

JUAN CARLOS I
Sensibilidad por el Turismo
PÁG. 3 / Don Juan Carlos ha prestado un especial interés hacia el Turismo



TONY TYLER
Revisión a la baja
PÁG. 7 / IATA revisa a la baja las ganancias de 2014, hasta los 13.225 millones



LUIS MAROTO
Fortaleza comercial
PÁG. 12 / Los excelentes resultados y la fortaleza comercial aumentan el valor



FRIEDRICH JOUSSEN
Crece tras reestructurar
PÁG. 12 / TUI afrontará 'una fase de crecimiento tras su reestructuración'



PABLO PIÑERO
90% de venta en la agencia
PÁG. 6 / Las agencias representan el 90% de ventas del Grupo Piñero

Nautalia entrará en el negocio de la franquicia a finales del verano

Incorpora un director de agencias franquiciadas y asociadas para impulsar el proyecto

Nautalia Viajes "está diseñando las herramientas tecnológicas necesarias" para introducirse en la actividad franquiciadora, adelanta a NEXOTUR su di-

rector general, Rafael Montoro. La red de agencias de Gowaii prevé que esta fórmula, que espera implantar a finales de verano, represente el 50% de su red.



José Salinas es presidente de APCE.

'Ligera mejoría' en el Turismo de reuniones

Las primeras previsiones para 2014 "hablaban de un avance hacia una ligera mejoría de la actividad congresual". **Pág. 4**

Crece el 12% los pagos para viajar al extranjero

Los pagos de los españoles para viajar al extranjero aumentan en marzo por undécimo mes pese al efecto Semana Santa. **Pág. 5**

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

"A medio plazo" Nautalia Viajes planea implantar la fórmula franquicia, adelanta a NEXOTUR su director general. El objetivo es que "este sistema represente el 50% de nuestra red de agencias", explica Montoro, que confía "en



Rafael Montoro



e Ignacio Ayala

ofrecer un valor añadido tanto a los franquiciados, como a todo cliente que elija Nautalia". Para lograrlo se ha incorporado a Ignacio Ayala como director del área de agencias franquiciadas y asociadas.

Escapate en **pág. 11**

Molas: 'Hemos realizado un gran esfuerzo en base a precio'

"Esperamos haber tocado fondo y que la ansiada recuperación económica suponga un relanzamiento del mercado español", apunta el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, aunque reconoce que "seguimos siendo parcialmente pesimistas". Como explica a NEXOTUR, además



Juan Molas

de la caída del consumo interno, que podría rondar el 50% desde el inicio de la crisis, Molas reconoce que la rentabilidad sigue siendo la gran asignatura pendiente. "Los hoteleros han realizado un gran esfuerzo en base a precio para poder seguir siendo competitivos, a pesar de los altos incrementos de los costes", señala.

Escapate en **pág. 10**

Ranking NEXOTUR de Grandes Mayoristas

EMPRESAS	VENTAS 2013	VENTAS 2012	2013 / 12
1 Travelplan	588,0	545,0	7,9%
2 Mundosenior	271,4	321,2	-15,5%
- Grupo Barceló	NFD	NFD	NFD
3 Grupo Julià	216,3	181,2	19,4%
4 Soltour	202,2	161,8	25,0%
5 Special Tours	106,0	87,0	21,8%
6 Panavisión	103,0	84,2	22,3%
7 Mapa Tours	94,5	72,9	29,6%
8 Catai Tours	80,0	75,0	6,7%
9 Politours	70,0	68,1	2,8%
TOTAL	1.731,4	1.596,4	8,5%

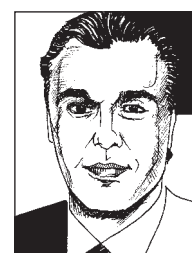
Fuente: Nexodata | Ventas figuran en M. euros | NFD: No facilitan datos © NEXOTUR

Los turoperadores crecen un 8%

Tras un 2012 marcado por la quiebra de Orizonia, los balances de las mayoristas muestran una tendencia favorable en 2013. Según datos de NEXOTUR, la facturación de las nueve primeras marcas asciende a 1.731 millones de euros, un 8,5% más. **Escapate en **pág. 8****

Gallego: 'El objetivo será ayudar al agente de viajes'

Esta semana, del 12 al 15, Gran Canaria alberga las III Jornadas Técnicas de CEAV. Como destaca su presidente, Rafael Gallego, "el principal objetivo de las Jornadas será ayudar a los agentes de viajes", debido a su enfoque eminentemente práctico. El evento que congregará un centenar de profesionales, abordará la situación ac-



Rafael Gallego

tual y los importantes desafíos a los que se enfrenta el Sector. Como subraya Gallego, se darán las claves sobre los cambios que traerá consigo la sentencia del Tribunal de Justicia europeo contra la normativa de IVA en España, y los efectos de la modificación de la Directiva de Mediación de Seguros. **Escapate en **pág. 5****

Better together

belivehotels.com

España Madrid, Talavera de la Reina, Lanzarote, Tenerife y Mallorca

Portugal Algarve

Marruecos Marrakech y Saidia

República Dominicana Punta Cana, Puerto Plata, Boca Chica y La Romana

Cuba Varadero



BE.LIVE.
HOTELS

luabay

■ CLAVES

Turismo en Jordania

JORDANIA SE PRESENTA como una de las economías más abiertas de Oriente Medio siendo vulnerable a la inestabilidad política, económica y social de la región. La época agitada y difícil que se está viviendo en la zona hace que el país destaque, aún más, por su apacible atmósfera y estabilidad. Esta está atrayendo inversiones extranjeras, sobre todo al área del Mar Muerto con proyectos de desarrollo para el Turismo MICE, un segmento primordial para nuestra nueva estrategia. Tanto es así que desde enero Jordan Tourism Board está llevando a



ABED AL RAZZAQ

cabo la creación de un departamento exclusivo para este tipo de Turismo siendo conscientes de las necesidades de estos grupos.

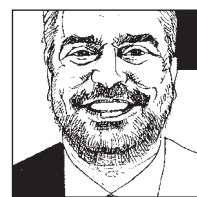
El Turismo es un sector primordial para la economía jordana creando en 2013 más de 42.000 puestos de trabajo, por lo que queremos y estamos desarrollando una estrategia dirigida al aumento de turistas. En 2013 hemos notado una ligera mejoría con respecto a 2012 y desde nuestro organismo estamos poniendo todos nuestros esfuerzos en que esta tendencia siga siendo positiva. Por ello, nuestra estrategia de aquí a final de año se desarrollará alrededor de lo que consideramos cuatro pilares fundamentales: la promoción de nuestros segmentos prioritarios como son el ecoturismo, la gastronomía, el Turismo de lujo y el Turismo religioso, recordemos que muchos de los pasajes del Antiguo Testamento tienen lugar en Jordania; el incremento de la conectividad aérea y un plan de incentivo para fomentar los vuelos charter; desarrollar puestos de trabajo cualificados incluyendo la participación femenina y, por último, aprobar una nueva ley turística. Además ya se ha puesto en marcha proyectos para el desarrollo de infraestructura hotelera y restaurantes, así como las negociaciones con compañías aéreas para el incremento de frecuencias hacia el aeropuerto de Aqaba.

