con las necesidades de movilidad de sus clientes", asegura el consejero delegado de Europcar, Roland Keppler. Destaca que se trata de "un logro fundamental de la estrategia de nuestro grupo" y que "con él, estamos poniendo nuestra atención en las necesidades de nuestros clientes, ampliando nuestro portfolio de marcas y entrando en el mercado en crecimiento como es el segmen-



Roland Keppler

to del alquiler de vehículos *low cost*".

En esta primera fase InterRent contará con 44 oficinas en los cinco mercados en los que opera, la gran mayoría en aeropuertos y estaciones de tren. Su flota es de unos 6.000 vehículos, incluyendo gama mini, económica, compacta y mini van. Toda su oferta está en www.interrent.es, con proceso de reserva en tres pasos.

Con su lema 'conduce, ahorra y disfruta', "se dirige a un nuevo tipo de viajeros de ocio", afirma su director, Jehan de Thé, que añade que "además de un enfoque *low cost*, ofreceremos una experiencia al cliente basada en la innovación y la calidad de servicio". Asimismo, revela que su objetivo es "duplicar el número de oficinas e implantar la marca fuera de Europa en 2014".

UNAV lideraría una querrela conjunta contra Orizonia por estafa o apropiación indebida

Ceja aclara que la única intención 'es que las agencias recuperen el dinero perdido'

UNAV estudia encabezar una querrela de varias agencias de viajes contra los gestores de Orizonia "por un supuesto delito de estafa o apropiación indebida". Así

lo confirma su gerente, Alberto Ceja, que detalla que su pretensión es gestionar una demanda conjunta de un número aproximado de entre 25 y 50 agencias.

La Unión de Agencias de Viajes (UNAV) podría seguir los pasos de Europa Viajes, que la pasada semana formalizó una demanda contra Orizonia por "el engaño sufrido por las agencias de viajes". Según explica a NEXOTUR el gerente de la Asociación, Alberto Ceja, su intención es gestionar una querrela conjunta de entre 25 y 50 agencias "por un supuesto delito de estafa o apropiación indebida". No obstante, aún no hay una decisión tomada, ya que todavía están a la espera de saber con exactitud qué



Alberto Ceja

número de agencias estarían dispuestas a formar parte de esta plataforma encabezada por UNAV.

La intención que se perseguiría con esta acción judicial sería "únicamente recuperar el dinero perdido por las agencias, y en ningún caso hacer daño a Orizonia", aclara Ceja, que entiende que "ha habido una mala gestión" por parte de los directivos del grupo. En este sentido, apunta que hay "cosas que están en la órbita de la estafa", como "poner en prepagado a las minoristas poco antes" de que se produjese su caída o "reclamar el ade-

lanto de depósitos a las agencias en tiempos no habituales". Asimismo, Ceja considera que "se han apropiado de los depósitos de los clientes a sabiendas de que no podían sacar adelante sus viajes".

Vía concursal

Para el gerente de UNAV, recuperar el dinero por la vía concursal "es prácticamente imposible". "No tenemos la documentación contable de Orizonia, pero se deben grandes cantidades a la banca, trabajadores y otros acreedores, por lo que creemos que no va a haber para las agencias", lamenta.

Fycma cumple diez años de actividad en el sector

El Palacio de ha cumplido en marzo 10 años de actividad. A lo largo de esta década, el recinto ha generado en la ciudad y su área metropolitana más de 1.000 millones de euros, diez veces la inversión pública requerida, y ha posibilitado la creación de más de 4.000 puestos de trabajo directos e indirectos. Ha albergado 1.300 eventos, de los que 184 han sido ferias con 15.291 expositores.

Enterprise Rent-A-Car se expande a Portugal

Enterprise Rent-A-Car ha iniciado su actividad en el mercado portugués con la apertura de oficinas en los aeropuertos de Lisboa, Faro, Oporto y Madeira. Los centros, operados en franquicia con Guerin Car Rental Solutions, permitirán atender a los viajeros de negocios y turistas que lleguen a estas ciudades clave para la entrada de visitantes internacionales al territorio portugués.

Emirates fomentará el respeto al medioambiente

Emirates Airlines ha lanzado su iniciativa A Greener Tomorrow para financiar proyectos con una clara repercusión medioambiental. Así, está abierta a todas las organizaciones sin ánimo de lucro, relacionadas con la conservación del medio ambiente que quieran llevar a la práctica sus ideas. De esta forma, la aerolínea quiere mostrar una vez más su compromiso medioambiental.

Argentina actualiza su promoción en Turismo

Argentina ha presentado su Plan de Marketing de Turismo de Reuniones de 2013 a 2016, poniendo de manifiesto el crecimiento de este sector y marcando entre otros objetivos situar el país entre los 12 principales destinos de congresos internacionales. Este Turismo "es uno de los sectores que más ha evolucionado en los últimos años" en Argentina, según el ministro de Turismo, Enrique Meyer.

Gallego confía en llegar a un acuerdo con IATA que evite el pago semanal al 'no ver razones para imponerlo'

El presidente de CEAV considera 'injusta' la propuesta y advierte de que su aplicación 'sería muy perjudicial'

CEAV rechaza la propuesta de las compañías aéreas de obligar a todas las agencias a liquidar semanalmente al BSP a partir de enero de 2014. Como adelantó en exclusiva NEXOTUR, esta medida, motivada por el *default* de 16 millones de euros de Orizonia, iría acompañada por la imposición de avales al 100% del mercado, independientemente de que se cumplan o no los criterios financieros.

A pesar de la urgencia con la que la Asociación Internacional del

Transporte Aéreo (IATA) pretende que estos cambios entren en vigor, el presidente de la Confederación, Rafael Gallego, se muestra confiado en que "por la vía del diálogo se llegue a buen puerto". En declaraciones a NEXOTUR explica que "cada vez que surge cualquier *default* de una gran empresa las aerolíneas intentan ir por esta línea", pero a su juicio "no tienen razones para imponer estos cambios a todo el Sector", por lo que opina que "lograremos evitarlo". Para Gallego "es

injusto" que el intento de endurecer los requisitos venga motivado por la caída de Orizonia, que "carecía de aval a pesar de que se venía hablando desde hacía tiempo de sus dificultades".

La situación se agravaría

Considera que "igual las compañías aéreas deberían pedir responsabilidades a las personas que permitieron esto y no al resto de agencias de viajes que pagan religiosa-

mente al BSP". Asimismo, advierte de que la aplicación de las citadas medidas "sería muy perjudicial en todos los sentidos" y "muchas agencias no podrían asumirlas". "Con esto lo que se podría conseguir es que muchas agencias utilizasen otro tipo de canales para comercializar billetes de avión, lo que implicaría que se concentrase el riesgo", señala. Esto provocaría no solo que el problema siguiese existiendo, sino que "al repartir las ventas entre pocas empresas la situación se agravaría".



Rafael Gallego preside CEAV.

TUI YO descubrimos Rusia

TUI Royal Vacaciones

Se declara en concurso de acreedores a FEAAC

El Juzgado de lo Mercantil N°4 de Madrid ha declarado en concurso voluntario de acreedores a FEAAC. La Federación presentó la solicitud al no poder hacer frente a la sanción de en torno a 1,6 millones de euros que le impuso la Comisión Nacional de la Competencia (CNC). Los acreedores disponen de un plazo de un mes para la comunicación de sus créditos a la administración concursal.

Los 'travel managers' no ven que mejore economía

La mayoría de los gestores de viajes de negocios (65%) opina que la economía española ha dado un bajón y bastantes de ellos creen que seguirá la tendencia un año más, por lo menos. Así lo muestran los resultados del 'Termómetro a la Industria en España 2013' realizado por la GBTA Foundation en colaboración con la Asociación Ibérica de Viajes de Negocio (IBTA).

Se quiere optimizar Fibes potenciando el MICE

La Asociación Sevillana de Empresas Turísticas ha destacado las acciones promocionales que van a realizar para promocionar Sevilla como destino turístico de congresos. El presidente de la Asociación, Antonio Távora, ha insistido en la necesidad de que "las Administraciones velen por el interés de las pymes sevillanas, que son el gran núcleo del empleo de Sevilla y su provincia".

El Salamanca Convention cambia de presidencia

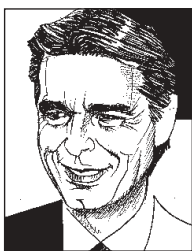
La Comisión de Seguimiento del Salamanca Convention Bureau ha procedido al cambio de presidencia de la Oficina de promoción de Congresos de Salamanca. Tras la presidencia de AESCO, la Cámara de Comercio e Industria, con su vicepresidente José Luis Martín Aguado, presidirá la asociación. Además, se ha aprobado la memoria de gestión de 2012 y el plan de actuación para 2013.

Soria destaca el buen nivel de reservas para el verano

El ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, confía en que 2013 "sea un buen año turístico". Ha resaltado que "el nivel de reservas para la temporada de verano es consistente".

El ministro aboga por apoyar la diversificación de la oferta. Así, aunque reconoce que el Turismo "es el primer sector de nuestra economía fundamentalmente por el 'sol y playa'", defiende que "hay que tener en cuenta la creciente demanda de otros segmentos donde España tiene unos atractivos y fortalezas muy importantes", señalando el urbano, gastronómico y rural, entre otros. Destaca que "hay que ponerlos en valor y para ello el Plan Nacional e Integral de Turismo incluye medidas concretas para ir ganando en este tipo de segmentos".

Soria ha hecho estas declaraciones tras su intervención en la Conferencia Internacional de Turismo Asiático, en la que ha destacado que el Gobierno "está trabajando para



José Manuel Soria

favorecer el aumento de turistas asiáticos eliminando las principales barreras y potenciando nuestras fortalezas". Así, ha revelado que se pretende "aumentar la conectividad" con vuelos directos entre ambos puntos para, por ejemplo, unir ciudades como Tokio o Nueva Delhi con Madrid.

Respecto a los visados, señala que se está trabajando en coordinación con la Comisión Europea en el estudio de medidas que respeten los Acuerdos Schengen en lo relativo a su concesión. Además, su departamento está dialogando con el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación para agilizar la emisión de visados en las plantas consulares españolas a través del refuerzo de la plantilla o la externalización de los servicios. Por último, señala que "se está en estrecha cooperación con operadores para poner en común las necesidades que puedan tener y formar e informar sobre los procedimientos a seguir".

El número de agencias con licencia IATA se ha reducido casi a la mitad desde 2009

En 2012 hubo 98 'defaults' al BSP de unos cinco millones de euros, un 14% menos que en 2011

El número de agencias de viajes con licencia IATA continúa cayendo a un ritmo vertiginoso. Según datos a los que ha tenido acceso NEXOTUR, a día de hoy a

3.965 puntos de venta acreditados para la distribución aérea vía BSP, frente a los 7.437 que había en el año 2009, lo que supone un descenso del 46,6%.

Las agencias de viajes españolas con licencia de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) se reducen de forma drástica en nuestro mercado español. La crisis que afecta al Sector, que sigue sufriendo el cierre de oficinas, sumado al endurecimiento de los requisitos por parte del lobby aéreo, ha provocado que en la actualidad tan solo 3.965 puntos de venta (1.412 casas centrales) cuenten con la citada licencia.

De este modo, paralelamente al crecimiento de otras formas de contratación de producto aéreo por parte de las agencias de viajes, como el caso de los consolidadores (su producción aumentó un 40% en 2011, alcanzando los 200 millones), el nú-



Javier Valdés

mero de agencias acreditadas por IATA prosigue con su caída. Así, en comparación con 2009, año en el que se alcanzó la cifra de 7.437 oficinas, se ha experimentado un descenso del 46,6% (casi 3.500 puntos de venta menos).

Atendiendo a los datos de 2012, el número de defaults ha sido ligeramente superior que en 2011, aunque el importe de los mismos se ha reducido. En el último año 98 puntos de venta no han liquidado el importe correspondiente a través del BSP, frente a los 91 del ejercicio anterior. Si bien en 2012 la cuantía total de estos impagos ha ascendido a algo más de 5,3 millones de euros, de los cuales 840.800 estaban avalados, mientras que en 2011 se superaron los 6,2 mi-

llones de euros, por lo que se ha producido una disminución del 13,9%.

Sin embargo, pese a que en los últimos años el importe de los impagos se ha ido atenuando, en 2013 volverá a registrarse un significativo incremento por el cierre del grupo Orizonia, más concretamente de su red minorista Vibo. Cabe recordar que el grupo turístico, que según fuentes consultadas por NEXOTUR carecía de avales, cesó operaciones adeudando a IATA unos 16 millones de euros, cantidad que supera a la suma total de los dos últimos años.

En los datos de 2012 también se observa un ligero recorte en el porcentaje que estos defaults suponen en las ventas totales de las aerolíneas IATA, que en 2012 se han situado en 2.304,2 millones de euros. Así, se ha pasado del 0,24% de 2011 al 0,23%.

IAG controlará más del 90% de las acciones de Vueling, que se integrará en el grupo como aerolínea independiente

Walsh: 'Planeamos mantener el modelo de negocio de Vueling y su estructura, además de su base en Barcelona'

Vueling pasará a formar parte de IAG. La gran mayoría de sus accionistas han aceptado la oferta del grupo aéreo, por lo que se integrará como una aerolínea independiente. Para el presiden-

te de Vueling, Josep Piqué, la operación "ofrece importantes oportunidades de crecimiento". Tras la adquisición, cuyo importe asciende a 123,5 millones de euros, Vueling será una

compañía aérea independiente dentro de IAG y su consejero delegado, Alex Cruz, reportará al consejero delegado de IAG, Willie Walsh. La operación se completará dentro de un año.

International Airlines Group (IAG) alcanzará una participación del 90,51% del capital de Vueling. Según ha informado el holding a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), la mayoría de sus accionistas han aceptado su oferta pública de adquisición (9,25 euros por título), tras la recomendación de su consejo de administración. En concreto, excluyendo el 48,85% de las acciones que ya posea Iberia, la propuesta de IAG por el resto ha contado con el visto bueno del 82,48% de los accionistas. Por lo tanto, el grupo aéreo será titular del 90,51% de Vueling.

Tras la adquisición de la aerolínea, cuyo importe asciende a 123,5 millones de euros, Vueling será una compañía aérea independiente den-

tro del holding IAG y su consejero delegado, Alex Cruz, reportará al consejero delegado de IAG, Willie Walsh. La operación se completará dentro de un año, exactamente el 26 de abril de 2014.

Fortaleza financiera

Según destaca Walsh, "Vueling es una gran aerolínea y su incorporación a IAG será bienvenida, donde se beneficiará de la fortaleza financiera del grupo". Asimismo, revela que "planeamos mantener el actual modelo de negocio de Vueling y su estructura de gestión, además de su fuerte base en Barcelona".

Por su parte, el presidente de la aerolínea de 'bajo coste', Josep Piqué, recuerda que el pasado 9 de

abril el consejo de administración "consideró que el precio ofrecido era justo". "Pero, más importante aún, dijimos que la plena integración de Vueling en la estructura de IAG ofrece importantes oportunidades estratégicas de crecimiento y desarrollo futuros", señala.

En este sentido, afirma que "hoy no puedo más que reiterar esa opinión", mostrándose convencido de que la aerolínea "mantendrá el dinamismo, el espíritu innovador y la competitividad que son la base de su éxito". "Esos atributos, junto a una reforzada presencia en el grupo IAG, nos permitirán en esta nueva etapa que sigamos creciendo y consolidándonos como un referente único en la aviación comercial europea", sentencia.



Vueling mantendrá su base en el aeropuerto de Barcelona-El Prat.

Iberia estaría dispuesta a dejar sin efecto rebaja salarial adicional

La dirección de Iberia ha propuesto a los sindicatos retomar las negociaciones de productividad y continuar con las mismas más allá de los plazos estipulados por el mediador, que terminaron el 15 de abril sin acuerdo. Para la aerolínea, alcanzar estos acuerdos "es prioritario" para garantizar su viabilidad. Además, entiende que también "es mejor para los propios empleados, cuya rebaja salarial en ese caso sería menor de la que se va a aplicar ahora".

Pullmantur quiere contribuir a la formación de los agentes

Pullmantur reforzará este año su apuesta por la formación y especialización de los agentes con diversas acciones en España y Portugal. Destaca la organización de un viaje de familiarización a bordo de su buque insignia, el Sovereign, buscando acercar la experiencia de sus cruceros. Con esta y otras iniciativas busca "convertir a los profesionales del Turismo en auténticos expertos en el sector de cruceros y en los mejores prescriptores de este producto vacacional en el mercado".

José Luis Muñoz es reelegido presidente de Europa Viajes en asamblea extraordinaria

‘Consolidar y afianzar el proyecto de Ceus es uno de mis grandes objetivos’, destaca

Muñoz permanecerá cuatro años más como presidente de Europa Viajes, tras haber conseguido 114 votos en la última asamblea extraordinaria celebrada, frente a los 57 de

Rafael Calderón. En declaraciones a NEXOTUR, se ha mostrado "muy satisfecho", marcándose como reto "dar continuidad" a los proyectos emprendidos.

José Luis Muñoz prolongará cuatro años más su mandato en Europa Viajes, puesto al que accedió en mayo de 2009 en sustitución de José Francisco Santana. En una asamblea extraordinaria celebrada este fin de semana en Madrid, su candidatura ha obtenido un



José Luis Muñoz

amplio respaldo de los asociados del Grupo comercial, con un total de 114 votos, frente a los 54 de Rafael Calderón.

Tras su reelección, Muñoz ha confirmado a NEXOTUR que su

principal objetivo es "dar continuidad al trabajo que hemos venido desempeñando". Así, explica que un "reto primordial" es "consolidar y afianzar el proyecto de Ceus", ya que "es lo único que nos puede salvar de la situación actual". En este sentido, pretende "implantar la marca única de Ceus".

Más producto propio

Por otro lado, José Luis Muñoz ha señalado a este periódico que tam-

bién se dedicará especial atención a la mejora del 'portal' Mixviajes, lanzado recientemente y con el que Europa Viajes pretende llegar al cliente final. Asimismo, José Luis Muñoz revela que en esta nueva etapa "queremos hacernos más fuertes trabajando con producto propio, visto el resultado que tenemos con las mayoristas".

Como conclusión, el presidente del Grupo comercial, "muy satisfecho" con el resultado, ha dado las gracias al otro candidato, Rafael Calderón. Como señala, "por presentarse, ya que esto demuestra que Europa Viajes está más que vivo".

La facturación del Sector crece un 7% durante febrero

Las agencias de viajes aumentan sus ventas en febrero, poniendo fin a un periodo de cinco meses negativos. Según el INE, la cifra de negocio de minoristas y turoperadores ha crecido un 7,4% respecto a enero. No obstante, la facturación es un 16% inferior a la alcanzada en febrero del año anterior.

Las ventas de las agencias de viajes y turoperadores experimentan un incremento mensual del 7,4% en febrero, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Esta variación contrasta con la registrada en el periodo comprendido entre septiembre de 2012 y enero de 2013, en el que su cifra de negocio ha caído más de un 20% de media al mes.

Descenso interanual

De este modo, es necesario remontarse a agosto del año pasado para observar otra tendencia favorable, concretamente un aumento mensual del 4,5%. La evolución negativa de estos últimos meses provoca que en comparación con febrero de 2012, la facturación de agencias de viajes y turoperadores sea un 16% inferior, a pesar del avance que se ha producido en dicho mes.



Se habían registrado fuertes caídas.

Del resto de subsectores turísticos, el que mejor evoluciona en febrero de este año es el alojamiento, con un incremento del 12,6% respecto a enero. No obstante, la cifra de negocio de esta rama de actividad decrece un 4,8% en comparación con febrero de 2012.

De los diferentes medios de transporte, tanto el ferrocarril como el marítimo experimentan crecimientos mensuales del 8,2% y 7,7%, respectivamente, lo que no evita que registren descensos interanuales del 1,5% y 6,6%. Por su parte, la facturación de las compañías aéreas muestra un retroceso del 9,8% respecto a enero y del 13,6% respecto a febrero del año anterior.

ABTA combate el fraude en colaboración con la policía

La Asociación de Agencias de Viajes del Reino Unido (ABTA) ha desarrollado una campaña en colaboración con la policía para concienciar a los consumidores de los peligros de fraude que se pueden dar a la hora de reservar las vacaciones. En concreto, se preve que se darán consejos sobre cómo evitar convertirse en una víctima e instrucciones para utilizar métodos seguros de pago en Internet.

Asimismo, la Oficina de Fraude de la Policía pretende llevar a cabo una investigación para comprobar el número de estafas que se producen en la reserva de viajes, así como los casos más comunes de fraude que se llevan a cabo. Según ha explicado la portavoz de ABTA, Victoria Bacon, "los fraudes empañan la experiencia de los consumidores, lo que es perjudicial para nuestro Sector". Así, detalla que "la policía está cada vez más preocupada por estas cuestiones, por lo que la campaña tiene como objetivo educar a los ciudadanos sobre las tácticas comunes utilizadas por los estafadores y enseñarles lo que deben tener en cuenta a la hora de reservar sus vacaciones".



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

La edición de verano de los Salones TurNexo concluye en Bilbao, en su cita con los agentes de viajes vascos

Una edición más, los expositores han presentado sus principales novedades en productos para esta próxima temporada de verano

El Gran Hotel Domine de Bilbao acogía el pasado jueves 18 de abril el Salón TurNexo Euskadi, la última de las cinco ferias que organiza el Grupo NEXO. Esta edición de verano,

que ha contado con la participación de 50 expositores en total entre todas las convocatorias, ha permitido a los agentes establecer contactos comerciales con algunos de los prin-

cipales proveedores turísticos. La viceconsejera de Comercio y Turismo del Gobierno Vasco, Itziar Epalza, ha sido la encargada de inaugurar en Salón TurNexo Euskadi.



La viceconsejera de Comercio y Turismo del Gobierno Vasco, Itziar Epalza, ha procedido al tradicional corte de cinta para la inauguración del Salón TurNexoEuskadi.



Tras la inauguración del Salón que organiza el Grupo NEXO, Epalza ha recorrido todos los stands para conocer a los expositores y las novedades que presentaban en la feria.



Los agentes de viajes profesionales se han acercado hasta el Gran Hotel Domine de Bilbao para acudir al Salón TurNexoEuskadi, celebrado el pasado jueves 18 de abril.



Entre los proveedores turísticos que han acudido al Salón TurNexoEuskadi ha habido como compañías aéreas, mayoristas, aseguradoras, destinos y Organizaciones, entre otras.



Los profesionales turísticos que se han dado cita en este feria especializada han tenido la oportunidad de establecer contactos comerciales con los responsables de las empresas expositoras.



Los profesionales del Sector que se han acercado al Gran Hotel Domine de Bilbao al Salón TurNexoEuskadi también han podido disfrutar del intercambio de ideas con sus colegas.



Al recorrer todos los stands los agentes sellaban el pasaporte, que al rellenar completamente les ha servido para recoger a la salida el reloj con el que le obsequia la organización.



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

Agencias de viajes y turoperadores vuelven a crear empleo en marzo, con más de 1.000 altas

Las agencias de viajes y turoperadores vuelven a incrementar un mes más su número de empleados. Tal y como revela el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, marzo se ha cerrado con 49.441 agentes afiliados, lo que supone un 2,4% más (1.152 trabajadores) que en el mes anterior. Este aumento se suma al cosechado en febrero, cuando el número de trabajadores creció en 351 personas.

No obstante, esta evolución positiva no evita que la comparación interanual siga siendo negativa. De este modo, el mes de marzo ha concluido con 2.074 empleados menos que en el mismo mes del año anterior (-4%), cuando se alcanzaron los 51.515 trabajadores.

Esto se debe al severo ajuste que se produjo entre agosto de 2012 y enero de este año, periodo en el que

unos 6.500 profesionales perdieron su puesto de trabajo. En estos seis meses el Sector pasó de contar con 54.426 a 47.938 afiliados a la Seguridad Social, lo que supone un retroceso cercano al 12%.

Casi dos millones de personas

En lo que respecta al Turismo, el empleo experimenta en marzo un creci-

miento del 3,9% respecto al mes anterior, rozándose la cifra de 1,9 millones de trabajadores. Si bien en comparación con marzo de 2012 se produce un descenso del 0,7%. Según el tipo de contrato, los asalariados son los que mejor evolucionan, con un crecimiento mensual del 4,8%, hasta 1,4 millones. Por su parte, el empleo entre los autónomos aumenta un 1,1%, hasta los 453.488.



El empleo aumenta un 2,4%.

España puede crecer más en el Turismo de negocios

España es uno de los principales destinos turísticos del mundo y también lo es como destino de congresos y convenciones según diversos estudios internacionales. A pesar de ello, PwC asegura en su informe 'Temas candentes del Turismo para 2013. Soluciones innovadoras para retos ambiciosos' que todavía tiene diversas oportunidades a explotar para seguir creciendo en el Sector MICE.

"Una hipotética mejora de las perspectivas macroeconómicas a finales de este año nos hacen ser optimistas en cuanto al incremento del Turismo de convenciones respecto de los últimos ejercicios", afirman. "Es esperable que los directivos de las compañías entiendan que, tras cinco años de duros ajustes presupuestarios para convenciones, congresos y demás viajes de negocios, ha llegado el momento de volver a organizar este tipo de eventos, que son tan necesarios y ventajosos para su negocio", añaden.

El Turismo de convenciones se soporta en una base de infraestructuras y servicios complementarios (alojamiento, transporte, ocio,...), además de verse favorecido por la seguridad y estabilidad de un país. La inversión nacional realizada en infraestructuras capaces de dar cabida a empresas internacionales para celebrar sus congresos anuales o sus convenciones, ha sido muy significativa en los últimos años. Adicionalmente, España ocupa una posición de liderazgo en infraestructuras de transporte, siendo líder europeo en trenes de alta velocidad y en número de aeropuertos. Asimismo, cuenta con una red de carreteras vanguardistas óptima para la comunicación ágil y segura entre los aeropuertos y los destinos finales para la celebración de congresos.

Destino competitivo

"Alguno de los expertos entrevistados del sector apunta que sería positivo orientar algunas políticas públicas y privadas para alcanzar el objetivo común de volver a ser un destino competitivo", indica el estudio, añadiendo que "hay bastante consenso en el sector sobre la reducción de tasas aeroportuarias u hoteleras como vía para mejorar el posicionamiento precio de nuestra oferta".



~ «El empresariado turístico español, tiene en NEXOTUR y las Publicaciones y Eventos del Grupo NEXO, desde hace 25 años, los mejores soportes e instrumentos de trabajo».

Abel Matutes | Presidente de MESA DEL TURISMO

El precio del viaje organizado aumenta cerca de un 8% en marzo, siendo el segundo incremento consecutivo

El viaje combinado se encarece por segundo mes consecutivo. Según el INE, el precio de este producto aumenta un 7,8% en marzo en comparación con el mes anterior, en el que también subió un 2,4%. Esta tendencia contrasta con el significativo descenso del 10,1% que experimentó en enero.

El precio del 'paquete' turístico mantiene la tendencia alcista. Así lo revela el último informe del Insti-

tuto Nacional de Estadística (INE), que estima que dicho producto, comercializado en exclusiva por agencias de viajes y turoperadores, se ha encarecido en marzo un 7,8%. Se trata del segundo incremento mensual consecutivo, ya que en febrero registró un avance del 2,4%.

No obstante, el descenso del 10,1% que experimentó en enero provoca que en el periodo acumu-

lado el viaje combinado presente una tasa negativa del 0,7%. En lo que respecta a la comparativa interanual, el precio de este producto es un 7,2% superior al que tenía en marzo del ejercicio anterior.

Aumento en el sector hotelero

Profundizando en el apartado Turismo y hostelería, el Instituto Na-

cional de Estadística estima que los precios han crecido un 1,1% respecto al mes anterior y un 1,4% en comparación con marzo del año 2012. Dentro de este segmento analizado por el INE, los hoteles y otros alojamientos presentan un aumento mensual del 4,3% e interanual del 0,2%. Por su parte, los precios de restaurantes, bares y cafeterías se mantienen estables.

Analizando la evolución del Turismo y hostelería por Comunidades autónomas, todas ellas muestran incrementos mensuales y anuales. En la primera comparativa, los crecimientos van desde el 0,7% de Andalucía, Aragón y Canarias, al 1,5% de Navarra. Mientras tanto, en la interanual se observan tasas de entre el 0,7% (Andalucía) y el 2,1% (Cataluña).

España, destino preferido por los organizadores de reuniones asiáticas

España, Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y Suiza son los destinos más elegidos por los organizadores de reuniones asiáticas fuera de su continente, según un estudio de Reed Travel Exhibitions en el marco de la feria The China Incentive, Business Travel and Meetings Exhibition (CIBTM), que se celebrará del 2 al 4 de septiembre en Pekín. El director de la feria, Jeffrey Xu, ha comentado que "las perspectivas son muy positivas para el próximo año con casi dos tercios de los compradores asiáticos consultados por la organización que aumentarán su volumen de eventos respecto a los celebrados en los últimos 12 meses". "Además, el 72% predice la selección de nuevos de destinos durante el próximo año, un indicador muy positivo para las empresas europeas teniendo en cuenta su participación en la feria", añade.

Algunas compañías y entidades europeas ya han confirmado su asistencia a CIBTM 2013 como expositoras, por ejemplo el Madrid Convention Bureau, Turismo de Suiza y el Viena Convention Bureau. La directora general del Madrid Visitors & Convention Bureau, Mar de Miguel, ha explicado que "uno de los factores que decidió su participación en CIBTM por primera vez en 2012 fue el acceso que la feria ofrece para contactar con el Sector Turístico chino y las ventajas que podría proporcionar para Madrid como uno de los destinos líderes en el sector MICE en Europa".

"En términos de negocios, China es un mercado importante para Madrid, por ello consideramos que CIBTM 2013 será un evento muy importante para nosotros", ha destacado De Miguel. Asimismo, ha comentado que "estamos muy contentos con los contactos realizados en la feria el año pasado, que generaron negocios y permitieron el fortalecimiento de las relaciones entre los profesionales MICE de Madrid y los compradores chinos". Por su parte, la directora del Suiza Convention & Incentive Bureau, Barbara Steuri-Albrecht, ha señalado que "tuvieron un evento maravilloso en 2012, ya que todos los compradores chinos estaban muy interesados en hacer negocio". Fruto de este trabajo, "estamos recibiendo más grupos de incentivos", concluye.



25 años

~ «El "Rent-a-Car" tiene en los Agentes de Viajes un eficaz canal de distribución, y estos cuentan con NEXOTUR, como referente de la información profesional sectorial».

José Mª González | Consejero Delegado | EUROPCAR

La entrada de turistas con 'paquete' turístico cae casi un 5% hasta marzo

Favorecido por adelanto de la Semana Santa, el destino España ha concluido el primer trimestre del año con 9,4 millones de turistas, un 2,3% más que en 2012. No obstante, el uso del 'paquete' turístico, que había crecido en los últimos años, retrocede un 4,6%, representando el 29,4% de las entradas.

El uso del viaje combinado disminuye en el primer trimestre de 2013. A diferencia de los resultados obtenidos por esta forma de organización en los últimos años, con crecimientos del 12,2% y 3,6% en 2011 y 2012, respectivamente, su utilización ha caído un 4,6% en el inicio de este ejercicio, y ello pese al efecto positivo que debería haber tenido el adelanto de la Semana Santa a marzo. Según los datos publicados por el Instituto de Estudios Turísticos, España ha recibido 2,7 millones de visitantes con 'paquete' turístico, lo que supone el 29,4% del total.

Todo lo contrario ocurre con los turistas que han optado por otras formas de organización, cuya cifra asciende a 6,6 millones, un 5,5% más que en el primer trimestre de 2012. Gracias a ello, el destino España ha sido el punto de destino de un 2,3% más de viajeros internacionales, alcanzando los 9,4 millones.

En lo que respecta a marzo, de los 3,8 millones de turistas que han llegado al país (un 7,9% más), 2,7 millones no han contratado un viaje organizado, experimentando esta tipología un fuerte ascenso del 15,3% respecto al inicio de 2012. Mientras tanto, el uso del 'paquete' turístico disminuye en este mes un 6,2%, contabilizándose 1,1 millones de viajeros.

Alemania y Francia

Por mercados emisores, Reino Unido se mantiene como la principal potencia en el primer trimestre con 1,8 millones de turistas, un 0,7% menos que en 2012. Le siguen Alemania y Francia (ambos con unos 1,5 millones de viajeros), que experimentan avances del 3,7% y 11,4%, respectivamente. Destaca también el importante incremento registrado por los países nórdicos, lugar de origen de 1,1 millones de visitantes, un 11,8% más. Por su parte, Italia, Portugal y Países Bajos muestran una tendencia bien distinta, con descensos del 20,7%, 3,9% y 9,9%, respectivamente.