Nuestra estrategia del próximo año identifica un camino que mantenga todo lo logrado hasta ahora y crear una oportunidad para todas las partes involucradas que quieran contribuir al esfuerzo de desarrollo del sector. Sabemos que estamos ante unos objetivos ambiciosos pero creemos que son alcanzables si hay un compromiso colectivo y una participación significativa de toda la industria.

Abd Al Razzaq Arabiyat es Director de Jordan Tourism Board.

‘Lo que antes eran horas y días decidiendo entre agencias de viajes y folletos, ahora son tres clics en un comparador; lo que antes era una postal que tardaba semanas en llegar, ahora es un Whatsapp; lo que antes era un revelado eterno de fotos, ahora es un Instagram’, director general de Mobisfera

TRIBUNA



ORIOl MARIMÓN-CLOS

Turismo experiencial gracias a los Beacons

SI LA ESENCIA del Turismo es vivir experiencias cuantas más formas utilicemos para enriquecerlas más intenso y memorable será el momento. En sus experiencias, el turista busca la novedad, la sorpresa, la autenticidad y hasta la exclusividad: percibir un nuevo aroma, acariciar un animal exótico, pisar una calle vista en mil películas, participar de un evento irreplicable, son ejemplos de situaciones que nos proporcionan fuertes sensaciones y que contribuyen a immortalizar el momento en nuestra memoria. Y si es más perdurable en el recuerdo, con más probabilidad lo reviviremos y más fácil nos será explicarlo y compartirlo.

Es esta búsqueda de la autenticidad y la particularidad de los momentos vividos lo que la industria turística ha ido reinventando desde que surgió. Acceder a nuevos puntos recónditos del planeta o diversificar las tipologías de viajes para adaptarse a cada estilo de viajero son dos ejemplos de las contribuciones de esta industria para que las experiencias se perpetúen en nuestra memoria.

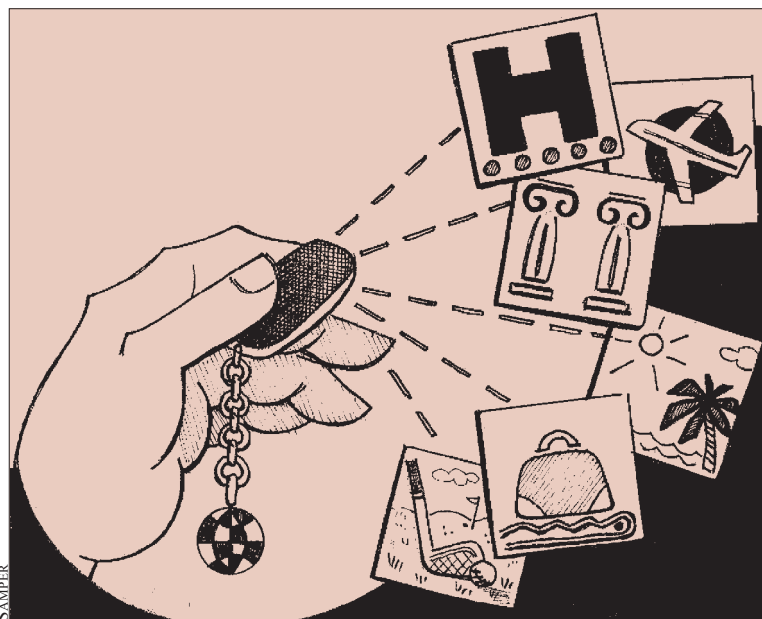
El cambio de rol

El viajero por su parte ha sido capaz de transformar también su experiencia utilizando dos herramientas muy potentes: la información y la comunicación. Igual que ya ha sucedido en otros sectores, estos dos alteradores de la dimensión espacio-temporal han dado lugar a uno de los cambios más grandes de la industria, haciendo que la experiencia eternizable quede cada vez más concentrada en el momento del viaje y eliminando cada vez más las fases ‘pre’ y ‘post’ viaje.

Lo que antes eran horas y días decidiendo entre agencias de viajes y folletos, ahora son tres clics en un comparador; lo que antes era una postal que tardaba semanas en llegar, ahora es un Whatsapp; lo que antes era un revelado eterno de fotos, ahora es un Instagram. Siendo la preparación tan rápida, y dando por terminado el viaje cuando entramos por la puerta de nuestra casa, hemos recortado la cantidad de oportunidades que hacían que nuestra experiencia como turista fuera más perdurable en la memoria.

Como se ve en los ejemplos anteriores, la adopción tecnológica por parte del turista y la industria en general son la base fundamental de este cambio. Ser capaces de tener la información en el momento que más valor nos aporta, y

relacionarse con nuestros teléfonos móviles. Donde no llega el GPS, allí está el beacon. Donde el GPS no tiene tanta precisión, allí está el beacon. Para no perjudicar tanto la batería como el GPS, allí está el beacon. Y es que gracias a



contextualizada según el sitio en el que estamos, es algo necesario para seguir mimando esta necesidad del turista. Conseguir que el mundo virtual de la información y las comunicaciones aporten una dimensión adicional a todo lo que

nos aporta el mundo real es clave que poder dar rienda suelta a nuestra imaginación a la hora de crear vivencias que sean lo más perenne posibles.

Justo para trazar de forma más natural y eficiente este puente entre lo real

y lo virtual, y directamente vinculado a la tecnología de los móviles, acaban de aparecer unos pequeños dispositivos llamados beacons (o balizas). No tienen ni medio año de vida y aún son poco conocidos en nuestro país, pero seguro que, muy pronto, los veremos haciendo las delicias de los turistas del siglo XXI, ávidos de información contextualizada, exclusiva, personalizada, única y diferenciada.

¿Qué son los ‘beacons’?

Los beacons han llegado para revolucionar las señales de localización y proximidad, sobre todo en los espacios cerrados, gracias a que ofrecen una nueva forma de

la señal Bluetooth que emiten, con un alcance de un radio de hasta 50 metros, y gracias a un teléfono móvil podemos transformar una señal invisible en una experiencia interactiva o información relevante. No tendremos que escanear ningún código QR ni hacer cola para escanear un tag NFC; bastará con estar cerca del beacon, sin sacar el teléfono del bolsillo ni hacer nada especial: la tecnología se pone al servicio del usuario y del cliente.

Turismo y ‘beacons’

Siendo el beacon un dispositivo muy pequeño, del tamaño de un llavero, que emite una señal de radio con un alcance de varios metros, podremos esconderlo para que sea del todo transparente para el usuario. Con esto lograremos impactar al usuario en el momento y lugar debidos, maximizando de esta forma el impacto de la comunicación y la experiencia.

Veamos ejemplos de lo primero que nos puede venir a la cabeza pensando en el turista y en distintos momentos de un viaje.

Aeropuertos: que la maleta nos avise al salir por la cinta transportadora gracias a que lleva un beacon o que al subir al avión la app de la

compañía aérea nos descargue la información más relevante del destino al que nos dirigimos para que, en modo avión, podamos consultarla y así ir aprovechando el vuelo. Virgin Atlantic ya ha realizado pruebas piloto en este terreno.

En los hoteles: montemos un juego para que los huéspedes descubran todas y cada una de las zonas de nuestras instalaciones, y demos un premio o recompensa, ya sea real o emocional. O lancemos una encuesta de satisfacción cuando detectemos que ha pasado más de tres minutos en recepción y ya lleva más de dos días con nosotros.

En los apartamentos: demos la bienvenida cuando llega al apartamento y permitamos que pueda poner la app en modo ‘visita guiada’ por las diferentes habitaciones para que descubra todo el confort que le tenemos preparado en cada rincón de su hogar temporal.

Museos: hagamos que el contenido al que tiene acceso el visitante esté contextualizado en la sala en la que se encuentra. Ayudemos al visitante a guiarse por el museo de forma más inteligente, geolocalizada y divertida. Durante el mes de abril, el Mobile World Centre de Barcelona ofrece una experiencia de este tipo a cargo de Mobisfera.

Transporte, marketing, salud, eventos... Son muchos los sectores

donde los beacons se están expandiendo. Desde Mobisfera queremos ir un paso por delante para ofrecer información al día sobre esta tecnología y potenciar su uso en los diferentes ámbitos. Veremos los usos de

los beacons aplicados a la salud y la familia, a las Smart Cities, al transporte y la movilidad. Eso sí: las marcas serán las grandes aliadas de esta tecnología.

Tecnologías para el día a día

Con el objetivo de acercarse más al usuario a base de personalización y evitando el intrusismo (los beacons sólo funcionan si el usuario da su consentimiento), estos dispositivos permitirán crear experiencias que hasta ahora no habíamos imaginado. ¡El futuro de los beacons está aquí y en vuestras manos está imaginar sus múltiples posibilidades!

Oriol Marimón-Clos es director general de Mobisfera.

El uso de los ‘beacons’ en el Turismo puede extenderse a los aeropuertos, boteles, museos, etc

Tener la información en el momento que más valor nos aporta, es necesario para seguir mimando esta necesidad del turista

OPINION

NEXOTUR

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZ

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

DIRECTOR ADJUNTO: CARLOS ORTIZ
COORDINADORA GENERAL: MARGA GONZÁLEZ

SECCIONES: MIGUEL PRAGA LÍBANO (ESCAPARATE-MOSTRADOR) | EDUARDO SANTAMARÍA (REUNIONES) | DANIEL GALLEGU ALÍAS (TRANSPORTES) | VERÓNICA OLIVERA (HOTELERÍA) | ANDREA BULLA (BUSINESS TRAVEL) | PABLO GARCÍA DIEGO (EVALUACIÓN) | JOSEP MARQUÉS (OPINIÓN) | JOSÉ SORIA (INDICADORES) | LOURDES ROSADO (CIMET) | M^a JOSÉ GONZÁLEZ (TURNEXO) | IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN) | ENRIQUE ARENÓS (HUMOR)

COLUMNISTAS: JULIO C. ABREU | ISABEL ALBERT | VENANCIO BOTE | ANTONIO CABALLEROS | COVADONGA GLEZ. QUIJANO | MANUEL FIGUEROA | ENRIQUE HERNÁNDEZ | CLAUDIO MEFFERT

CONSEJO ASESOR (DIRECTORES): FRANCISCO VÁZQUEZ (CIMET) | CLAUDIO MEFFERT (FUTURALIA) | JULIO C. ABREU (NEXOBUSINESS) | JESÚS MARTÍNEZ MILLÁN (TURNEXO) | SECRETARÍA: CONCHA LÓPEZ

NEXO
editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:
 ☒ LOPE DE VEGA 13. 28014 MADRID
 ☎ (91) 369 41 00 | ☎ (91) 369 18 39
 ✉ MAIL: COORDINACION@NEXOTUR.COM

DIRECTOR GENERAL FINANCIERO Y ADMINISTRATIVO: JAVIER PASCUAL
DIRECTOR JURÍDICO Y DE PROPIEDAD INTELECTUAL: SANTIAGO MORATALLA
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 | CONTABILIDAD: JAVIER CONTRERAS
SUSCRIPCIONES: CONCHA LÓPEZ | BASES DE DATOS: MAR FERNÁNDEZ

PUBLICIDAD: DEPARTAMENTO PROPIO | NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)
 MADRID: MERCEDES LEÓN Y YOLANDA POLA | BARCELONA: PEPITA HERNÁNDEZ

SERVICIOS EDITORIALES: ABORDA SA Y ACONFISA (ASESORÍAS) | NEXOPUBLIC SRL (CONSULTORÍA) | NEXO CREATIVO (PUBLICIDAD) | TURNEXO (FERIAS) | NEXOTEL SRL (COMUNICACIONES) | NEXODATA (BASES DE DATOS) | GRÁFICAS DE PRENSA DIARIA (IMPRESIÓN) | COVERNET (INFORMÁTICA) | NATIONAL POST (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 mayorismo se mueve

EL MAYORISMO TIENE FUTURO. Se equivocaron quienes vieron en Internet el fin del viaje organizado. La turoperación, tanto receptiva como emisora, llevan años de crecimiento sostenido; aunque el emisor haya estado lastrado por el desplome del consumo.

Los resultados de las mayoristas de viajes españolas crecieron el pasado ejercicio un promedio del 8,5%. Un resultado condicionado por la debacle de Orizonia, cuya división de turoperadores tenía gran peso en el mercado emisor, y que ha permitido que todas las mayoristas de viajes crezcan de manera notable.

Travelplan, el turoperador de Globalia es ya el indiscutible número uno, al representar casi una cuarta parte de los 'paquetes' vendidos en el mercado emisor doméstico.

La mayorista de Pepe Hidalgo es la que más ha crecido cuantitativamente, al vender 43 millones de euros más, acercándose a los 600 millones de facturación, casi el 8% más que en 2012. De hecho, ya había alcanzado en ingresos al conjunto de turoperadores de Orizonia, encabezados por el otrora líder Iberojet. Bien es cierto que no hay datos de TurMundial, turoperador de Viajes El Corte Inglés, que no desagrega sus cifras de las ventas minoristas y *business*. Y que el responsable de la División de Viajes de Barceló se ha negado a facilitar sus resultados, pese al insistente requerimiento de información de la Redacción de NEXOTUR.

Con la única excepción de Mundosenior, que redujo las ventas en 15,5%, por el ajuste presupuestario en los viajes de la tercera edad, todas las mayoristas han crecido, muy especialmente la catalana Julià Tours y la mallorquina Soltour,

que han alcanzado los 216 millones (+19,4%) y los 202 millones (+25%), respectivamente, durante el año 2013.

Special Tours pasa en 2013 de 87 millones a 106 millones, manteniéndose ligeramente por encima de Panavisión, que subió desde 84 hasta 103 millones, cre-

ciendo ambos en torno al 22%. Si bien el mayor incremento de facturación lo protagonizó Mapa Tours, que vendió casi el 30% más, alcanzando los 94,5 millones.

A corta distancia se sitúan las dos históricas mayoristas de grandes viajes: Catai Tours, con 80 millones de euros (+7%), y Politours con 70 (+3%).