Según las Comunidades autónomas de destino, Canarias sigue ocupando la primera posición con 2,8 millones de turistas, a pesar de perder un 1,4% de visitantes respecto a los tres primeros meses del año anterior. A continuación están Cataluña con 2,3 millones, un 7,6% más; Andalucía con 1,1 millones, un 2,6% más; y la Comunidad de Madrid con 930.000, un 3% menos.

Cierran el ranking de los destinos más visitados Comunidad Valenciana con 816.000, lo que supone un crecimiento del 7,7%, y Baleares con 547.000, un 10,9% más. El resto de Comunidades autóno-

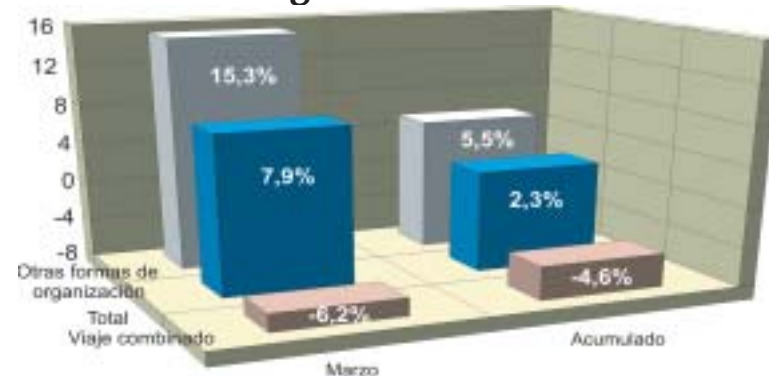
mas han recibido 841.000 turistas internacionales, experimentando un descenso interanual del 3,3%.

Analizando el medio de transporte utilizado, el avión mantiene su dominio con 7,6 millones de turistas (el 81,5% del total), registrando un avance del 1,5% respecto al primer trimestre de 2012. Por detrás está la carretera con cerca de 1,6 millones de viajeros, un 9,1% más, mientras

que el resto de medios de transporte pierden un 19,9% de usuarios, superando tímidamente los 150.000.


Según el alojamiento, el hotelero sigue teniendo un peso fundamental, y es elegido por el 65% de los turistas (más de seis millones), lo que implica un incremento del 0,9%. Por su parte, los establecimientos no hoteleros rozan los 3,3 millones de viajeros, un 5% más que en 2012.

Llegada de turistas



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR



~ «Entre lo hitos protagonizados por NEXOTUR, destaca el impulso dado a los Grupos Comerciales de Agencias con la “Declaración de la Gome-
ra” que llevó a la fundación de AGRUPA».

Agustín Lamana | Presidente de Unión CEUS

Certificación ISO 9001 de Aenor para Amadeus

Aenor ha certificado con la distinción ISO 9001 al área de servicio al cliente de Amadeus España. En concreto, los departamentos certificados son los de apoyo a agencias (recepción y resolución de dudas y quejas), formación (diseño e impartición de cursos) y operaciones (solicitud y gestión de productos). La auditoría previa ha estudiado los protocolos o los plazos de respuesta, entre otras cosas.

Los eventos serán cada vez más sostenibles

Los eventos serán cada vez más sostenibles, tal como vaticina el 82% de los profesionales del sector consultados por Ephymera Sostenibilidad. "Una tendencia que se irá incrementando en los próximos años", según refleja en el estudio 'Eventos Sostenibles en España. Presente y futuro'. Concluye que la capacidad de las organizadoras de aplicar la sostenibilidad mejorará en el corto plazo.

Ayuntamiento de Murcia se incorpora al SICTED

El Ayuntamiento de Murcia se ha sumado al Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos (SICTED), por lo que un centenar de establecimientos y servicios del municipio también. Entre ellos se encuentran la Oficina de Congresos del Ayuntamiento, empresas OPC locales y el Centro de Congresos Víctor Villegas. El distintivo ofrece la posibilidad de implantar un sistema de calidad.

El Turismo de negocios crece en Sitges en 2012

El Turismo de negocios ha dejado en Sitges un impacto económico de 32,5 millones de euros en 2012, según el Sitges Convention Bureau (Sitges CB), gracias a las 605 reuniones celebradas con más de 36.500 delegados, que han generado más 61.000 pernoctaciones. Destaca la estancia media de los delegados, que se ha incrementado de 2,47 a 2,67 días.

Canarias quiere reforzar la oferta complementaria al 'sol y playa'

Promotur Turismo de Canarias dedicará especial protagonismo en sus acciones de promoción a la difusión de las actividades y experiencias que complementan la oferta de 'sol y playa'. Así lo recoge el Plan de Marketing para 2013, presentado por el viceconsejero de Turismo de Canarias, Ricardo Fernández, a los miembros del Consejo Canario de Turismo.



Ricardo Fernández

Esta estrategia tiene como elemento principal "la revitalización que debe distinguir a Canarias del resto de destinos competidores", prosigue. "Entendemos por revitalización", explica el viceconsejero de Turismo, "la acción de recargar pilas física y emocionalmente para afrontar la vida con ánimos renovados".

Para Fernández, "resulta incuestionable que el producto 'sol y playa' no corre ningún riesgo de desaparecer, sin embargo, el modelo tradicional de 'sol y playa' debe evolucionar igual que lo está haciendo nuestro turista, con un enfoque más abierto". "Un nuevo 'sol y playa' que integra y estructura una amplia oferta complementaria en torno a su propuesta principal", añade, a la vez que subraya que "existe un gran futuro para un nuevo concepto del Turismo de 'sol y playa' que integre una oferta innovadora vinculada a la naturaleza y el ocio", concluye.

Según el titular de Turismo, dicho plan, presentado con anterioridad a los cabildos insulares y a las Organizaciones empresariales del Sector, "apuesta principalmente por un nuevo concepto 'sol y playa' y por un marketing más innovador". Con esta iniciativa, dotada con 16 millones de euros, "hemos puesto en marcha toda una revolución en la forma de promocionar Canarias, tras un duro y exigente trabajo interno que comenzó con el Plan Estratégico Promocional de las Islas Canarias", resalta Fernández.

ACAV califica de insólita la sentencia sobre el caso de la huelga de los controladores

Se rechaza la responsabilidad patrimonial de AENA por la huelga de controladores

La Audiencia Nacional ha rechazado la responsabilidad patrimonial de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) por los perjuicios derivados del cierre del

espacio aéreo por la huelga de controladores de diciembre de 2010. Ratifica así la sentencia del Juzgado Central número 1 por la demanda de Viatges Panorama Cultural.

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes (ACAV) considera que la sentencia de la Audiencia Nacional que rechaza la responsabilidad patrimonial de AENA por la huelga de controladores de 2010 supone "un insólito y peligroso precedente". A su juicio, "al amparo de esta sentencia se deja a los ciudadanos totalmente indefensos ante cualquier acción".

La Asociación que preside Francisco Carnerero no comparte la consideración de los jueces de que el conflicto de diciembre de 2010 fue "imprevisible e inevitable", al entender que no se dan los supuestos de "ajenidad o exterioridad necesarios". Asimismo, recuerda que en los mismos términos se manifestaron



Francisco Carnerero

otros órganos jurisdiccionales, como el Juzgado de Instrucción nº 7 (sentencias de fecha 12 julio de 2012 y 12 de febrero de 2013), que ya condenaron a AENA por los daños y perjuicios sufridos por agencias de viajes.

ACAV también destaca que la Audiencia "olvida que todo ciudadano tiene derecho a reclamar frente a la Administración por cualquier daño que mediante dolo, culpa o negligencia, pueda causar el personal a su servicio". Así, señala que una vez indemnizados los particulares, "dicha Administración contrae la correlativa obligación de exigir a los empleados públicos responsables del daño causado, el resarcimiento de la cantidad anticipada".

Para la Asociación, con esta sentencia se daría la paradoja de que un ciudadano tendría derecho a obtener una indemnización como consecuencia de la prestación deficiente por parte de los empleados públicos y, en cambio, no tendría tal derecho si los daños se producen por el abandono y no prestación del servicio al que todo ciudadano tiene derecho después de haber pagado el precio correspondiente. Por tanto, afirma que "se deja a los ciudadanos totalmente indefensos ante cualquier atropello en forma de huelga salvaje que pueda venir por parte de los empleados públicos y se permite la impunidad de los controladores aéreos en casos de abandono masivo premeditado y doloso de sus puestos de trabajo". Por tanto, confía en que la Audiencia Nacional "modifique en breve su criterio" de cara al resto de las reclamaciones.

Los aeropuertos españoles han perdido más de 16 millones de pasajeros desde el comienzo de la crisis económica

Barajas ha visto reducido en casi siete millones su número de viajeros en cinco años, cerrando 2012 con 45 millones

La red de Aena Aeropuertos ha sufrido un descenso de pasajeros cercano al 8% desde el inicio de la crisis económica. A pesar de que tanto en 2010 como en 2011 el tráfico ha mejora-

do, en los últimos cinco años los aeropuertos nacionales han perdido 16,3 millones de usuarios, concluyendo 2012 con 194,2 millones. Más drástica ha sido la reducción de opera-

ciones de las compañías aéreas que operan en el mercado español. Según los datos de Aena Aeropuertos, en los últimos cinco años se han reducido un 23% (casi 600.000 menos).

La debilidad del consumo nacional, sumada a la alta competencia del AVE en el mercado doméstico, ha pasado factura a la red de Aena Aeropuertos, que desde que comenzó la crisis económica ha perdido un total de 16,3 millones de pasajeros. Según los datos del gestor aeroportuario, 2012 se cerró con 194,2 millones de viajeros, lo que supone un descenso del 7,7% respecto a 2007, cuando se alcanzaron los 210,5 millones de usuarios.

No obstante, la evolución del tráfico de pasajeros aéreos ha sido dispar según el ejercicio. Mientras que en 2008 y 2009 los aeropuertos nacionales experimentaron descensos del 2,4% y 9,4%, en los dos años posteriores se produjeron incrementos del 2,8% (2010) y 6%

(2011), lo que permitió superar en 2011 los 204 millones de viajeros, tan solo seis millones menos que en 2007. Si bien en 2012 ha vuelto la tendencia negativa, con un retroceso del 5% respecto al ejercicio anterior. Asimismo, 2013 ha arrancado con fuertes descensos del 9,1% en enero y del 10,2% en febrer, y, según previsiones del director de Navegación Aérea, Ignacio González, en el cómputo global del año la caída podría rondar el 6%.

Por aeropuertos, el que más ha sufrido los efectos de la coyuntura económica adversa es Barajas, cuyas instalaciones han cerrado 2012 con 45 millones de usuarios, 6,9 millones menos (-13,3%) que en 2007, año en el que superó los 52 millones de pasajeros. Por su parte, por El Prat han

pasado 35 millones de viajeros a lo largo de 2012, 2,2 millones menos (-7,5%) que cinco años antes.

Supresión de operaciones

Más drástica aún ha sido la reducción de operaciones de las compañías aéreas que operan en el mercado español. Según los datos de Aena Aeropuertos, en los últimos cinco años se han reducido un 23% (casi 600.000 menos), pasando de 2,5 millones en 2007 a 1,9 millones en 2012. El número de vuelos ha experimentado retrocesos todos los ejercicios, excepto en 2011, cuando registró un tímido avance del 1%. Las caídas más significativas corresponden a 2009, con un 10,4% menos de operaciones, y a 2012 (año en el que se



Los vuelos operados han pasado de 2,5 millones en 2007 a 1,9 millones en 2012.

produjo el cese de operaciones de Spanair), con un 10,1%.

En el caso de Barajas, las operaciones han descendido un 22,8% en estos cinco años (110.000 menos),

pasando de 352.501 a 373.185. Mientras tanto, El Prat ha cerrado 2012 con 290.004 vuelos, lo que supone un retroceso del 17,6% respecto a 2007, cuando superó los 352.000.

Marriott ofrece reserva 'online' a las agencias



La web actual de Marriott, con una presentación renovada, sigue siendo un sistema muy completo para la gestión de reservas de sus hoteles desde las agencias de viajes, incluyendo nuevas versiones por país, la española en castellano.

Reserva para el cliente final en la 'web' de Hife



El Grupo Hife presenta una página de correcto diseño en la que ofrece información sobre la empresa y sus servicios de transporte terrestre, además de la gestión de reservas de billetes, hoteles y entradas a PortAventura (no válida para las agencias).

Un planificador de viajes en la página de Andorra



La nueva versión de la web de Turismo de Andorra mantiene, con un nuevo diseño y estructura, el alto nivel de información de la versión anterior, ofreciendo además un útil planificador de viajes, aunque sigue sin gestionar reservas.

Fextur presenta Turismo Rural en Extremadura



Fextur presenta una nueva página en Internet en la que ofrece una completa información sobre los alojamientos rurales y otros servicios turísticos en Extremadura, indicando aquellos que permiten solicitar las reservas *on request*.



El 'portal' permite a los clientes hacer seguimiento de la reserva.

Europa Viajes lanza para sus agencias el 'portal' Mixviajes

El Grupo Europa Viajes ha lanzado la web www.mixviajes.com. El 'portal', con el que se pretende llegar al cliente final, incluye un motor propio de cruceros, así como los productos de algunas de las principales mayoristas del mercado.

Además, también cuenta con los motores de vuelo, coches y hoteles de Ceus, alianza empresarial a la que pertenece Europa Viajes. Según ha podido saber NEXOTUR, las reservas y solicitudes de presupuesto y contacto irán rotando de manera equitati-

va entre todos los asociados al grupo comercial a través de un programa informático interno.

La página tiene un sistema de gestión interna, gracias al cual se pueden configurar descuentos, suplementos, activar o desactivar operadores o gestionar las reservas de los clientes. También ofrece al cliente la posibilidad de hacer seguimiento de su reserva. Próximamente se incluirá más producto, además de los pagos aplazados y un sistema de descuentos para colectivos.

Bookassist lanza una herramienta para que el hotel mejore margen de beneficios

Redistribuye automáticamente la disponibilidad de cada canal con cada reserva

Bookassist ha lanzado Distribution Manager, diseñado para que los hoteleros puedan gestionar su estrategia online a través de una única herramienta de redistribución inteligente que permite obtener un alto margen de beneficio por cada reserva. Desde la empresa internacional de tecnología y estrategia online para hoteles afirman que los *channel managers* tradicionales ofrecen comodidad para la gestión de múltiples canales desde una interfaz fácil de usar. Pero generalmente éstos son indiferentes y no se preocupan en qué canales venden los hoteles. No son más que *software* creados para hacer la distribución más conveniente sin tener en cuenta los márgenes de beneficio.

"Centrarse en el *revenue* a costa de los márgenes de beneficio no tiene sentido", insiste el director general de

Bookassist, Des O' Mahony. "Nuestro objetivo principal es la optimización de los márgenes de beneficio de los hoteles y todo lo que hacemos se centra en lograrlo".

La "disponibilidad inteligente" de Distribution Manager a través de todos los canales asegura que se pueda manejar la estrategia del hotel en cada canal de forma individual y específica en lugar de agrupar toda la disponibilidad en una única "cesta" donde se pierde por completo el control de los márgenes de beneficio. La estrategia de Bookassist redistribuye automáticamente la disponibilidad de cada canal cada vez que se recibe una reserva, cerrando los canales menos importantes, generalmente los que menores márgenes de beneficio aportan, y favoreciendo los principales canales con mayores márgenes, a



Tiene una conectividad 'two-way'.

medida que la disponibilidad se va reduciendo. "Nuestro sistema hará la redistribución de forma automática, de manera que aunque la disponibilidad del hotel esté cambiando constante y rápidamente, el hotel no va a perder la oportunidad de obtener mayores márgenes de beneficio", explica.

Pursuit de Travel Loop ha superado los 200.000 alojamientos en todo el mundo

La compañía considera que la inversión en desarrollo tecnológico e innovación es la clave

Pursuit es la herramienta de autorreservas que ha desarrollado Travel Loop, para los viajes de empresa, y con la que ha conseguido superar los 20.000 aloja-

mientos en todo el mundo. En los tres años de vida, la compañía tecnológica ha logrado que el número de agencias operativas rebase las 1.400 reservas.

La empresa española Travel Loop, especializada en el desarrollo de soluciones tecnológicas para el Sector Turístico, ha dado a conocer su herramienta de autorreservas Pursuit, la más desarrollada en viajes de empresa, que ha conseguido superar los 200.000 alojamientos en todo el mundo. En apenas tres años de vida, la empresa ha conseguido que el número de agencias operativas rebase la cifra de 1.400 reservas. Asimismo, en este tiempo han superado la barrera de 1.500.000 transacciones, experimentando un crecimiento en las operaciones realizadas que se sitúa en torno al 60% en 2012, según datos de la propia compañía.