Muy por detrás están TUI Spain, con la marca Ambassador Tours, que no ofrece datos desglosados al cotizar en Bolsa, y New Traveller, que pasará

de siete a 20 millones de euros en 2014, haciéndose un hueco en el Ranking de Turoperadores de NEXOTUR.

Y si los resultados de las empresas protagonistas del auge del mayorismo doméstico —aunque haya sido a costa de la desaparición de Orizonia— son claramente positivos, el auge de la turoperación receptiva también se explica, en parte, por la desgracia ajena: el desvío de clientes a España de destinos mediterráneos desestabilizados por la Primavera Árabe.

Así, al importante incremento de los extranjeros que llegan a España en viajes organizados de turoperadores adquiridos en agencias, se suma ahora el cambio en la tendencia de la demanda caracterizado por el adelantamiento en las reservas ...y la compra de 'paquetes'.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

El auge de la llegada de turistas extranjeros con 'paquetes' de turoperadores adquiridos en las agencias, coincide con el adelanto de las reservas para el verano y la (aún presunta)

▲ CHECK-IN / RANKING ICCA 2013

España, potencia en MICE

España se mantiene como sede favorita para celebrar congresos internacionales, según el prestigioso 'Ranking ICCA 2013', de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, correspondiente al pasado ejercicio.

La buena noticia es que tanto Madrid como Barcelona mejoran sus posiciones, logrando por vez primera la capital de España el segundo puesto, y situándose Barcelona en el cuarto, como ciudades de congresos y convenciones internacionales.

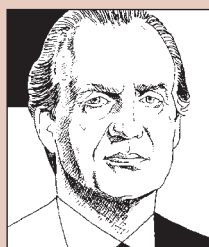
Aunque es necesario puntualizar que esta relevancia se obtiene por el número de congresos internacionales acreditados por Madrid ante ICCA (en buena parte por el Centro de Convenciones de la Feria de Madrid), pero en modo alguno contabilizando el número de delegados participantes en estos eventos, donde sí arrasa Barcelona.

Los macrocongresos han colocado a la Ciudad Condal en primera posición, con 122.877 delegados, muy por delante de Madrid que, con apenas 56.750 asistentes a sus eventos internacionales, se sitúa en el decimosegundo lugar de la tabla. Por detrás de Barcelona y por delante de Madrid figuran Ámsterdam (114.166 delegados), Estambul (112.175), Viena (101.714), Singapur (96.620), Londres (83.358), París (82.447), Berlín (72.570), Seúl (67.768), Lisboa (63.131) y Milán (62.712).

En países, España (562 congresos internacionales) logra el *bronze*, al situarse tercera en el *podium* mundial, tras Estados Unidos (829) y Alemania (722), por delante de Francia (527), Reino Unido (525), Italia (447), Japón (342) y China (340).

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Juan Carlos I

Don Juan Carlos ha abdicado en su hijo, el Príncipe Felipe, la Corona de España. El hasta ahora "Rey de todos los españoles", tal y como se autodefinió en su proclamación, ha prestado un especial interés hacia el Turismo. Las tradicio-



nales audiencias en palacio a CIMET han familiarizado al Sector con el monarca, al igual que las recepciones a Futuralia de Don Felipe, nuevo Rey de España, en las cuales siempre mostró una gran sensibilidad por el Sector Turístico.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / AIR COMET

Condena firme a Díaz Ferrán

La primera condena en firme de Gerardo Díaz Ferrán, quien fuera el primer agente de viajes español (junto a Gonzalo Pascual) como propietario de Viajes Marsans y otras redes minoristas, pone a las claras las prácticas del entonces mayor grupo turístico español. El ex presidente de CEOE cumplirá dos años y dos meses de prisión que en su día le impusiera el Juzgado Central Penal, al haber sido confirmada la pena por la Audiencia Nacional.

A la pena de cárcel, tanto Gerardo Díaz como su socio Antonio Mata suman la condena al pago de 99 millones de euros, equivalentes al fraude a la Hacienda pública al no ingresar el Impuesto de Sociedades a raíz de la compra de la aerolínea.

Una vez más, pese al perjuicio a miles de clientes (y el reguero de impagos) dejados en tierra por Air Comet, con una notable alarma social, ha sido un delito fiscal lo que les ha condenado a prisión.

Tras la confirmación de la condena, a cuenta de Air Comet, por parte de la Audiencia Nacional, son varias las causas pendientes en diversos Tribunales, incluyendo la de Aerolíneas Argentinas.

Continúa así, empresa a empresa y pleito a pleito, el proceso penal contra quienes llegaron a lo más alto en el Sector Turístico ...y en el Empresariado; siendo elegidos presidentes del Comité Nacional de Transportes, de los Consejos de Turismo y de Transportes de CEOE, de la Confederación Empresarial Madrileña (CEIM), y hasta de la mismísima Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). Un proceso judicial que perjudica al conjunto Asociacionismo Empresarial español.

Las primeras previsiones para 2014 nos hablaban de un avance hacia una ligera mejoría de la actividad congresual que confiamos se confirme durante el ejercicio / Los palacios de congresos realizan un importantísimo papel como generadores de riqueza / Inevitablemente, el Turismo de reuniones se ha visto afectado por la coyuntura económica durante el ejercicio 2013

«El Turismo de reuniones ha tenido unas cifras poco favorables en 2013»

José Salinas / Presidente de APCE

El presidente de la Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE), José Salinas, analiza la situación actual de los recintos asociados y detalla la actividad acogida el año pasado, su impacto económico y las previsiones para 2014. Además, presenta el próximo congreso de la asociación, que se celebrará en Pamplona el próximo mes de julio.

P.- ¿Cómo ve la situación actual del Turismo de reuniones en España? ¿Qué actividad han tenido los palacios de congresos españoles en 2013?

R.- Inevitablemente, el sector del Turismo de reuniones se ha visto afectado por la coyuntura económica, lo que se ha traducido en unas cifras de actividad poco favorables respecto a ejercicios anteriores. En 2013, en su conjunto, los recintos españoles APCE han celebrado un total de 4.682 eventos y 3.880.987 asistentes, lo que se traduce en un impacto económico que asciende aproximadamente a 1.200 millones de euros.

De estos eventos, 365 fueron congresos con la participación de 430.909 delegados, 294 fueron convenciones, con una asistencia de 265.519 personas y 1.051 jornadas con 468.492 asistentes. De estos datos podemos deducir que el número de congresos y convenciones nacionales e internacionales, núcleo de la actividad de los recintos, durante este último ejercicio 2013 se ha mantenido razonablemente estable. Aunque, se observa una ligera disminución en el número de congresos, algunos recintos muestran un leve ascenso en el número de convenciones celebradas. Y en cuanto al número de participantes, se registra un cierto descenso tanto en el ámbito asociativo como corporativo, especialmente en el ámbito internacional, lo que ha generado un pequeño descenso en las cifras de impacto económico respecto al año anterior.

P.- ¿Cómo prevé su evolución para este año y el futuro?

R.- Aparentemente, las primeras previsiones para 2014 nos hablaban de cierto avance hacia una ligera mejoría de la actividad congresual que confiamos se confirme durante el ejercicio y permita establecer una leve mejoría del Sector. Para contribuir a esa mejora, desde APCE siempre hemos defendido que de cara al futuro debemos seguir insistiendo en mantener una oferta de calidad, innovadora y tecnológicamente puntera, que nos permita diferenciarnos de la competencia y mantenga nuestro posicionamiento. En el actual contexto, el papel que los palacios

cios ejercen en nuestro país es más significativo aún si cabe.

P.- ¿Cuál es el impacto de un palacio de congresos sobre el municipio donde se ubica?

R.- Tras un análisis en profundidad de cada destino que permita adaptarse a la demanda y una gestión eficiente, los palacios de congresos, y así lo ha defendido siempre la APCE, realizan un importantísimo papel como dinamizadores del Turismo de reuniones, desestacionalizadores del Turismo tradicional y generadores de riqueza para las ciudades en las que se construyen.

Son además motores de transformación urbana, en cuyo diseño se ha apostado por autores nacionales e internacionales de renombre y constituyen edificios emblemáticos de gran atractivo arquitectónico.

Como dato, en los últimos cinco años, el impacto generado ha sido aproximadamente de 7.500 millones de euros, unas cinco veces más que el valor de la construcción de los edificios pertenecientes a APCE. Además, en términos de empleo, los palacios de congresos generan unos 3.000 puestos de trabajo entre personal propio y subcontratado.

También constituyen un instrumento de promoción internacional y de proyección de imagen de nuestro país en el exterior, dado el elevado número de asistentes internacionales que reciben. Según estudios realizados, el 80% de los grandes congresos que rotan



por Europa incluyen España en su circuito y tres de cada cuatro eligen un palacio de congresos como sede.

P.- ¿Cuántos palacios de congresos componen la asociación?

R.- Actualmente forman parte de la APCE 35 palacios repartidos por toda la geografía española, cifra significativamente superior al número de miembros fundadores que en 1995 era de 21. Actualmente hemos recibido algunas expresiones de interés por parte de varios palacios de congresos para incorporarse a la asociación. Estas solicitudes son atendidas en función de la recepción de la documentación que acredita los requisitos de ingreso.

P.- ¿Qué beneficios ofrece APCE a sus asociados?

R.- Desde APCE se ha contribuido a la creación de una imagen de marca que añade valor a nuestras instalaciones y servicios y supone un referente en el Turismo de reuniones en España. Además, la asociación proporciona un apoyo a la comercialización, a través del diseño de herramientas para la captación de negocio como APCE Data, una base de datos con gran potencial, que recoge congresos y convenciones

celebrados en España desde el año 2000, favoreciendo la toma de decisiones del equipo comercial.

La presencia de datos estadísticos que año a año aglutina la Asociación, dan oportunidad a la elaboración de estudios de mercado que aportan información de interés a los palacios de congresos en relación a las nuevas tendencias y la situación del Turismo de reuniones en España. Por otro lado, existen otro tipo de acciones para la formación y el intercambio de experiencias de los profesionales como el Congreso Anual, cuya XII edición se celebrará el próximo mes de julio en Pamplona.

En cuanto a las acciones online, nuestra newsletter electrónica, la página web, nuestro directorio, han cobrado una nueva dimensión y son difundidas en formato virtual para su consulta. Existen también otro tipo de acciones como la presencia en las ferias más importantes o elementos de promoción y marketing, como nuestro premio APCE, que apoyan los intereses de promoción de los palacios.

P.- ¿Cuáles son los requisitos para poder formar parte de la APCE? ¿Existe actualmente algún proceso abierto o solicitud de admisión?

R.- Todos aquellos palacios de congresos o recintos equivalentes, cuyo objetivo fundamental sea la celebración de congresos, convenciones y reuniones en general, que dispongan de los medios tecnológicos necesarios para su buen desarrollo, así como de unas mínimas instalaciones para la celebración de grandes reuniones pueden formar parte de APCE. Además, en el momento de ingresar como asociado se deberán haber celebrado en el recinto un mínimo de cinco congresos o convenciones nacionales o internacionales con una asistencia mínima de 500 asistentes.

P.- Hablando del próximo congreso de APCE, ¿en qué fechas se celebrará y cuál es la sede?

R.- El XII Congreso de la Asociación de Palacios de Congresos de España tendrá lugar los días 3 y 4 de julio de 2014 en el Palacio de Congresos y Auditorio de Navarra, Baluarte.

P.- ¿Cuáles van a ser los principales temas a tratar?

R.- El Congreso Anual de APCE es una cita inmejorable para la puesta en común y el debate, con ponentes de primer nivel y los responsables de los principales recintos del país que se desarrollará bajo el título 'Tiempo de reflexión'.

El programa contiene toda una serie de ponencias, talleres y sesiones plenarias que abarcarán temas tan actuales como los modelos de explotación y benchmarking referente a la tecnología wifi, la seguridad integral de los recintos y los futuros modelos de negocio de los palacios de congresos. Además, se desarrollarán distintos foros paralelos orientados a temas comerciales y técnicos.

APCE contribuye a crear imagen de marca

Actualmente forman parte de la APCE 35 palacios repartidos por toda la geografía española, cifra significativamente superior al número de miembros fundadores que en 1995 era de 21. Desde la asociación se ha contribuido a la creación de una imagen de marca que añade valor a nuestras instalaciones

y servicios y supone un referente en el Turismo de reuniones en España. Además, la asociación proporciona un apoyo a la comercialización, a través del diseño de herramientas para la captación de negocio como APCE Data, una base de datos

con gran potencial, que recoge congresos y convenciones celebrados en España desde el año 2000, favoreciendo la toma de decisiones del equipo comercial.

La presencia de datos estadísticos que año a año aglutina la asociación, dan oportunidad

a la elaboración de estudios de mercado que aportan información de interés a los palacios de congresos en relación a las nuevas tendencias y la situación del Turismo de reuniones en España. Por otro lado, existen otro tipo de acciones para la formación y el intercambio de experiencias de los profesionales.



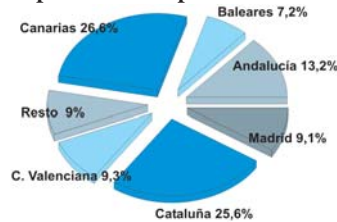
✎ JOSÉ SALINAS

ESCAPARATE

El uso del viaje organizado crece un 14% hasta abril

En el primer cuatrimestre del año, el uso del 'paquete' turístico ha aumentado un 16,5%. De esta manera, según TurEspaña concentra el 30,4% de las entradas, lo que supone 4,6 millones. **Pag. 32**

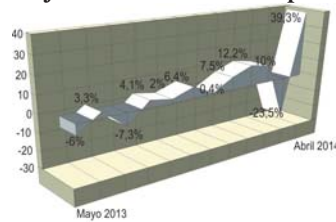
Reparto de turistas por Comunidades



Aumenta un 8% la cifra de españoles que viaja

Entre enero y abril, los españoles han realizado un 7,8% más de viajes. Destacan los desplazamientos al extranjero. Crecen en este periodo los viajes de fin de semana y, especialmente, los de Semana Santa. **Pag. 13**

Viajes de los residentes en España



El tráfico aéreo mundial se incrementa un 7% en abril

Las compañías aéreas han transportado en abril un 7,5% más de pasajeros que en 2013, según IATA. Se trata de un aumento mucho más intenso que los registrados en los meses anteriores. **Pag. 7**

PRONTUARIO

Orientación hacia las personas

TRABAJAR EN **MARKETING** en el Sector Turístico es una experiencia apasionante, y un reto constante. Y a pesar de llevar más de 15 años trabajando en él, sigo dedicándome a ello con la misma pasión de mis inicios, ya que es un sector en continua evolución. La clave está en seducir al cliente para captar su atención. Pero es una tarea con cierto grado de dificultad, debido fundamentalmente a la fragmentación de los medios y a la saturación publicitaria. También está en fidelizar a los clientes. Y la mejor herramienta es superar constantemente sus expectativas.