Dentro del segmento corporativo, Pursuit se sitúa como herramienta de referencia, contando con más de 1.000 empresas cliente-final y presentando una evolución constante que le ha permitido ser un producto certificado por los grandes grupos de gestión especializa-



Permite al agente de viajes realizar todo el proceso en poco tiempo.

dos en Business Travel, como GEBTA y Travel Advisors.

Pursuit Hoteles permite al agente de viajes o *travel manager* consultar la disponibilidad y realizar la reserva en poco tiempo, mostrando al cliente todas las posibilidades de múltiples proveedores en una sola pantalla y permitiendo ajustar los criterios a los presupuestos según sus preferencias

y acuerdos, destacando tanto las tarifas corporativas como las negociadas.

La herramienta tecnológica Pursuit incluye un comparador de hoteles, vuelos (regulares y *low cost*), *rent a car*, trenes, seguros y 'paquetes' vacacionales. Además, espera convertirse en un referente para las agencias especializadas con Pursuit Producto Propio.

Tripping desarrolla la figura del 'travel consultant'

Tripping, punto de encuentro online entre vendedores y compradores de viajes, ha creado coincidiendo con su primer año de actividad el primer directorio de agencias especializadas. Esta herramienta se ubica en la página web de Tripping y ofrece información sobre las agencias, las personas expertas y los destinos.

Paralelamente al lanzamiento de esta herramienta, Tripping también ha desarrollado la figura del *travel consultant*, que permite a los clientes encontrar el viaje a medida gracias a la orientación del agente. Con dicho sistema se pretende "poner cara a los verdaderos especialistas de la agencia para que el cliente reciba la mejor atención personalizada", informan.

Según destacan los impulsores de este *market place*, en su primer año operativo el 'portal' "ha conseguido crecer gracias a



El 'marketplace' cumple un año.

la unión de fuerzas, experiencia conjunta en el Sector y credibilidad en el proyecto". "Desde su nacimiento, Tripping ha sabido posicionarse como una plataforma online de calidad que se adapta a las necesidades y expectativas de los clientes más exigentes gracias a una oferta completa y diferenciada que aglutina todo tipo de viajes", concluyen.

Instrumentos de Trabajo

Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



NEXOTUR.com
AGENCIAS DE VIAJES
PERIÓDICO DIARIO ONLINE



CONEXO.net
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE



Nexobús.com
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE



NexoHotel.com
HOTELERÍA Y ALOJAMIENTO
PERIÓDICO DIARIO ONLINE



NEXOTUR
AGENCIAS DE VIAJES
PERIÓDICO SEMANAL (50 EDICIONES)



CONEXO
REUNIONES E INCENTIVOS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



Nexobús
TRANSPORTE DE PASAJEROS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



CEHAT
HOTELERÍA ESPAÑOLA
PERIÓDICO MENSUAL (10 EDICIONES)



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



EL NOTICIEROPC
ORGANIZADORES CONGRESOS
BIMESTRAL (6 EDICIONES)



destinomadrid
TURISMO DE MADRID
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)



Talonotel
RESERVAS DE HOTEL
PERIÓDICO QUINCENAL (24 EDICIONES)



NEXOTUR
DIRECTORIO DE AGENCIAS
ANUARIO (1 EDICIÓN)



NEXO HOTEL
PROVEEDORES DE HOTELES
ANUARIO (1 EDICIÓN)



RANKING
DE EMPRESAS TURÍSTICAS
PERIÓDICOS ANUALES (4 EDICIONES)



PROTAGONISTAS
DEL TURISMO EN ESPAÑA
PERIÓDICOS ANUALES (2 EDICIONES)



CIMET
CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO



Turnexo
SALÓN PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES



NexoBusiness
SALÓN DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS



BIBLIOTECA NEXOTUR
BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL

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

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



Nexotrans.com
TRANSPORTE DE MERCANCÍAS
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

NexoLog.com
LOGÍSTICA DE TRANSPORTE
PERIÓDICO DIARIO ONLINE

Nexotrans
TRANSPORTE DE MERCANCÍAS
PERIÓDICO SEMANAL (50 EDICIONES)

Nexocar
INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCIÓN
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



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

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

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

ALTA RELOJERÍA
RELOJERÍA DE ALTA GAMA
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



DOSSIER 66 GOLD&TIME
DE JOYERÍA ESPAÑOLA
MENSUAL (10 EDICIONES)

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

ART&VALUE
TASACIÓN DE ALHAJAS
MENSUAL (11 EDICIONES)

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

Obra Nueva
ENSEÑANZA DE JOYERÍA
MENSUAL (11 EDICIONES)

Cronometría
RELOJEROS DE VALENCIA
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)



VOLVO EN RUTA
TRANSPORTE MERCANCÍAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

Michelin Camión
TRANSPORTE MERCANCÍAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

PRODIAM
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y LAS PIEDRAS PRECIOSAS

FORO NEXOTIME
FORO ANUAL DE LA RELOJERÍA ESPAÑOLA

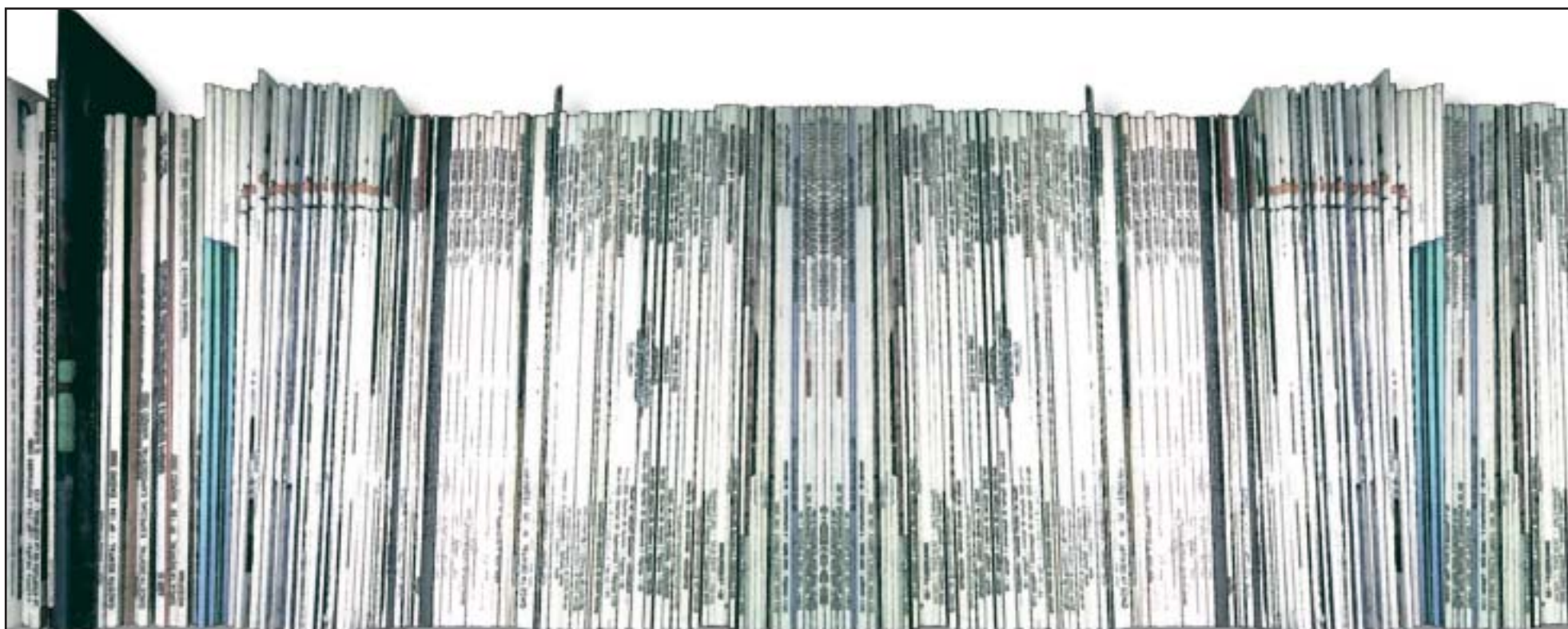
AEA
ENGASTADO DE JOYAS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEMPSA Joyería Pícora, s.a.
METALES PRECIOSOS
PERIÓDICO MENSUAL (11 EDICIONES)

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

NEXO
editores s.a.

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



Transferencia del conocimiento

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

publicaciones profesionales y generales

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

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

Most r a d o r

TUI Royal Vacaciones propone unas vacaciones por Europa desde circuitos básicos a programas de 'todo incluido'

Su nuevo monográfico de Turquía incluye una serie de combinados con Jordania, Uzbekistán o Dubái

El catálogo de Europa y el monográfico de Turquía son las dos recientes ediciones de TUI Royal Vacaciones para esta temporada de verano. El catálogo presenta una selección

de programas a Rusia, Europa Central, Países Bálticos, Escandinavia, Georgia y Armenia. El monográfico ha ampliado su programación y bajado los precios.

TUI Royal Vacaciones dispone ya de su nuevo catálogo de Europa, con una selección de programas a Rusia, Europa Central, Países Bálticos, Escandinavia, Georgia y Armenia. Incluye, entre otros programas, más de 60 circuitos con un amplio abanico de vuelos en línea regular y con salidas garantizadas para un mínimo de dos personas en la mayoría de ellos.

Ofrece desde circuitos básicos a programas 'todo incluido'. Con especial atención este año a Rusia, donde

se garantizan los trayectos internos en tren entre Moscú y San Petersburgo en cabinas dobles si es un tren nocturno, o en el tren de alta velocidad Sapsan en trayectos diurnos.

Entre las ventajas, descuentos del 10% para el primer niño entre dos y 11 años compartiendo habitación con dos adultos y del 5% para el segundo. O del 6% para una de las tres que viajan compartiendo habitación.

En el monográfico de Turquía, TUI Royal Vacaciones ha ampliado su pro-

gramación con salidas exclusivas y circuitos en regular en hoteles de cuatro estrellas. Toda la programación se basa en plazas garantizadas con Turkish Airlines. Incluye cuatro circuitos exclusivos con salidas garantizadas y confirmación inmediata. Presenta también combinados de Estambul con Jordania, Uzbekistán, Dubái y con playas de Turquía. Además, han bajado los precios con relación a la programación el año pasado.

✉ www.tuispain.travel



Detalles de las portadas de los catálogos de Europa y Turquía.

Pierre & Vacances elige 30 destinos en las costas de España y Portugal para su catálogo de verano

Propone escapadas de primavera y verano en apartamentos con amplio programa de actividades

El nuevo catálogo de Pierre & Vacances para este verano destaca por sus nuevos alojamientos, como la reciente apertura de Sevilla, así como por el paso de Pierre & Vacances Bonavista de Bonmont a Village Club.

Pierre & Vacances está distribuyendo el nuevo catálogo con las costas de España y Francia. En él se puede encontrar una selección de las 30 mejores propuestas para disfrutar de unas escapadas de primavera o verano en apartamentos vacacionales totalmente equipados, con servicios de hotel a medida y un amplio programa de actividades para todos.

Entre las novedades, destaca la reciente apertura de Sevilla, en el barrio de Triana, el paso de Pierre &

Vacances Bonavista de Bonmont a Village Club y la apertura en abril del complejo Pierre & Vacances Barcelona Santas. Se ha renovado Pierre & Vacances Villa Romana, en Tossa de Mar, y se ha ampliado la oferta de animaciones para niños y adultos y la nueva piscina de 120 metros cuadrados de Pierre & Vacances Village Club Terrazas Costa del Sol. También recoge el primer Premium del grupo en España, en Altea.

✉ www.pierrevacances.es



Bonavista de Bonmont se ha convertido en un Village Club.

Ya están disponibles las nuevas tarifas de Germanwings

La que como sus propios responsables llaman la "nueva Germanwings" continúa introduciendo novedades. Así, ya están disponibles en las agencias de viajes las nuevas tarifas Best y Smart para vuelos que se reserven para principios de julio en adelante. La tarifa más económica Basic está disponible en los canales de reservas online de Germanwings y Lufthansa. Las tres dentro de la Economy Class se sitúan desde los 33 euros de Basic, los 53 euros de Smart y los 199 euros de Best. La oferta incluye distintos servicios y paquetes.

Además, ya se han establecido todas las fechas para la migración de las rutas de Lufthansa hacia



Está prevista la migración de rutas.

Germanwings. Esto permitirá que el calendario de la nueva Germanwings se resuelva antes de lo previsto. También se ha intensificado la cooperación con el resto de compañías de la alianza de Lufthansa.

✉ www.germanwings.com

Disney Magic realizará dos escalas en el puerto de Málaga

Disney Cruise Line hará dos escalas en el puerto de Málaga con su buque Disney Magic el próximo año. Todas las instituciones turísticas malagueñas han destacado que este anuncio es una excelente noticia para Málaga, "ya que Disney es una compañía emblemática, cuyos pasajeros suelen ser familias con un alto poder adquisitivo". La compañía, que cuenta actualmente con cuatro buques, llegará a Málaga con el barco Disney Magic, gemelo del Disney Wonder, que fue diseñado para rendir homenaje a la gran era de los transatlánticos que cruzaban el océano para comunicar América y Europa. La naviera hará



Parará en mayo y septiembre.

escala en Málaga por primera vez en mayo de 2014, cuando llegará a la ciudad procedente de Puerto Cañaveral (Florida) y posteriormente en septiembre, cuando volverá a América desde Barcelona.

✉ www.disneycruise.disney.go.com

British Airways unirá Granada con Londres

A partir del 25 de julio, British Airways unirá Granada con Londres con cuatro vuelos semanales. Los vuelos entre el Aeropuerto Federico García Lorca y el Aeropuerto de London City serán operados con aviones Embraer 190 de 98 plazas los lunes, miércoles, viernes y domingos. Se mantendrán los vuelos todo el año, aunque previsiblemente las frecuencias bajarán a tres fuera de la temporada estival, suprimiendo la del domingo. Los lunes, miércoles y viernes saldrá de Londres a las 9.10 de la mañana, con llegada a las 12.50, de donde saldrán a las 13.35, con llegada a las 15.15. Los domingos 15.20-19.00 (Londres-Granada) y 19.40-21.20 (Granada-Londres).

✉ www.ba.com

Wizz Air lanza una ruta entre Girona y Bucarest

Wizz Air volará entre Girona y Bucarest a partir del 4 de junio. Con ello ya son dos destinos europeos los que se unen en vuelos directos con Girona: Kiev y, ahora, Bucarest. La nueva ruta operará dos veces por semana, los martes y sábados, con salida desde Girona a las 14:25 y desde Bucarest a las 11:40. Las previsiones apuntan a que esta ruta será utilizada por unas 30.000 personas en los primeros doce meses de operación. Los billetes, ya a la venta, parten de un precio de 27,99 euros la ida y 37,99 la vuelta; los viajeros que pertenezcan a Wizz Discount Club, ahorrarán 10 euros en cada trayecto.

✉ www.wizzair.com

■ Club NEXOTUR

Descuentos de hasta el 85% con ERV Europea Seguros de Viaje

ERV Europa Seguros de Viaje cuenta con una promoción especial exclusiva para los profesionales miembros del Club NEXOTUR. La compañía ofrece descuentos de hasta el 85% en determinados pro-

Club NEXOTUR

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

ductos y servicios. La póliza de viaje individual asciende a 75,89 euros, mientras que la familiar es de 138,96 euros. Para ampliar la información sobre esta oferta puede llamar al número de teléfono 91 344 17 37.

■ Fam Trip



Los profesionales han recorrido los diferentes municipios de la isla.

La Gomera recibe a agentes de Globalia

Dos grupos de agentes de viaje de Globalia han visitado La Gomera con el fin de conocer in situ los recursos turísticos para poder ofrecer una mejor información a sus clientes. En total, 60 profesionales del grupo turístico procedentes de Madrid, Barcelona, Valencia, Málaga y Sevilla, han recorrido los diferentes municipios de la isla, conociendo sus principales atractivos turísticos.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

8 29 de abril

José Ascaso, V. Órbita, Barcelona; Isabel Luna, V. Anluser, Pedrera; Francisco J. Hernández, V. Urci, Almería; Juan M. Mariño Baamonde, V. Testal, Noya; María Antonia Guillén, V. Pizarro, Cáceres; Alfredo Blanco, V. Cemo, Madrid; Juan Moreno, V. Pleamar, Madrid; Manuela Blanco, V. Corredoira, Noya; Francisca Orell, V. Siller, Puerto de Pollensa; Julia Llera Ruiz, V. Badajoz, Badajoz; Emma López, V. Adramar, Palma de Mallorca.