© VIRGINIA MUÑOZ

Todo ello sin olvidar un correcto posicionamiento de nuestra marca en la mente de nuestro público objetivo, asociándola a unos valores compartidos y estableciendo un vínculo emocional. Un enfoque centrado en el cliente añade valor diferencial a la empresa.

Son pocas las marcas que logran establecer una relación fuerte con el cliente y las que lo logran son las que ponen al consumidor por delante de sus intereses comerciales. Es más importante conectar que vender, porque la conexión asegura la venta, la fidelidad, el compromiso y la lealtad.

Siguiendo esta filosofía, Nautalia ha renovado su imagen corporativa, con un nuevo concepto creativo: Nautalia. Conecta con tu mundo. En nuestra campaña de verano estamos utilizando una tendencia mundial, el *selfie*, que nos acerca a nuestros clientes, al utilizar valores compartidos con él. Todo ello con un lenguaje fresco, cercano y accesible, aportando un aire muy actual a la marca. En definitiva, creo firmemente que las tendencias del Marketing deben pasar una mayor orientación hacia las personas.

© Virginia Muñoz es directora Marketing y Comunicación de Nautalia.

Un centenar de profesionales del Sector se darán cita durante las III Jornadas Técnicas de CEAV

Expertos debatirán sobre el futuro de la distribución, los cambios en el IVA y las posibilidades de Spain.info

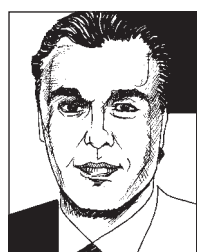
CEAV reunirá a unos 100 profesionales en sus III Jornadas Técnicas, que tendrán lugar del 12 al 15 de junio en Gran Canaria. El evento abordará cues-

iones de vital importancia y tendrá un enfoque eminentemente práctico, buscando "ayudar a los agentes de viajes", afirma el presidente de la Con-

federación. Destaca que se darán las claves sobre los cambios que traerá consigo la sentencia contra la normativa de IVA vigente en España.

Gran Canaria albergará las III Jornadas Técnicas de CEAV. El evento, que tendrá lugar del 12 al 15 de junio en la isla, abordará la situación actual y los importantes desafíos a los que se enfrenta un sector estratégico de la actividad turística, como es el de agencias de viajes. Organizado con el apoyo del Patronato de Turismo del Cabildo de Gran Canaria, congregará a unos 100 profesionales del Sector, según estimaciones de la propia Confederación.

En declaraciones a NEXOTUR, su presidente, Rafael Gallego, destaca que "el principal objetivo de la jornada será ayudar a los agentes de viajes", debido a su enfoque eminentemente práctico. Por ejemplo, el responsable de CEAV destaca que se darán las claves sobre los cambios que traerá consigo la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea contra la normativa de IVA vigente en España, así como los posibles efectos de la modificación de la Directiva de Me-



Rafael Gallego

diación de Seguros. Gallego también revela que "se expondrán modelos de éxito en el Sector para contribuir a recuperar la rentabilidad", mostrando las ventajas que implica la pertenencia a Grupos comerciales y franquicias.

El viernes 13 de junio, tras la inauguración de las jornadas y la presentación del destino Gran Canaria, se abordarán los diferentes modelos de negocio que marcarán el futuro de la distribución. Asimismo, se profundizará en el conocimiento del 'portal' www.spain.info, dando a conocer las grandes posibilidades que ofrece a las agencias de viajes. Otro de los temas que centrarán las jornadas será la comercialización online y la importancia de las redes sociales.

Posibilidades de Spain.info

La sesión del sábado 14 de junio se abrirá con una de las mesas de mayor relevancia. Uno de los mayores expertos en fiscalidad de España,



Gran Canarias será la sede en esta edición de las jornadas de la Confederación.

David Gómez Aragón, analizará los cambios en el Régimen Especial de Agencias de Viajes (REAV) a raíz de la sentencia condenatoria del 26 de septiembre de 2013 del Tribunal de Justicia de la Unión Europea. Posteriormente, la vicepresidenta de la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA), Eva Blasco, dará a conocer los posibles efectos de la revisión de la Di-

rectiva de Mediación de Seguros. También tendrá lugar la presentación de la marca comercial del Clúster de Turismo Sanitario, Spaincares, mientras que la sesión de trabajo concluirá con la presentación del resultado de la encuesta sobre la implementación de una solución alternativa aseguradora a las garantías bancarias de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA).

Los pagos de los españoles para viajar al extranjero crecen en marzo por undécimo mes consecutivo

Han desembolsado en torno a 900 millones de euros, lo que supone un 12% más

Los pagos de los españoles para viajar al extranjero vuelven a crecer en marzo, encadenando ya 11 meses consecutivos de subidas. Y ello a pesar de que la actividad turística se ha visto afectada en dicho mes por el retraso de la Semana Santa a abril, lo que se ha reflejado en los principales indicadores turísticos.

Según la Balanza de Pagos, elaborada por el Banco de España, los residentes en España han destinado a este tipo de desplazamientos

900 millones de euros, cifra un 12,5% superior a la alcanzada en el mismo mes del año anterior. En el periodo acumulado se produce un incremento del 4,2%, con un total de 2.500 millones de euros.

Estancamiento de los ingresos

A diferencia del emisor, el Turismo receptivo se estanca durante el mes de marzo, con un total de 2.900 millones de euros, cifra idéntica a la

registrada en el mismo mes del año anterior. Mientras tanto, en los tres primeros meses del año el gasto en viajes de los turistas extranjeros asciende a 8.200 millones de euros, lo que supone un crecimiento interanual del 3,8%.

El superávit del apartado Turismo y viajes se sitúa en marzo en 2.100 millones de euros, igualando el resultado del año anterior. En el acumulado sube hasta los 5.700 millones, un 3,6% más.



En el primer trimestre crece 4%.

Mata será consejero asesor de Global Touroperación

Global Touroperación (antes Pullmantur Touroperador) ha nombrado a Luis Mata consejero asesor. El ex director de la división mayorista de Globalia será el encargado de impulsar la comercialización de sus productos, tanto actuales como nuevas líneas. La dirección recae en Ricardo Moreno, quien llevaba cuatro años como director de contratación y producto en Pullmantur.

Tramitación electrónica obligatoria en Canarias

El Gobierno de Canarias establece la tramitación electrónica obligatoria para el inicio, modificación o cese de actividades de intermediación turística y agencias. Cumple así con el Decreto 37/2014, de 9 de mayo, mediante el cual la presentación de comunicaciones, declaraciones, solicitudes y escritos se hará, exclusivamente, por registro electrónico.

Norwegian prevé traer 700.000 nuevos turistas

Norwegian ha inaugurado su base de operaciones en Madrid, que se suma a las ya operativas en Alicante, Barcelona, Málaga, Las Palmas y Tenerife. La consejera de Empleo, Turismo y Cultura, Ana Isabel Mariño, ha destacado que su apertura "se alinea con nuestro objetivo de desarrollo de un modelo equilibrado de conectividad de 'bajo coste', más adaptado a la demanda global actual".

Ifema ayuda al ascenso de Madrid en 'ranking' ICCA

La actividad congresual de Ifema ha contribuido decisivamente en 2013 a la mejora de Madrid en el *ranking* mundial de congresos internacionales. Según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), la capital de España alcanzó en 2013 el segundo puesto en dicho ranking, situándose sólo por detrás de París y manteniendo su liderazgo como destino español de MICE.

ICTE lanza la primera campaña público y privada

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Turismo, el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), nueve Comunidades autónomas (La Rioja, Asturias, Cantabria, Castilla y León, Aragón, Extremadura, Galicia, Comunidad Valenciana y Murcia) y empresas del Sector han presentado la campaña 'Experiencias que dejan marQa'. Por primera vez, los sectores público y privado se unen para promocionar la calidad turística en España y concienciar a los turistas de la importancia de exigir siempre los mejores servicios.

"Esta campaña demuestra de nuevo el respaldo de todo el Sector Turístico, tanto público como privado, a la 'Q' como única marca de calidad turística", ha manifestado el presidente del ICTE, Miguel Mirones. "ICTE ha coor-



Isabel Borrego y



Miguel Mirones

dinado esta campaña, pero sin el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo, de las Comunidades y empresas certificadas participantes, la misma hubiese sido imposible de realizar", reconoce.

Fortaleza del Sector

Por su parte, la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, se ha mostrado muy satisfecha por haber sacado adelante una campaña de colaboración público-privada, porque "en tiempos de crisis, estamos remando todos en el mismo sentido". "Es una claro ejemplo de la fortaleza del Sector y su madurez", sostiene la titular de Turismo, al mismo tiempo que defiende que "la calidad turística española, representada por la 'Q', es el elemento diferencial de nuestro Sector".

Piñero: 'Hemos trabajado duro para afrontar una coyuntura económica complicada en los mercados'

El grupo finalizó 2013 con una cifra de negocio de 576 millones de euros

Piñero confía "en la recuperación de Europa y en el buen comportamiento de los principales países emisores". En una entrevista concedida a NEXOTUR, el

presidente del grupo Piñero destaca que "hemos conseguido superar los objetivos", alcanzando un Ebitda de 111 millones y una facturación de 576,4 millones.

El grupo Piñero finalizó 2013 con un volumen de negocio de 576,4 millones de euros, lo que representa un incremento interanual del 7%, mientras que su Ebitda (resultado bruto de explotación) ascendió a 111 millones. Así lo revela en una entrevista concedida a NEXOTUR



Pablo Piñero

su presidente, Pablo Piñero, quien destaca que "hemos conseguido superar los objetivos, que fueron precavidos dadas las circunstancias de los mercados".

El directivo recuerda que "hemos trabajado muy duro para afrontar una coyuntura económica complicada, incidiendo en la rentabilidad y apostando por crecer en calidad y en la segmentación de nuestro producto". "A lo largo de 2013 creamos el concepto family y mejo-

ramos nuestra oferta en incentivos, grupos y bodas, entre otros, así como el entorno *web* y los canales de venta", explica.

Para el presente ejercicio, Piñero confía "en la recuperación de Europa y en el buen comportamiento de los principales países emisores de Turismo". No obstante, aclara que "siguiendo con nuestra habitual cautela, nos marcamos como objetivo para este 2014 un Ebitda de entre 100 y 110 millones de euros".

Las agencias venden el 90%

Sobre la relación de su grupo con el canal de agencias de viajes, destaca en primer lugar que "representa actualmente el 90% de nuestras ventas". "Se ha notado un incre-

mento de las agencias online respecto al resto", apunta al respecto.

Preguntado por la creciente apuesta por la desintermediación, Piñero indica que "por el momento hay que seguir pensando en mediadores que sepan informar de manera experta, directa y personalizada a los clientes de las cualidades de cada oferta". "Ahora bien, hace solo unos años era impensable que alguien se sacara un billete de avión telemáticamente y hoy es una realidad generalizada", remarca, al mismo tiempo que recuerda que "las nuevas tecnologías avanzan a velocidad de vértigo y propician cambios culturales y de costumbres difícilmente imaginables". Por todo ello, sentencia que "debemos estar preparados para responder con la flexibilidad y rapidez necesarias a los repentinos cambios en los mercados".

CEAV considera que la recomendación de Exteriores de no viajar a Tailandia 'es exagerada' y reclama una actualización

Busca 'evitar una situación de preocupación generalizada', ya que podría conllevar 'graves perjuicios al Sector'

CEAV entiende que la recomendación de no viajar a Tailandia, emitida por Exteriores, "es exagerada". "Hay otros destinos con una situación mucho más delicada en los que solo aconseja pru-

dencia", recuerda la Confederación, que pide que "se actualice con la mayor brevedad posible". Turismo de Tailandia revela que el toque de queda ha sido levantado en tres de los principales

destinos: Pattaya, Ko Samui y Phuket. Asegura que "este movimiento demuestra el compromiso del Consejo Nacional para la Paz y la Orden (NCPO) para promover el Turismo".

CEAV reclama al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación que actualice "con la mayor brevedad posible" la recomendación de no viajar a Tailandia, vigente desde el pasado 22 de mayo. En una carta remitida al ministro José Manuel García-Margallo, el consejo directivo de la Confederación tilda de "exagerada" dicha recomendación y expone que "hay otros destinos con una situación mucho más delicada en los que únicamente se aconseja prudencia".

En el escrito, explica que su objetivo es "evitar una situación generalizada de preocupación en los viajeros", ya que esto podría conllevar "graves perjuicios al Sector de agencias de viajes español". Además, recuerda que "ha reinado la completa

normalidad y tranquilidad en lo que a la seguridad de ciudadanos y visitantes se refiere". "Todos los comercios, atracciones turísticas y servicios se encuentran en pleno funcionamiento durante las horas permitidas por el toque de queda y el ejército se encarga únicamente de evitar que haya concentraciones de carácter político que puedan afectar a la estabilidad del país", aclaran.

Por su parte, Turismo de Tailandia revela que el toque de queda ha sido levantado en tres de los principales destinos: Pattaya, Ko Samui y Phuket. Al respecto, asegura que "este movimiento demuestra el compromiso del Consejo Nacional para la Paz y la Orden (NCPO) para promover el Turismo, que es clave para

el crecimiento económico de Tailandia". El resto de destinos permanecen bajo un toque de queda diario (entre las 00.01 y las 04.00 horas), "pero dado que son las horas en las que los turistas se encuentran en sus hoteles, no afecta en absoluto a la actividad turística", informan.