8 30 de abril

Amelia C. Vidal, V. Magerit, Madrid; Francisco Javier González, V. Allawra, Constantina; Mari Dugo Ortiz, V. One Way, Sant Boi de Llobregat; Susana Palomo, V. Getour, Fuenlabrada; Gema Rodríguez, V. MegaTour, Santander; Evelia Ferrus, V. Adramar, Palma de Mallorca; Sonia Pazos, V. Halcón, Betanzos; Ana López, V. Halcón.

8 1 de mayo

Clara Santos, V. Años Luz, Madrid; Silvia García, V. Hinterland, Sevilla; M^a Carmen Fondevila, V. Deza, Pontevedra; Eurne Ojanguren, V.

Bizkaia, Galdacano; Teresa Gómez, V. El Corte Inglés, Barcelona; Mónica Barrera, Solceuta, Málaga; Fina Puig, V. Blanda, Blanes; Ludi Rozas, V. Halcón, Gijón; Borja del Barco, V. Pineda, Madrid; Raúl García, V. Santander, Santander; Maite Balud, V. Mundival, Valencia; Gema Domínguez, Anglojet Cullutrat Travel, Madrid.

8 2 de mayo

Francisco Javier Díaz Durán, Viajes BCD Travel, Sevilla; Raquel Sevillano, Viajes Insigne, Gelves; Elena Vadillo, Viajes Itálica, Sevilla; Eduardo García, Viajes Fuentes, Sevilla; Raúl Canseco, Viajes Kasvall, Madrid; Noemí Ordoñez, Viajes Eire, Barcelona; César Álvarez, Viajes Serhs Hotels, Pineda de Mar; Antonio Jansa, Viajes Tecnic, Barcelona; M^a Cruz Cañas, Viajes Abelló, León; Judith Ramilo, Uie Viajes, Madrid; Cristina Mena, Viajes Vibilia, Valencia; Alessandra Vigliotti, Viajes Iltrida, Reus; José Iglesias, Viajes Otero, Cambados; Raul Canseco Lorenzo, Kasvall Tour, Madrid; Gema Domínguez, Anglojet Cultural Travel, Madrid; M^a Dolores

Martinez, Viajes Taifa, Denia; Inmaculada, Viajes Cid, Algeciras.

8 3 de mayo

Gloria Salazar, Viajes Baixas, Barcelona; Dionisio García Soto, Viajes Orange, Barcelona; Victoria Nieto López, Viajes Halcón, Cádiz; Coral Grajales, Viajes Iberia, Sevilla; Esperanza Barrera, Viajes Halcón, Teruel; Clara Castellón, Viajes Egartur, Tarrasa; Patricia Ameller Segi, Viajes Halcón, Mahon.

8 4 de mayo

Merry Casado, Viajes Autorama, Madrid; Xavier Monteys, El Corte Inglés, Barcelona; Hamido Hantout, Ardas Tours, Marbella; Frances Casulleras, Top Ski, Barcelona; Miguel Sánchez, Viajes Mercurio, Lorca; Marité Greciano, Viajes Invertour, Galapagar; Belén Lorente, Viajes Pinatar, Murcia; Ainoha Otero, Viajes Halcón, Hernani; Jacobo Gómez, Viajes Iberia, Gijón; Olalla Llopis, Viajes Zúñiga, Gandía.

8 5 de mayo

Adolfo Langa, Viajes Estivaltour, Huesca; Carmen Márquez, Viajes Circe, Pontevedra, Galicia.

Expertos en Consultoría de Transporte por Carretera

De Profesional a Profesional



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

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

Nexopublic

CONSULTING

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

Royal Caribbean comercializa ya los diferentes cruceros por Europa para la temporada de 2014

Barcelona, Venecia y Civitavecchia son los tres puertos de salida de los diferentes cruceros de Royal Caribbean

Royal Caribbean International ya tiene a la venta los billetes para los itinerarios de sus cruceros por Europa para 2014. Liberty of the Seas, Navigator of the Seas, Serenade of the

Seas y Splendour of the Seas realizarán diferentes trayectos de entre cuatro y 15 días de duración y con puertos de salida como Barcelona Venecia y Roma (Civitavecchia). La práctica

totalidad de los barcos ha sido revitalizada. A bordo, además de espacios completamente renovados, pueden encontrarse nuevas opciones gastronómicas de las que disfrutar.

En 2014, los barcos Liberty of the Seas, Navigator of the Seas, Serenade of the Seas y Splendour of the Seas de Royal Caribbean International realizarán diferentes itinerarios por el Mediterráneo. El Liberty of the Seas, con salida desde Barcelona, realizando cruceros de siete noches con escalas en Provenza (Marsella), Niza (Villefranche), Florencia / Pisa (La Spezia), Roma (Civitavecchia), y Nápoles-Capri. Además, realizará un crucero corto de cuatro noches el 14 de mayo, con escala en Niza y Florencia / Pisa. Quienes puedan disfrutar de vacaciones más largas, podrán optar por los dos viajes trasatlánticos de 13 noches que realizará: el 1 de mayo hacia Europa y el 26 de octubre de regreso a América.

Desde Barcelona también se podrán realizar cruceros más largos de mayo a agosto, de nueve a 12 noches, a bordo del Serenade of the Seas visitando Italia, las Islas Griegas y Turquía. A partir de septiem-

bre, el barco se trasladará a Venecia desde donde alternará cruceros de 10 noches por las Islas Griegas con otros de 11 noches visitando Grecia y Turquía, ideales para quienes quieran disfrutar de la tranquilidad de viajar en otoño. Además, al comienzo de la temporada, el Serenade of the Seas realizará un crucero trasatlántico de 16 noches desde Nueva Orleans hasta Barcelona.

Cruceros revitalizados

El Navigator of the Seas tendrá su base en Roma (Civitavecchia), desde donde realizará cruceros de siete noches recorriendo Sicilia (Messina), Atenas (El Pireo) y Chania (Souda), Creta y Éfeso (Kusadasi). Los pasajeros podrán embarcar también en Sicilia (Messina). Además, para quienes prefieran disfrutar de la navegación, el barco realizará un crucero trasatlántico de 15 noches desde

Galveston a Roma el 4 de mayo y otro desde Barcelona a Galveston el 9 de noviembre.

Por su parte, el Splendour of the Seas, con puerto base en Venecia durante toda la temporada, alternará itinerarios de siete noches por las Islas Griegas y Turquía. El barco llegará desde Sao Paulo, Brasil a Barcelona en un viaje de 14 noches que iniciará el 25 de abril, para comenzar su temporada. Desde Barcelona se dirigirá a Venecia en un crucero de 8 noches. El Splendour of the Seas concluirá su temporada en Europa con un crucero de siete noches desde Venecia a Barcelona el 15 de noviembre, antes de regresar a Sao Paulo el 22 de noviembre desde la Ciudad Condal.

La práctica totalidad de los barcos que estarán en el próximo 2014 en Europa, ha sido revitalizada. A bordo, además de espacios completamente renovados, pueden en-



Serenade of the Seas realizará cruceros de 12 noches de mayo a agosto.

contrarse nuevas opciones gastronómicas, muchas de ellas propias de los barcos de la clase Oasis de Royal Caribbean (los más grandes e innovadores del mundo) como Park Café, Boardwalk Dog

House y Rita's Cantina para un tempesti informal y otros con la sofisticación del Samba Grill, el nuevo Viking Crown Lounge, el oriental Izumi o el Chef's Table.

✉ www.royalcaribbean.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

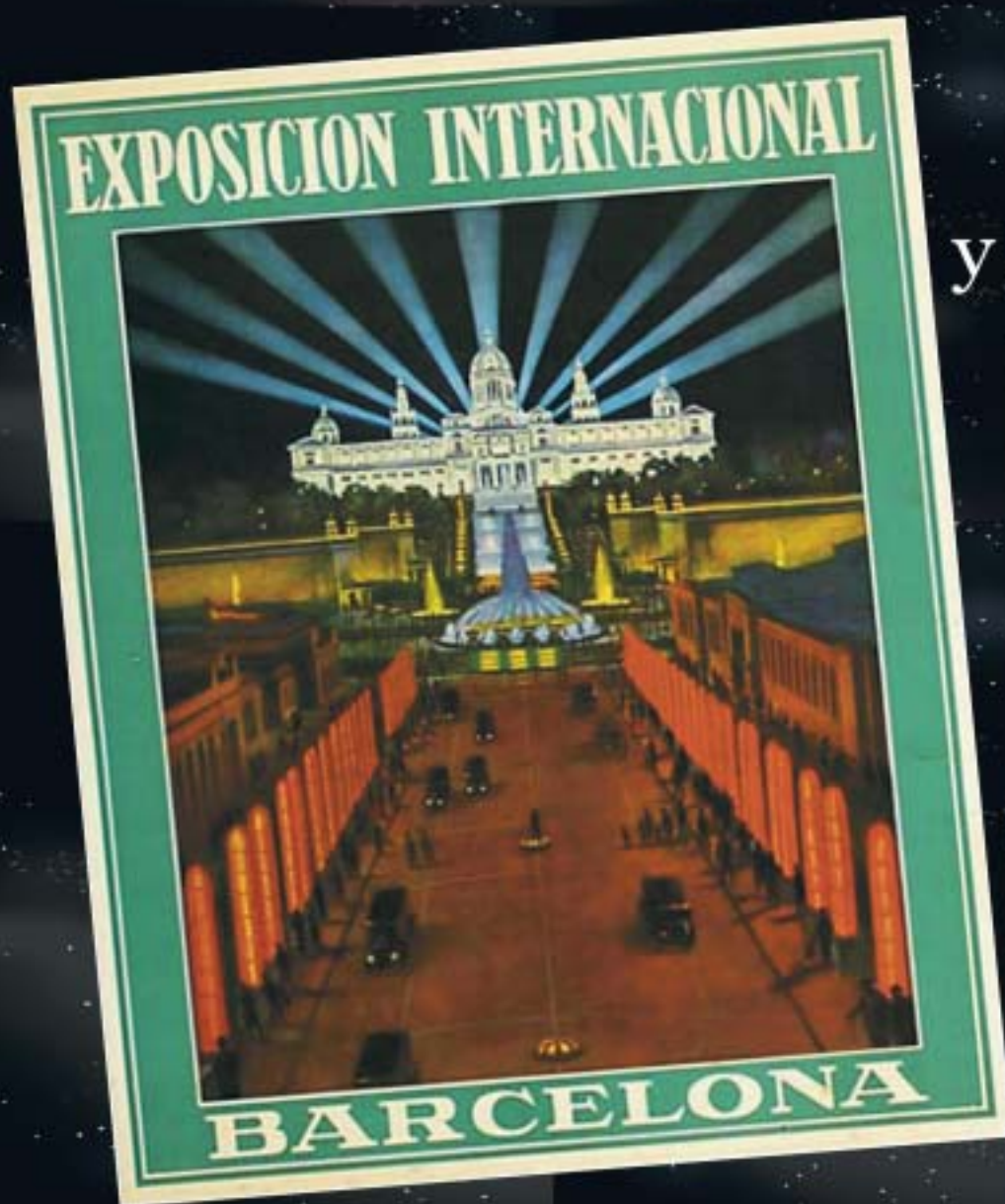
E-mail: atencion-clientes@nexotur.com / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid



De Profesional a Profesional



El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta
en **Conexo.net**

Diario *online* de Congresos,
Reuniones e Incentivos

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

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.deReserva de cada hotel	Tlf. de cada hotel en www.bestwestern.es
HOSTERÍAS REALES	50% de descuento sobre tarifa a Miembros del Club.	Para cualquiera de sus cinco hoteles en edificios históricos, excepto Semana Santa. Según disponibilidad.	31-12-2008	Eva Dpto. Reservas	☎ 902 20 20 10 ✉ 902 20 20 10
HOTELES MONTE	50% de descuento para miembro y acompañante en temporada baja y 25% en alta.	Hoteles de ciudad. Sujeto a disponibilidad. Descuento sobre tarifa oficial.	Abierto	Departamento Comercial	☎ 902 520 555 www.hotelesmonte.com
HUSA HOTELES	45% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 ✉ 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 ✉ 956 65 49 01
OCA HOTELS	50% de descuento a miembros del Club sobre tarifa (excepto Puente del Pilar).	Régimen de alojamiento y desayuno, en habitación doble. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Lalo Crespo	☎ 986 80 67 02 ✉ 986 72 78 79
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 ✉ 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo.	Valido excepto durante la celebración de ferias y congresos. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2009	Departamento Reservas	☎ 900 99 49 54 www.worldhotels.com
■ COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HERTZ	Descuentos 15% fin de semana, 10% resto semana (España), 5% Internacional, 22% furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es
■ HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO	30% de descuento sobre la tarifa oficial a miembros del Club y 15% a acompañante.	Según disponibilidad. Excluidas Semana Santa, Corpus y Fin de Año.	30-12-2009	Departamento de Reservas	☎ 925 26 91 00 ✉ 925 21 58 65
HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID	50% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Dirección del Hotel	☎ 964 44 34 76 ✉ 964 44 34 61
HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL	Sobre tarifa para miembros del Club y acompañante.	H. Doble o Dui (alojamiento y desayuno buffet), detalle de bienvenida y plaza de garaje 40,00 euros, I.V.A. incluido.	30-05-2009	Pedro Bellón	☎ 926 22 85 45 ✉ 926 22 86 18
■ SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ERVEUROPEASEGUROSDEVIAJE	85% de descuento sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de Viaje Póliza Especial Agentes. Mod. Individual: 82,04 euros. Mod. Familiar. 150,24 euros.	31-12-2013	Claudia Gonçalves	☎ 91 344 17 37 ✉ 91 457 93 02
INTERMUNDIAL SEGUROS	30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Un seguro incapacidad laboral temporal, para que tus ingresos no se reduzcan en caso de baja laboral.	1-07-2011	Rafael Palacios Dpto. Profesionales	☎ 902 90 97 37 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

Los hoteles españoles alcanzan un incremento del 4% en sus precios según el último Hotel Price Index

Los precios pagados por viajeros de todo el mundo crecen por encima de la media mundial situada en un 3%

El precio medio pagado por viajeros de todo el mundo por habitación y noche en los alojamientos hoteleros españoles se sitúa en 99 euros de media en

2012, según los datos del Hotel Price Index (HPI) publicado por Hoteles.com. De esta manera, han registrado un incremento del 4% en comparación

con el mismo periodo en 2011. Madrid y Barcelona muestran tendencias muy opuestas, en la primera desciende y en la segunda aumenta.

En 2012, se ha incrementado un 4% el precio medio por habitación y noche en los alojamientos españoles, según el HPI de Hoteles.com. Con una media de 99 euros, este significativo incremento sitúa a España por encima del crecimiento de la media mundial, que alcanza los 107 euros, un 3% más respecto a 2011. De este modo, los hoteles españoles consiguen invertir su tendencia de precios de estancamiento o crecimiento leve de los últimos años.

En el caso de España se observan dos tendencias enfrentadas, que han contribuido directamente al alza de sus tarifas hoteleras. Por un lado, 2012 se ha cerrado con un aumento del número de visitantes internacionales, mientras que también se ha producido un descenso del Turismo nacional, especialmente en las zonas regionales, lo que ha obligado al sector hotelero a flexibilizar sus precios.

Así, este 2012 ha registrado grandes incrementos en el territorio español. El mayor se ha alcanzado en Ibiza, donde los precios han aumentado un 29%, con 140 euros. San Sebastián ocupa el segundo puesto con el precio medio más alto, también 140 euros, un 7% más que en 2011.

Finalmente, Marbella es la tercera con un incremento del 3% hasta los 128 euros. Por el contrario, Murcia ha sido la región con el precio más bajo de toda España con 52 euros.

Tendencias enfrentadas

Las principales ciudades españolas presentan una tendencia opuesta en relación al precio medio. Madrid sufre un ligero descenso de un 1% hasta los 93 euros de media, por una falta de demanda del mercado nacional e italiano que tradicionalmente ha resultado clave. Además, la reducción del número de ferias en la ciudad también ha influido negativamente, al igual que la ligera subida en el precio de los billetes, que también mermó las escapadas a la capital durante todo el año.

Barcelona consigue reponerse a su difícil inicio de año, con índices bajos de ocupación, circunstancia que ha mermado las tarifas de los hoteles cinco estrellas de la capital catalana que se han visto obligados a reducir sus tarifas. No obstante, la segunda mitad de año ha logrado consolidarse como una de las ciudades con precios más elevados, con un incremento del 3% hasta los 124 euros.



Ibiza registra el mayor incremento del precio medio en 2012.

El descenso de precios protagonizado por Madrid también se ha producido en otras ciudades principales como Sevilla o Valencia, que han reducido en un 2% y 3%, respectivamente, su precio medio por habitación y noche. Las Islas Canarias han mantenido una tendencia positiva de precios durante 2012, especialmente en su último trimestre.

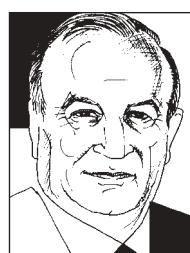
Los destinos costeros de nuestro país ha sido testigos de algunos de los mayores incrementos de toda Es-

paña. La Costa Dorada ha alcanzado importantes subidas de precio en zonas como Salou (14%) o Cambrils (13%), gracias en buena medida a la gran afluencia de mercados tradicionales como el británico, aunque también gracias a la significativa irrupción del Turismo ruso. Por su parte, la Costa Brava, con Lloret de Mar a la cabeza alcanzando un incremento del 10%, también registró una tendencia positiva de precios durante la temporada de verano.

Best Western, proveedora oficial de alojamiento de Harley Davidson

Best Western ha extendido el histórico acuerdo de colaboración que mantenía con Harley Davidson en Estados Unidos y Canadá a los hoteles del resto del mundo. Un acuerdo importante para la cadena, dado que Harley Davidson cuenta con un colectivo integrado por más de 2,5 millones de motoristas en el mundo.

La colaboración europea arranca con la elección de Best Western como proveedor oficial de alojamiento durante la celebración del 110 Aniversario de Harley Davidson que tiene lugar en 2013 en Roma y en otros destinos satélites. "El acuerdo de colaboración alcanzado entre Best Western y Harley Davidson incrementará notablemente la llegada de los motoristas y acompañantes afines a Harley Davidson a los hoteles de la cadena en todo el mundo, incluidos los de España y Portugal, donde este colectivo tiene una enorme presencia",



José Luis Diana

explica el director general de Best Western en España y Portugal, José Luis Diana.

Los miembros del colectivo de Harley Davidson (de los que el 70% utilizaron hoteles en los últimos 12 meses) pueden beneficiarse de bonificaciones y servicios a la medida en todos los hoteles de Best Western del mundo.

Entre otras cosas, los hoteles de Best Western pueden integrarse en el programa 'Rider Friendly Hotel' que facilita servicios personalizados a los miembros del colectivo Harley Davidson, con área de limpieza especial de sus motos y utensilios adecuados. La relevancia del colectivo de Harley Davidson para Best Western es tan significativa que en Norteamérica, por ejemplo, estos clientes tienen su propio programa de fidelización, Best Western Rewards, personalizado y denominado Best Western Ride Rewards.

Producto

Hotusa integra en su área de explotación el Eurostars Mijas, un cuatro estrellas

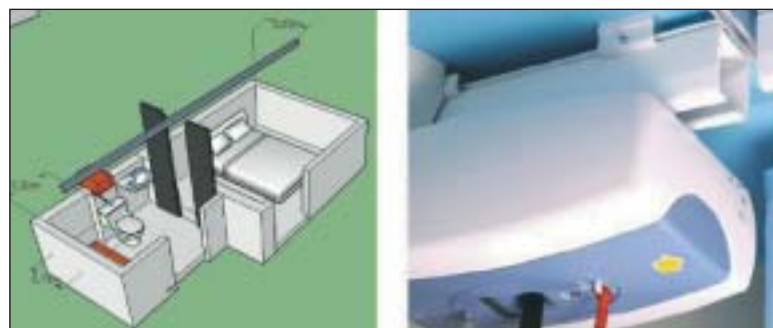
Grupo Hotusa ha incorporado un nuevo hotel en Málaga en régimen de arrendamiento, el Eurostars Mijas, al noroeste de la urbanización Mijas Golf. El establecimiento consta de 105 suites, algunas de ellas de hasta 156 m², dotadas de tres dormitorios y dos baños. Con esta nueva estructura, la cadena aumenta su oferta en Málaga, donde ya cuenta con el Eurostars Astoria, y suma así un total de nueve establecimientos en la región andaluza. Una parcela de 11.250 m² aloja el complejo, edificado en 2007 y reformado para su reciente apertura. El complejo incluye un centro Wellness & Spa, piscina exterior, gimnasio, jacuzzi exterior y aparcamiento cubierto.

El hotel Augusta Vallés se ha integrado en la cadena Mercure desde el 1 de mayo

Mercure estrena presencia en Cataluña con la incorporación desde el 1 de mayo de un nuevo establecimiento en régimen de franquicia: el hotel Augusta Vallés, que seguirá siendo gestionado por Diagonal Hotels bajo la marca Mercure. Con esta integración Diagonal Hotels consolidará el posicionamiento comercial nacional e internacional del hotel. El Augusta Vallés es un cuatro estrellas, situado en un emplazamiento natural con vistas sobre la comarca del Vallés Oriental, al lado del circuito de Montmeló. Dispone de 102 habitaciones, restaurante Transit con terraza exterior y espacios reservados, bar, seis salas de reuniones.

Hoteleros extremeños se muestran interesados en sistemas de automatización

El técnico de la empresa Delgado Sistemas, José Delgado, ha hablado en Don Benito de las posibilidades de los sistemas inmóticos ante la veintena de representantes del Sector Turístico extremeño que han participado en la jornada del Centro Demostrador de las TIC de Extremadura. Estos sistemas son capaces de automatizar el funcionamiento del equipamiento técnico de los establecimientos para aportar mejores niveles de bienestar y seguridad a sus clientes y conseguir ahorrar en la factura energética. Los asistentes, en su mayoría gerentes de hoteles, hostales, casas rurales, campings y balnearios, han podido incluso conocer *in situ* su funcionamiento.



El sistema está avalado con la certificación de garantía ADOM.

Majestic Hotel&Spa ha presentado la primera habitación hotelera tipo A

Majestic Hotel & Spa ha presentado la primera 'Habitación Hotelera Tipo A' de España, avalada con la certificación de garantía ADOM de servicio adaptado a personas con discapacidades severas. Es la primera vez que un hotel de nuestro país cuenta con una habitación de estas características, diseñada para personas con movilidad reducida, para ofrecerles mejoras y facilidades en su estancia sin cambiar la estética propia del hotel.

Algunas de las características que incorpora este tipo de habitación son: una grúa sobre la cama del dormitorio

que facilita al cliente la autonomía para entrar y salir de ella; una cama con movimientos autónomos que permite cambiar la posición del cliente durante la noche sin despertarlo; superficies adaptadas de acceso al baño o a la ducha; y control remoto de las medidas de confort como la altura del mobiliario, la intensidad de luz y temperatura, así como la apertura de puertas y ventanas, entre otros detalles. La nueva concluye la reforma integral del Majestic Hotel&Spa después de tres años de obras y una inversión de 25 millones de euros.

Cataluña crea el distintivo de 'especialidad hotel gastronómico' para establecimientos pequeños

Se debe contar con una oferta gastronómica representativa de la cocina catalana, entre otros requisitos

Cataluña ya cuenta con los requisitos técnicos necesarios para que los establecimientos hoteleros co menos de 50 habitaciones puedan op-

tar al distintivo de especialidad gastronómica. De esta manera se pretende llegar a un segmento turístico especializado con el fin de

gatanziar al cliente que la oferta turística elegida satisfará sus expectativas. Se no se alcanzan los mínimos, se incluirá un plan de mejora.

La Dirección General de Turismo de la Generalitat de Cataluña ha publicado los requisitos técnicos para los establecimientos hoteleros con menos de 50 habitaciones que opten al distintivo de especialidad gastronómica. De carácter voluntario, este distintivo persigue el impulso de los establecimientos de pequeño formato. Se pretende llegar así a un segmento turístico especializado, con el fin de garantizar al cliente que la oferta turística elegida satisfará sus expectativas.

La especialidad gastronómica se engloba dentro de un modelo turístico de calidad que quiere dar respuesta a las necesidades del Turismo actual y, al mismo tiempo, del propio país. De esta manera, se trata de conservar la personalidad, la identidad y los productos del territorio, darlos a conocer y ofrecerlos como un valor añadido.

Los principales ejes en los que se basa la especialidad son la gestión familiar y trato cercano; un alojamiento de calidad y confortable; una oferta gastronómica de calidad,

con gran representación de platos de cocina catalana elaborados con productos de proximidad, de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicación Geográfica Protegida; y una dinamización territorial a nivel económico y cultural.

El procedimiento

El proceso de obtención de la distinción de especialidad gastronómica se inicia con la solicitud de la persona titular del establecimiento hotelero, que debe estar debidamente inscrito en el Registro de Turismo de Cataluña. La solicitud, que deberá presentarse en la Oficina de Gestión Empresarial, debe ir a su vez acompañada de un cuestionario de evaluación que habrá rellenado el mismo titular.

Una vez esta documentación llegue a la Dirección General de Turismo se abrirá un expediente. El siguiente paso será la visita de un inspector al establecimiento para validar la información. Todo este material se presentará a la Comisión



Se pretende llegar así a un segmento turístico especializado.

Mixta de Evaluación que formulará un informe que dará paso a la propuesta de resolución. Esta será comunicada a la persona titular.

La propuesta de resolución puede confirmar que el establecimiento cumple los requisitos mínimos para poder optar a la especialidad o, si no se alcanzan los mínimos, incluirá un plan de mejora y un pla-

zo de ejecución de éste. Por último, mediante resolución, se otorgará la especialidad gastronómica al establecimiento y, de oficio, se inscribirá en el Registro de Turismo de Cataluña. El modelo de solicitud puede descargarse en el portal de la Generalitat, en el apartado "Especialidad gastronómica de establecimientos hoteleros".

Ashotel apuesta por mantener la moratoria turística, excepto para proyectos singulares

La asociación presenta sus alegaciones al proyecto de Ley de Moderni-

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel), apuesta por mantener la moratoria turística en Canarias, si bien considera

importante admitir cada cuatro o cinco años la puesta en marcha de proyectos singulares diferenciados del resto, que permitan abrir nuevos segmentos en la demanda.

Así lo han dejado claro el presidente y gerente, Jorge Marichal y Juan Pablo González, respectivamente, en los encuentros mantenidos estos dos últimos meses con los cuatro grupos parlamentarios (CC, PSC-PSOE, PP y Mixto) que trabajan en el proyecto de Ley de Moderniza-



Jorge Marichal

ción y Renovación Turística de Canarias. "Con la renovación de la planta obsoleta se permitirá la creación de puestos de trabajo en el sector de la construcción y en la industria complementaria", destaca Marichal.

En un documento la asociación apunta una serie de reformas al articulado del citado proyecto de ley, con cuyo espíritu general está de acuerdo, pues se comparte la necesidad de intervención por parte de la Administración en la regulación del sector, siempre y cuando su fin no sea otro que garantizar su sostenibilidad y continuidad como principal motor económico del Archipiélago. Ashotel se opone a una moratoria *sine die*, ya que limita el alcance de la renovación a una parte importante del sector, el extrahotelero, precisamente el que más modernización necesita.

Además de permitir la construcción periódica de proyectos turísticos singulares, la asociación propone la creación de una nueva figura para la planta extrahotelera que trate de paliar el problema que se presenta con los incumplimientos en la unidad de explotación. Se trata del concepto de residencial turístico, que deberá estar sujeto a inspección para obligar al explotador a cumplir con un mínimo mantenimiento del edificio. Esta medida permitiría evitar el aspecto deteriorado de muchos complejos.

Cambio de uso del suelo

Otro de los planteamientos de Ashotel hace alusión a la posibilidad de permitir un cambio de uso de suelo turístico a residencial en un plazo de dos años desde la aprobación de la ley si el empresario desistiera de las expectativas para ese uso turístico. Asimismo, el aspecto financiero es fundamental, pues la asociación considera que esta ley no tiene sentido en los momentos actuales de falta de créditos bancarios si no se articula una ficha financiera. Se hace necesario habilitar líneas

de crédito para los hoteleros que promuevan las reformas necesarias en sus instalaciones. Por otro lado, sería interesante que el sector pudiera seguir accediendo a la subvención Incentivos Económicos Regionales 2007-2013, que ha permitido sufragar entre el 13% y el 15% de cada proyecto de renovación. Si a esto se une la apertura de esa citada línea de crédito en condiciones favorables, esta importante operación de renovación tendría buenos resultados. Grosso modo, nuestros asociados necesitarían en conjunto unos 250 millones de euros para renovar su planta obsoleta.

Por último, entre las alegaciones destacadas, Ashotel exige que se estipule en la futura ley quién y cómo se fijarán los precios de las unidades del propuesto banco de camas. Esta figura prevé que aquel hotelero que renueve su planta y que no pueda construir por falta de espacio en su establecimiento ese 50% más de camas que contempla la Ley de Medidas Urgentes, además de un 25% extra en caso de incremento de categoría, pueda ofertarlo a un banco de camas. Ashotel exige que se establezcan precios máximos y un tiempo tope de dos años para colocar esas camas, para evitar la especulación.

Iberalta: 'Invertir en eficiencia energética aumenta el ROI'

El energético es el segundo gasto más alto de cualquier hotel después del de personal, y, sin embargo, en España no se invierte lo suficiente en este sector. El director general de Iberalta, Jorge Fortes, habló sobre el tema en la IX edición de InmoHOTEL. Fortes se ha referido a la eficiencia energética y el por qué de la necesidad de emplear parte del presupuesto de un hotel a mejorarla.

"Las ventajas de ahorrar energía en un hotel van desde que aumenta su prestigio hasta que se mejora la experiencia del cliente, ya que a éste le gusta saber que los precios del hotel son menores porque el establecimiento aplica eficiencia energética", explica Fortes. Por no mencionar que ahorrar en costes energéticos aplicando tecnologías de eficiencia supone una rentabilidad económica de un 20 - 30% de media.

Pese a ello, "el hotelero español ha dado la espalda históricamente a la eficiencia energética". Como explica, muchas veces cuando se compra un hotel, o cambia de dueño, se heredan costes altos de energía por instalaciones anticuadas o mala gestión, y esto supone la necesidad de hacer una inversión considerable para actualizarlas.

Producto

Ushuaia Ibiza Beach Hotel anuncia su 'line-up' de apertura esta temporada

Ushuaia Ibiza Beach Hotel ha dado a conocer más detalles sobre el *opening* que arrancará la tercera temporada del hotel ibicenco. Sven Väth, Luciano y Loco Dice serán los maestros de ceremonia en una fiesta de apertura que también contará con la presencia de otros artistas como Maya Jane Coles, Joris Voorn, Reboot, Andrea Oliva y Uner. El escenario principal de Ushuaia le dará la bienvenida al dj alemán Sven Väth que se presentará por primera vez desde su actuación en 2009 en el original Ushuaia Ibiza Beach Club. Ushuaia abrirá sus puertas a las 13:00 horas con una *opening party* en la que participarán acróbatas y bailarines. Además, tendrá lugar un espectáculo de fuegos artificiales que dará el pistoletazo de salida.

Tras cuatro meses de reformas, reabre BlueBay Banús en Marbella

El pasado 15 de marzo el hotel BlueBay Banús reabrió sus puertas para recibir a sus primeros clientes. El hotel se extiende sobre un terreno de más de 28.000 m² de frondosos y espectaculares jardines subtropicales, piscinas y estanques, a escasos metros de la playa, en la zona de Puerto Banús. Entre algunas de las novedades destaca el acceso a internet wifi en todo el hotel y aparcamiento privado. El Beach Club del hotel, inaugurado el pasado mes de abril de 2012, también ha reabierto sus puertas unos días después. El director del hotel, Salvador Ábalos, vaticina que "en esta temporada alojaremos numerosos grupos que acuden seducidos por la construcción al estilo de un típico pueblecito andaluz, y por nuestras amplias instalaciones".

Ashome apuesta por la Movilidad Sostenible con vehículos eléctricos

El presidente de la Asociación Hotelera de Menorca (Ashome), Joan Melis, y el consejero delegado de la Empresa PROA Rent a Car, Miguel Pastor, han firmado un convenio de colaboración para introducir vehículos verdes para el uso de los clientes de los establecimientos hoteleros asociados a Ashome, en el Marco de la declaración de 'Menorca, Reserva de Biosfera' en su 20 Aniversario. También han asistido al acto la consejera de Turismo del Consejo Insular de Menorca, Salomé Cabrera, y el consejero de Medio Ambiente, Fernando Villalonga. El principal objetivo del Convenio es el de comprobar cómo se comportaría este tipo de vehículo, en un establecimiento hotelero de Menorca, para alquilar a sus clientes alojados.

Booking

NEXOTUR

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING

Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

 91 369 41 00

 91 369 18 39

Mayoristas	
VIAJES ABREU	☎ 902-101049-91-7004421
Génova, 16 MADRID	Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES	☎ 902-355444/968-355444
Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	Fax 902-355443
TUI AMBASSADOR TOURS	☎ 91-7582828
Toronga, 23 Bajo MADRID	Fax 91-5598588
AÑOS LUZ SA	☎ 91-4451145-902-101202
San Bernardo, 97-99 MADRID	Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA	☎ 93-3101828-902-101303
Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA	☎ 94-4242215-902-101404
Berastegui, 4 bajo I BILBAO	Fax 94-4235593
A SU AIRE	☎ 926-274157/226259
Moreña, 12 esq. a Zarza C. REAL	Fax 926-226334
AVIOTEL	☎ 91-5561293
Capitán Haya, 9 interior MADRID	Fax 91-4170365
AVIOTEL	☎ 93-3011784
Gran Via Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	Fax 93-3184674
AVIOTREN	☎ 91-5983315
Capitán Haya, 9 interior MADRID	Fax 91-4174516
AVIOTREN	☎ 93-3011784
Gran Via Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	Fax 93-3184674
CONDOR VACACIONES	☎ 91-5674242-5674200
Pedro Villar, 12 MADRID	Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS	☎ 91-5558550
Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS	☎ 93-4875685
Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	Fax 93-4874770
DIMENSIONES	☎ 91-5310607
Mahonia, 2 MADRID	Fax 91-5214254
DIMENSIONES	☎ 91-5310607
Concillo de Trento, 182-184 BARCELONA	Fax 91-5214254
DIAS LIBRES	☎ 91-7451111
Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM	☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA	Fax 93-4827131
EXPO MUNDO	☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA	Fax 93-4827131
HOTELPLUS	☎ 902 358358/91-7244747
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIAN DE LOS REYES	Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES	☎ 93-425 30.66
Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	Fax 93-425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES	☎ 91-5427933
Silva, 2 6º 2º MADRID	Fax 91-5422071
HVALATRAVEL.COM	☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA	Fax 93-4827131
IBEROJET	☎ 971-070428
Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	Fax 971-040466
INTERMUNDOS	☎ 91-5320413
Fuencarral, 9 1ºB MADRID	Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS	☎ 91 308308
Arequipas, 1 MADRID	Fax 91-3821664
MUNDICOLOR	☎ 902-361926
Mahonia, 2 MADRID	Fax 93-4827131
NO MÁS FRONTERAS.COM	☎ 902-510120
Diputacio, 238 BARCELONA	Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS	☎ 91-5472509

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

Compañías Aéreas	
AEROMEXICO	☎ 91-5489810
Cedaceros, 11, 1ª planta MADRID	Fax 91-5481527
ALITALIA	☎ 91-1217401
Pl. Descubridor Diego de Ordas, 3-3º MADRID	Fax 91-4414956
ALITALIA	☎ 902-100323
Av. Diagonal, 403 BARCELONA	Fax 93-4158379
AIR EUROPA	☎ 971-178100
Centro Emp. Globalla. Lluçmajor MALLORCA	Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER	☎ 91-3083444
Almagro, 19, Madrid	Fax 91-3198440
FINNAIR	☎ 901888126
Fontanella, 12 B 3º BARCELONA	Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING	☎ 91-5421323
Luisa Fernanda, 2 MADRID	Fax 91-5423710
IBERIA	☎ 91-5878787-5877592
Velázquez, 130 MADRID	Fax 91-5877502
LAN	☎ 91-4544140
Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID	Fax 91-5560933
LOT	☎ 91-5481373/91-5487353
Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	Fax 91-5595365
US AIRWAYS	☎ 91-4444700
Alberto Aguilera, 38 2º Izq. MADRID	Fax 91-4444709
Compañías Marítimas	
BALEARIA	☎ 902-160180
Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS	☎ 91-5558550
Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS	☎ 93-4875685
Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	Fax 93-4874770
EUROFERRYS	☎ 956-651178-507070
Estación Marítima ALGECIRAS	Fax 956-653379
P&O PORTSMOUTH	☎ 94-4234477
Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	Fax 94-4235496
CROISI EUROPE	☎ 91-2952497
General Oraa, 5 1º MADRID	Fax 91-6816757
SPANISH CRUISE LINE	☎ 91-5317102
Alcalá, 54 MADRID	Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRANEA	☎ 902-454645
www.trasmediterranea.es	
VISION CRUCEROS	☎ 91-7896400
www.visioncruceros.com	☎ 91-3107215

Ferrocarril	
EUROTUNNEL	☎ 91-6307315
Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS	☎ 93-4125956
Diputación, 238 sobreático BARCELONA	Fax 93-4122914
FERROCARRILES AMERICANOS	☎ 91-3082962
Zurbano, 56 MADRID	Fax 91-3086502
RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Linea Asista)	☎ 902-105205
	Fax 902-105200
Alquiler de Automóviles	
AUTOS D'OR RENT A CAR	☎ 971-657173
Av. Bienvenidos, 30 MALLORCA	Fax 971-643147
BUDGET RENT A CAR ESPAÑA	☎ 91-4363319
Conde de Aranda, 1- 3º Dcha. MADRID	Fax 91-5768827

EUROPCAR	☎ 91-7226200/91-102020
Av. Partenón, 16-18 MADRID	Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS	☎ 902-448449
Gran Via Costes Catalanas, 617 BARCELONA	Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo)	☎ 91-7546502
Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR	☎ 964-343000/902123002
Av. Lairón, parcela 60 CASTELLON	Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR	☎ 928-512694-543456
LANZAROTE. Y CANARIAS	Fax 928-514137
Centrales de Reservas	
CONFORTEL HOTELES	☎ 902-424242
Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	Fax 91-3831743
CENTRALIA	☎ 902-200063
Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA	☎ 922-145864-66
Lomada de Tecina LA GOMERA	Fax 922-145865
GRUPO NATURA	☎ 93-6801600
Av, Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	Fax 93-6800944
HOSPEDERIAS REALES	☎ 902-202010
Fraille, 1 Villanueva de los Infantes C.REAL	Fax 926-361788
HOTUSA-EUROSTARS	☎ 902-222999-93-3199062
Princesa, 58 Principal BARCELONA	Fax 93-2681945
HUSA HOTELES	☎ 93-5101300
Sabino Arana, 27 BARCELONA	Fax 93-3397064
INTERHOME	☎ 93-4090522
Guitard, 45 BARCELONA	Fax 93-4090493
KEYTEL	☎ 902101314
C/ Aragón 208-210, 6º, 6ª BARCELONA	Fax 93-4541108
MARKHOTEL	☎ 91-5210303-902-151515
Jacometrezo, 4 MADRID	Fax 91-5215999
PARADORES	☎ 91-5166666
Requena, 3-5 MADRID	Fax 91-5166657
RIU HOTELS	☎ 971-743030
Laude s/n PALMA DE MALLORCA	Fax 971-744171
SOL MELIA	☎ 902-144444
Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA	Fax 91-5791392
TRANSHOTEL	☎ 902 164164/902 164163
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	Fax 902 444 164
UTELL	☎ 91-5949494/902-454647
Pza. Marqués de Salamanca,3 y 4 1º	Fax 91-5949482

Organismos	
AS. EMPRESARIAL GRUPO EUROPA VIAJES	☎ 93-3429990
Ronda Universidad, 9 7º	Fax 93-3429991
GRUPO STAR	☎ 91-5502160
Luisa Fernanda, 12 MADRID	Fax 91-5432689
INFOASTURIAS	☎ 902-300202
Pza. España, 5 1º OVIEDO	Fax 985-273487
INST.BALEAR PROMOCION TURIST.	☎ 971-176191
Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA	Fax 971-176185
UNAV (Unión de Agencias de Viajes)	☎ 91-5796741
Rosario Pino, 8 3ºB MADRID	Fax 91-5799870
Transporte por Carretera	
AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO	☎ 91-7477570
Marzo, 34 MADRID	Fax: 91-7481114
COAVITUR	☎ 91-3265280
Hermanos Gómez, 4 MADRID	Fax 91-3260638
ETRAMBUS	☎ 91-5050552
San Cesáreo, 34 MADRID	Fax: 91-5051661
Europa de Turismo	☎ 91-5475921
C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo)	☎ 91-7546502
Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	Fax: 91-7545365
TRAPSA	☎ 902110115
Av. Manoteras, 14 MADRID	Fax: 91-3021709
Servicios	
AMADEUS	☎ 91-5858681-5858682/3
Salvador de Madariaga, 1 MADRID	Fax 91-5858680
WORLDSPAN	☎ 91-4118324
Joaquin Costa, 15-1 2º 1 MADRID	Fax 91-5626650
Cadenas hoteleras	
BEST WESTERN	☎ 900-993900-91-5614622
Pº de la Habana, 54 2º Dcha. MADRID	Fax 91-5618625
CONFORTEL HOTELES	☎ 902-424242
Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	Fax 91-3831743

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



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

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



 91 369 41 00

 91 369 18 39

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING

Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

NEXOTUR

Las agencias pueden reservar en Marriott, ahora también en español

La página actual de Marriott, con una presentación renovada, sigue siendo un sistema muy completo que contempla la gestión de reservas de sus hoteles desde las agencias de viajes, incluyendo nuevas versiones por país, la española en castellano.



www.marriott.com

Marriott dispone de una web muy completa, que mantiene la posibilidad, que ya existía en la anteriormente analizada, de reservar en tiempo real los hoteles de todas sus marcas en la mayor parte del mundo, con áreas especiales para agencias, empresas concertadas y usuarios registrados, aunque ya no incluye la gestión 'paquetes' turísticos, vuelos y el alquiler de coches en Estados Unidos. Su gestión de reservas, que ahora ofrece múltiples versiones por país, entre ellas el español, permite el acceso posterior para su modificación o cancelación.

MARRIOT / 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	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página actual de Marriott ha mejorado sus servicios a clientes y agencias no norteamericanos, incluyendo páginas para otros 17 países en su idioma, entre ellos España, con una funcionalidad ajustada a cada país por lo que, unido a su amplia cobertura, resulta una web de utilidad.

8.3

INFORMACIÓN

Ofrece una información muy completa de los hoteles a los que se accede tras realizar una búsqueda por país o estado (USA), ciudad, fechas y, opcionalmente, por cadena y características. Presenta las opciones, con mapa de situación, a ordenar por varios conceptos.

RESERVA

Su sistema de reservas sigue siendo muy útil, con áreas específicas para agencias de viajes, empresas con acuerdos corporativos y usuarios registrados, pero ya no incluye la reserva de 'paquetes' turísticos en todo el mundo, de vuelos ni de *rent a car* en Estados Unidos.

GENERAL

También mantiene la información sobre sus diferentes marcas, sus programas de promoción para los usuarios registrados, sobre ofertas de empleo e información financiera de la empresa, además de un área dedicada a sus servicios para eventos y reuniones.

▲ Lo Mejor / Muy Completa

Sigue siendo una web muy completa por su amplia cobertura y por las características de su gestión de reservas.

▼ Lo Peor / Información Hoteles

Ofrece una información muy general de sus establecimientos, con una presentación mejorable.

Transporte, alojamiento y entradas en la página 'web' del Grupo Hife

El Grupo Hife presenta una página de correcto diseño en la que ofrece información sobre la empresa y sus servicios de transporte terrestre, además de la gestión de reservas —no válida para las agencias— de billetes, hoteles y entradas a PortAventura.



www.hife.es

El 'sitio' en Internet del Grupo Hife, empresa de transporte terrestre ubicada en Tortosa, ofrece una completa información sobre la empresa, sus líneas regulares en la Comunidad Valenciana, Aragón y Cataluña, y la relación de sus servicios de transporte discrecional, además de la gestión de reservas de línea regular, hoteles y entradas a PortAventura, conectando con otras centrales, y formularios para solicitar información sobre las condiciones de contratación de sus distintos tipos de servicios discrecionales. La página se ofrece en castellano, catalán e inglés.

GRUPO HIFE / Transportes

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

El Grupo Hife presenta una página bien diseñada y con información adecuada de sus servicios de transporte terrestre, pero de interés limitado para las agencias de viajes, a las que no ofrece información específica ni la posibilidad de gestionar online sus reservas.

6.7

INFORMACIÓN

Ofrece una completa información de sus líneas regulares, su itinerario, plano de la línea y horarios. También permite consultar las características de su flota de autocares, los diferentes tipos de vehículos y la especial atención que se dedica a la seguridad.

RESERVA

Permite seleccionar trayectos en sus líneas y reservar los billetes mediante una conexión con Movelia. También ofrece hoteles conectando con una central, bus más hotel, bus más entradas y formularios para la solicitud de información sobre servicios discrecionales.

GENERAL

También ofrece una amplia información sobre el Grupo, su historia, sus objetivos, sus empresas y su compromiso con la calidad y el medio ambiente, así como la descripción de todos sus tipos de servicio, e información sobre el uso de su tarjeta de descuento.

▲ Lo Mejor / Funcionalidad

Es una página bien diseñada, con una funcionalidad amigable, que cubre una amplia gama de servicios.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

No incluye ninguna referencia a las agencias de viajes, que no pueden gestionar en ella sus reservas.



Entrada / En una pantalla totalmente renovada, destaca la gestión de reservas y el inicio de sesión para clientes registrados.



Producto / Se accede por zona y país a los hoteles de todas sus marcas, de los que ofrece la descripción general en varias pantallas.



Reserva / Mantiene un sistema de reservas muy completo, con áreas para agencias, empresas y usuarios registrados.



Entrada / Presenta el acceso a todas sus áreas de información sobre la empresa y sus servicios y a sus reservas online.



Producto / Permite consultar sus líneas, itinerarios, con su plano, y horarios. También informa sobre su flota de autobuses.



Reserva / Permite reservar en algunas de sus líneas conectando con Movelia y hoteles y entradas mediante otras centrales.

Andorra incluye un planificador de viajes en su 'web' oficial de Turismo

La nueva versión de la página oficial de Turismo de Andorra mantiene, con un nuevo diseño y estructura, el alto nivel de información de la versión anterior, ofreciendo además un útil planificador de viajes, aunque sigue sin gestionar reservas.



www.visitandorra.com

Andorra Turismo SAU ha desarrollado otra nueva versión de su web de Turismo, en la que ha actualizado su presentación y estructura de accesos, manteniendo y ampliando la completa información que ya existía en la anterior, que ahora es también accesible desde un planificador de viajes en el que el usuario puede ir construyendo una agenda del viaje, que presenta en una relación de elementos incluidos o en un mapa del viaje. También dedica una atención especial a las redes sociales, manteniendo las mismas versiones en castellano, catalán, inglés y francés.

INFORMACIÓN

Con diseño y estructura actualizados, ha completado su información, permitiendo añadir cualquier elemento al planificador del viaje. También permite consultarla por diversos parámetros desde el planificador y construir una agenda del viaje con todos los elementos seleccionados.

RESERVA

Mantiene un sistema de información, semejante al de la versión anterior, sobre todo tipo de alojamientos, restaurantes, *rent a car* y agencias de viajes en Andorra, aunque no contempla la gestión de reservas, para lo que ofrece el enlace con la página del proveedor.

GENERAL

La página incluye también información sobre Andorra, su historia, cultura y tradiciones, su estructura política y social y su clima, además de un área de multimedia, otra sobre negocios, viajes de incentivos y congresos y una atención especial a las redes sociales.

▲ Lo Mejor / Planificador

Su planificador, desde el que se puede acceder a toda la información, es una útil herramienta para organizar un viaje.

▼ Lo Peor / Reservas

Aunque ofrece una amplia información sobre alojamientos y servicios turísticos, no incluye la gestión de sus reservas.

ANDORRA / Destino

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página de Turismo en Andorra resulta de interés por su información y la facilidad de acceso que ofrece su diseño actual y, sobre todo, por su planificador, desde el que se puede incluir en una agenda del viaje, cualquiera de los atractivos y servicios turísticos que ofrece.

8.2



Entrada / Presenta el acceso a todas sus secciones y un área de servicios en el que incluye un planificador de viajes.



Producto / Mantiene, con un nuevo diseño, toda la información, a la que se puede acceder por diversos parámetros desde el planificador.



Reserva / Mantiene una completa información sobre alojamientos, restaurantes, *rent a car* y agencias, pero sigue sin reservas.

Turismo Rural en Extremadura en la nueva página que presenta Fextur

Fextur presenta una nueva página en la que ofrece una completa información sobre los alojamientos rurales y otros servicios turísticos en Extremadura, indicando aquellos para los que los viajeros pueden solicitar reservas *on request* desde la página.



www.turismopatanegra.com

La Federación Extremeña de Turismo Rural (Fextur) ha desarrollado una página (únicamente en castellano) en la que, con un cuidado diseño y una estructura que facilita su utilización, presenta 142 alojamientos de Turismo Rural en la región y algunos otros proveedores de servicios turísticos, ofreciendo una completa información del alojamiento, su disponibilidad, situación y tarifas y, en algunos casos, incluye la posibilidad, no disponible para las agencias, de solicitar reservas, que quedan pendientes de confirmación. La página, dispone de zonas especiales para alojamientos y comarcas.

INFORMACIÓN

Dispone de un buscador de cualquier tipo de alojamientos de Turismo Rural y de otros tipos de servicios turísticos. Presenta una relación de alternativas y una completa información del seleccionado, en una única pantalla incluyendo su disponibilidad, habitaciones y tarifas.

RESERVA

Desde la pantalla de alternativas o desde la descripción del alojamiento se accede —en sólo parte de los establecimientos— a un sistema de reservas de muy fácil uso y con adecuada información de disponibilidad y precios, que deja la reserva pendiente de confirmación.

GENERAL

La página incluye también un plano de Extremadura y de sus comarcas y permite acceder a una descripción general de cada comarca en la que ofrece el acceso a otras páginas de información y las formas de contacto con asociaciones turísticas en la zona.

▲ Lo Mejor / Amigable

Se trata de una página de correcto diseño y estructura con una presentación agradable y facilidad de acceso y reserva.

▼ Lo Peor / Información Cultural

Sería interesante incluir información de monumentos, museos y otros atractivos turísticos de Extremadura.

PATANEGRA / Centrales

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

Patanegra es una interesante iniciativa para facilitar al viajero información y la posibilidad de reservar algunos de los alojamientos en ella incluidos. Sin embargo, a los agentes de viajes sólo les ofrece la posibilidad de consultar su oferta, ya que no pueden gestionar reservas.

6.1



Entrada / Presenta un buscador de alojamientos y otros servicios, el acceso a sus comarcas y algunos vídeos.



Producto / Presenta las diferentes alternativas de una búsqueda y una completa descripción de establecimiento seleccionado.



Reserva / Dispone de un sencillo sistema de reservas *on request* para parte de los alojamientos, no válida para las agencias.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias de viajes buscan profesionales con buen nivel de inglés y otros idiomas

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.

■ **Viajes Viacour.** Madrid. Se busca agente de viajes con conocimientos avanzados de Savia. C.V.: dir.viacour@grupoaimet.com.

■ **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.

■ **City Guide Pack.** Madrid. Se necesita agente de viajes o comercial autónomo para la captación de puntos de venta para publicitar los productos de City Guide Pack. Requisitos: contactos y experiencia. C.V.: fabianchampone@cityguidepack.com.

■ **Viajes Carrefour.** Elche. Se precisa agente de viajes con al menos dos años de experiencia. Requisitos: conocimientos amplios del producto vacacional de media y larga distancia. También se valorarán referencias. C.V.: es.viajes.elche@carrefour.com.

■ **VNG Viatges.** Barcelona. Se necesita agente de viajes con experiencia probada para trabajar en la ciudad de Barcelona. Requisitos: atención al cliente e idioma.

mas. 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 Eco.** Madrid. Agencia especializada en *corporate* y viajes a medida busca agente. Requisitos: experiencia de al menos dos años, 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.

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

■ **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.

■ **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.

■ **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.

■ **Viajes Dos.** Madrid. Agencia en crecimiento 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. También se precisa gran manejo de los sistemas de reservas Amadeus, Renfe y de los principales turoperadores. C.V.: carlos.garrido@viajesdos.com.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Ocho hoteles en España

↑ La página actual de Rafael Hoteles mantiene, con un diseño muy diferente, el mismo nivel de **información** y una gestión de reservas de estancias y restaurantes muy semejante a la anterior, que ahora también incluye su mantenimiento posterior.

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

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



<http://www.rafaelhotels.com>

Vuelos a Argelia

↑ Air Algerie presenta una web de cuidado diseño en la que **informa** sobre los vuelos de la compañía entre destinos internos o desde aeropuertos de otros países a destinos en Argelia, incluyendo la gestión de reservas válida para el cliente final y las agencias.

→ Sólo resulta de **utilidad** para viajes a Argelia.

↓ Permite a las agencias registradas gestionar sus **reservas online**.



<http://www.airalgerie.dz>

Transporte por carretera

↑ Socibus ha sustituido la versión de su web que se analizó en 2011 por una nueva de diseño muy mejorado y funcionalidad semejante, manteniendo su gestión de reservas, válida para las agencias, e incluyendo la **información** sobre rutas y horarios.

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

↑ Las agencias disponen de un área para gestionar sus **reservas**.



<http://www.socibus.es>

Diversos tipos de servicio

↑ Zafiro Tous **informa** —y facilita la reserva— a sus clientes y a los de sus agencias franquiciadas, de un amplio abanico de productos turísticos, la mayor parte de ellos mediante enlaces con centrales de reservas de cada tipo de servicio.

→ Es una página **útil** por la variedad de productos que ofrece.

→ Contempla la **reserva** desde sus agencias y del cliente final.



<http://www.zafirotravels.es>

Turismo en Berlín

↑ Berlín presenta una nueva versión de su página en Internet, en la que ha actualizado su presentación, modificando ligeramente el acceso y la **información** sobre los temas de interés para un viajero en la ciudad y manteniendo la misma gestión de reservas.

↑ Es una página **útil** por su información y gestión de reservas.

↓ La **reserva** sólo está disponible para el usuario final.



<http://www.visitberlin.de>

Turismo en La Rioja

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

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

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



<http://www.camaragijon.com>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Contratación de agencias

✓ Resolución del 17 de abril de 2013 del Instituto Social de la Marina, Dirección Provincial de Cantabria, por la que se convoca un procedimiento abierto para la contratación del servicio de agencia de viajes para los traslados del personal del Buque Sanitario de Salvamento y Asistencia Marítima Juan de la Cosa. Valor estimado del contrato: 125.000 euros. Fecha límite de obtención de documentación y de presentación de la misma: 10 de mayo de 2013. Correo electrónico: santander.dirprov.ism@seg-social.es.

✓ Resolución del 17 de abril de 2013 del Centro de Investigación Biomédica en Red de Salud Mental por la que se anuncia la contratación de los servicios de una agencia de viajes para la gestión y asistencia técnica del Proyecto Roamer de Cibernam. Importe del contrato: 133.100 euros. Fecha límite de obtención de documentación y presentación de solicitudes: 6 de mayo de 2013. Correo electrónico: unidadtecnica@cibersam.es.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

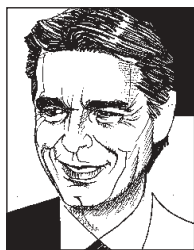
CURSOS

Talleres de marketing 'online'

Programa 'Alojamientos Conectados' de Red.es

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de la entidad pública empresarial Red.es y en colaboración con 11 Comunidades autónomas y diez empresas especializadas, ha organizado durante la segunda mitad de 2012 el programa 'Alojamientos Conectados'. Se trata de una ronda de 45 talleres formativos sobre buscadores y canales de reserva online, dirigido a pymes hoteleras y alojamientos de Turismo rural. El objetivo de esta iniciativa es incrementar la tasa de ocupación de los establecimientos, aumentar su notoriedad y mejorar la reputación online.

Según los datos globales del programa, al conjunto de sesiones de carácter gratuito han acudido más de 1.300 profesionales del Sector Turístico español, de los cuales el 95% ha asegurado sentirse satisfechos con la formación recibida. Del total de participantes, un 54% eran autónomos, un 29% representaban a micropymes (menos de 10 trabajadores) y el 17% restante procedía



José Manuel Soria

de pequeñas empresas con plantillas de menos de 50 empleados.

El programa 'Alojamientos Conectados' ha recorrido diferentes localidades españolas beneficiarias de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) y repartidas por Andalucía,

Aragón, Asturias, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Canarias, Murcia y Navarra. Cada sesión ha estado dirigida por un experto en soluciones tecnológicas al que acompañaron representantes de las empresas colaboradoras en el proyecto y otras firmas que se sumaron a la iniciativa. 'Alojamientos Conectados' ha contado también con el apoyo de la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur), que ha trabajado conjuntamente con Red.es en la definición de este programa y que prestó apoyo en su difusión. En esta iniciativa ha colaborado la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

LIBROS

Vuelo libre en Andalucía

La Junta edita una guía para promocionar su práctica

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía ha editado una 'Guía de las Estaciones de Vuelo Libre' existentes en Andalucía con el objetivo de posicionar a la Comunidad como destino idóneo para la práctica de esta modalidad. La publicación ofrece información deportiva y turística sobre las 25 instalaciones que están disponibles en cinco provincias andaluzas y en las que se puede realizar esta disciplina. La edición consta de 253 páginas y describe las características de cada una de las estaciones en cuanto a condiciones climáticas e infraestructuras para el despegue y aterrizaje, así como datos sobre los municipios colindantes (alojamientos, oficinas de turismo, clubes, escuelas, etcétera). La obra, que también se puede descargar online en la página web de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, está disponible en español y francés.

CALENDARIO

Nuevas ferias en el mes de mayo

● Del 1 al 5 de mayo de 2013, Adventure Sports Fair Parque Ibirapuera, São Paulo (Brasil). Feria dedicada íntegramente a los deportes y el Turismo de aventura, en la que se darán cita algunas de las principales marcas, así como las empresas dedicadas a este segmento turístico y algunos de los destinos más reconocidos. El certamen dedica especial importancia al establecimiento de relaciones comerciales entre empresarios del sector. Para ampliar la información puede consultar la siguiente página web: www.adventuresportsfair.com.br

● Del 2 al 5 de mayo de 2013, Expovacaciones, Centro de Exhibiciones de Bilbao. El salón, uno de los más importantes del País Vasco, fomenta la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio entre los visitantes profesionales y los expositores, entre los que se encuentran agencias de viajes, turoperadores, cadenas hoteleras y organismos autonómicos, estatales e incluso internacionales. Más información en www.expovacaciones.eu.

N BOLSA DE TRABAJO nexotur.com

¿Necesita un profesional?

Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

¿Busca trabajo?

Inserte ahora sus ofertas y demandas

en Internet, en la web: www.nexotur.com

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración

 Dirección General de Turismo
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
Comunidad de Madrid

 UNAV

SUBEN

Manuel Butler

El director general de TurEs- paña, Manuel Butler, ha sido nombrado nuevo presidente de European Travel Commission (ETC). En su candidatura apostó por la unión de los países europeos para compartir recursos e ideas.



Emilio Rivas

El presidente de Globalia, Juan José Hidalgo, ha nombrado a Emilio Rivas director general de las áreas de receptivo y tuoperación del grupo, en las que se integran marcas como Travelplan, Latitudes, Iberrail, Touring Club, Welcome Beds y Welcome Incoming Service.



Cristóbal Montoro

El ministro de Hacienda y Administraciones Públicas, Cristóbal Montoro, descarta dejar al Turismo fuera del tipo de IVA reducido, tal y como reclama Bruselas. Así, destaca que el Turismo español "es pionero en Europa" y "no tenemos que perjudicar su capacidad de competir".



SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Joan Gaspart	3
Entrevista / Emiliano González	4
Escaparate	5-15
Mostrador	19-21
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluatnet	28-29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

22 al 28 de Abril de 2013



LA SEMANA

El sur de Europa emitirá menos turistas en 2013

La crisis de deuda y las tensiones financieras pasarán factura a la emisión de turistas en Europa. Según las previsiones de European Travel Commission (ETC), el viejo continente será el punto de origen de un 1% más de viajeros que en 2012. Como era de esperar, la región más afectada será el sur de Europa, para la que se espera un ligero retroceso del 0,5%. Esta caída se suma a la registrada en 2012, año en el que la emisión de turistas experimentó un descenso del 1,8%. Del resto de Europa, el centro y este es la zona que mejor evolucionará en 2013, con una tasa favorable del 2,6%. Por su parte, el norte y oeste experimentarán tímidos avances del 0,9% y 0,2%, respectivamente.



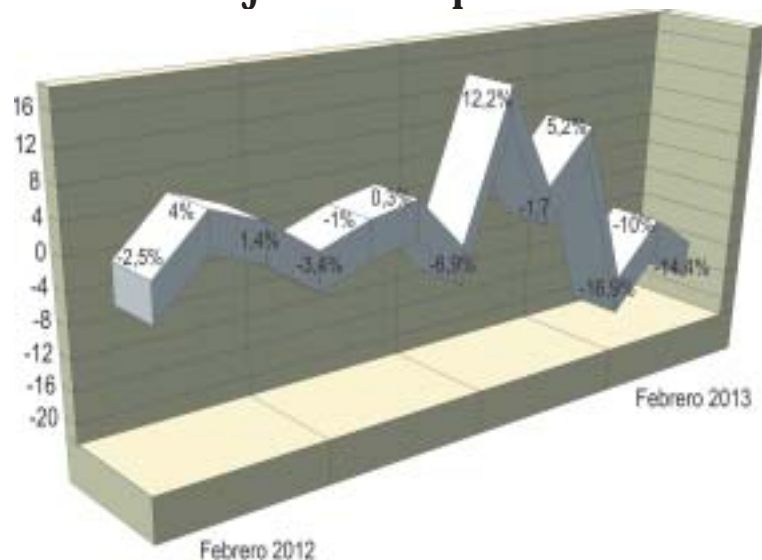
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

Los viajes de españoles caen un 14%

Por tercer mes consecutivo, los viajes de los españoles experimentan un fuerte descenso. Tras la caída del 10% del primer mes del año y del 16,9% en diciembre de 2012, en febrero se ha registrado un nuevo retroceso interanual del 14,4% en los desplazamientos, contabilizándose un total de 8,4 millones. No obstante, se ha producido un importante aumento de los viajes realizados a destinos extranjeros, tras nueve meses negativos.

Viajes de los españoles



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET).

© NEXOTUR

portancia, éstas son: Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Castilla y León. Finalmente, en torno a la mitad de los viajeros proceden de Andalucía, Cataluña y la Comunidad de Madrid.

En lo que respecta a noviembre, mes analizado en profundidad por

el IET, se han contabilizado 10,1 millones de viajes, lo que supone un incremento interanual del 5,2%. Este buen comportamiento se debe al aumento de los desplazamientos internos que, con un peso del 93,1% sobre el total, han llegado a crecer un 5,8%. Por su parte, los

viajes al extranjero caen un 1,5%. Este impulso ha venido motivado por el aumento de los viajes de ocio, las visitas a familiares o amigos, así como por los viajes realizados en fin de semana, en coche y a alojamientos no hoteleros. En el lado opuesto están los de trabajo, los realizados en avión y las pernoctaciones en hoteles.

Cataluña lidera el 'ranking'

En lo que respecta a las Comunidades autónomas de destino, Cataluña aparece este mes en primera posición con cerca de 1,5 millones de turistas nacionales, un 31% más que en noviembre de 2012. El 84% de sus viajeros proceden de la propia Comunidad, que ha mostrado un fuerte incremento. Andalucía, con 1,4 millones de viajes, sufre su sexta caída (-12%) en lo que va de año. Por detrás está Castilla y León, que registra este mes su segundo crecimiento interanual (7,7%), alcanzando así 1,1 millones de viajes. Por su parte, la Comunidad Valenciana ocupa la cuarta plaza con un millón de visitantes, un 35,6% más que en noviembre de 2011. En el resto de Comunidades los resultados han sido dispares. Destacan los descensos de Madrid, Castilla-La Mancha, Canarias y País Vasco, y los crecimientos de Galicia, Extremadura, Asturias y Navarra.

Finalmente, según las Comunidades de origen, aproximadamente la mitad de los viajes han tenido su origen en Madrid, Cataluña y Andalucía. De éstas, solo Cataluña registra un incremento respecto a noviembre del año anterior.

Date de alta
en Nexotur.com

Diario online del
Agente de Viajes

...y recíbelo
cada mañana
en tu email