Sobre Bangkok, Turismo de Tailandia afirma que "la normalidad ha vuelto a todas las áreas y hay una presencia militar limitada sobre ciertas calles, apenas visible". Finalmente, el organismo de promoción indica que el Ministerio de Asuntos Exteriores tailandés está aplicando sus protocolos con las diferentes embajadas en el extranjero, incluyendo la embajada en España, con el fin de que sus recomendaciones reflejen la realidad.



CEAV insiste en la normalidad y tranquilidad del país.

TravelOfertas de Bookingfax se lanza en Italia y Argentina

Bookingfax lanza TravelOfertas en Italia y Argentina. La aplicación para móviles, que permite disponer de las ofertas y promociones que lanzan las agencias de viajes y operadores turísticos, vio la luz en España hace dos meses. De momento está disponible para Android, en breve se lanzará para iOS y Windows Phone. Según la empresa, la acogida del público italiano a la aplicación "ha sido muy buena". En Argentina, el lanzamiento es más reciente, pero "los datos apuntan al mismo éxito", informan.

Etihad Airways anuncia su entrada en el capital de Alitalia

Etihad Airways entrará en el capital de Alitalia. La compañía aérea ha presentado, tras varios meses de negociaciones con sus accionistas, una carta con las condiciones y criterios para invertir en Alitalia. Etihad Airways estaría dispuesta a adquirir el 49% de sus acciones, inyectando cerca de 500 millones de euros, según los medios italianos. El Gobierno italiano ha reconocido la importancia estratégica de esta operación y ve favorablemente la colaboración.

IATA revisa a la baja sus previsiones para 2014 y estima unas ganancias de 13.225 millones

‘Hay un desfase entre el valor que aporta la industria y la recompensa que recibe’, denuncia Tyler

Las aerolíneas ganarán unos 13.225 millones de euros en 2014, 5.548 millones más que en 2013, según las previsiones de IATA, que ha revisado a la baja la cifra

publicada el pasado mes de marzo. Al respecto, su director general advierte de que el sector aéreo "sigue cargado por los altos impuestos y la escasa rentabilidad".

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) revisa a la baja sus previsiones de beneficios para el cierre de este año. Según sus cálculos, las compañías aéreas cerrarán 2014 con un beneficio global de unos 13.225 millones de euros, frente a los casi 13.740 que estimó en su anterior informe del pasado mes de marzo. Pese a este descenso, la cifra de 2014 es notablemente superior a la registrada en los dos años anteriores, cuando las ganancias ascendieron a 7.677 millones (2013) y 4.481 millones (2012).

En el marco de la junta general de accionistas, celebrada en Doha (Qatar), el director general y consejero delegado de IATA, Tony Tyler, ha denunciado que el sector aéreo "sigue cargado por los altos impuestos y la escasa rentabilidad", lo que provoca que "el margen de beneficio sea solo del 2,4%". A su juicio, "hay un desfase entre el valor que aporta esta industria a la economía y la recompensa que recibe por parte de los gobiernos". Por ello, demanda una regulación que facilite el desarrollo de la aviación y una carga tributaria "razonable".

Aerolíneas norteamericanas

Por mercados, las compañías aéreas de Norteamérica obtendrán los mejores resultados, alcanzando según IATA un beneficio de 6.759 millones de euros, con un margen del 4,3%. Por su parte, las europeas, que siguen afectadas por los elevados costes regulatorios y de infraestructuras, ganarán 2.057 millones de euros, con un margen del 1,3%. Sobre esta región, IATA advierte del impacto negativo que supone la deficiente implementación del cielo único europeo.

Las compañías aéreas de Asia-Pacífico superan a las europeas, alcanzando un beneficio de 2.350 millones de euros, con un margen del 1,6%. Mientras tanto, IATA destaca que las de Oriente Medio ganarán 1.175 millones, con un margen del 2,6%. Finalmente, las latinoamericanas alcanzarán los 733 millones (3%) y las aerolíneas africanas rondarán los 73 millones (0,8%).

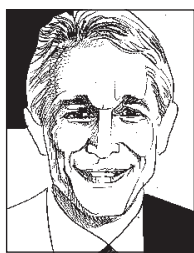


El sector aéreo 'sigue cargado por los altos impuestos y la escasa rentabilidad'.

El tráfico mundial de pasajeros se incrementa un 7% en abril

El tráfico de pasajeros crece con mayor intensidad en abril. Según los datos de la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA), en el cuarto mes de 2014 se ha experimentado un incremento del 7,5% en comparación con el año anterior, frente a la mejora del 2,9% que se registró en marzo. No obstante, el lobby aéreo reconoce la influencia del cambio de fechas de la Semana Santa, que en 2013 se celebró en marzo.

El aumento de la demanda está por encima del de la capacidad de las compañías aéreas, que sube un total de 5,8 puntos porcentuales. Esto provoca que el factor de ocupación crezca en 1,2 puntos, situándose en el 79,4%. "El aumento de la demanda en abril ha sido una agradable sorpresa ante la moderación de los últimos meses, pero no está claro si dicha aceleración es sostenible", apunta el director general y consejero delegado de IATA, Tony Tyler, quien añade además que la fuerte



Tony Tyler

demanda de este mes "refuerza la importancia de la aviación como un facilitador del crecimiento económico mundial y la creación de empleo".

El tráfico internacional se ha incrementado un 8,5% en abril, siendo Oriente Medio el mercado que más aporta

a este crecimiento, con una tasa favorable del 18,6%. Le siguen las aerolíneas latinoamericanas, que muestran un avance interanual del 8,2%, y las europeas, con una variación del 7,9%. Por detrás están las compañías aéreas de Asia-Pacífico, Norteamérica y África, con aumentos del 6,7%, 4,9% y 3,9%, respectivamente.

Por su parte, el tráfico doméstico experimenta un repunte del 5,8%. Brasil, China y Rusia vuelven a crecer por encima de dos dígitos, sosteniendo estos tres mercados la evolución favorable de las conexiones nacionales. Mientras tanto, Japón sufre una desaceleración, registrando en abril un avance del 5,4% en comparación con el año anterior.



Select

¡Con más alcance y coberturas que nunca!

Porque el viajero es cada vez más exigente, hemos actualizado nuestro seguro estrella con más y mejor protección. Para que nada limite el placer de unas vacaciones.

Select ahora ofrece:

- **Gastos Médicos:**
60.000 € (Mundo), 30.000 € (Europa*) y 1.500 € (España)
- **Gastos de Anulación:**
4.000 € (Mundo), 2.000 € (Europa*) y 1.000 € (España)
- **Reembolso de Vacaciones:**
4.000 € (Mundo), 2.000 € (Europa*) y 1.000 € (España)
- **Cobertura de Equipaje:**
2.000 € (Mundo), 1.200 € (Europa*) y 750 € (España)
- **Nuevas coberturas:** Además ahora cubrimos gastos en áreas de descanso por demoras, damos cobertura de gastos médicos al acompañante desplazado y ofrecemos segunda opinión médica.

Y, como siempre, recuerda que Select cubre también accidentes, demoras, repatriación, responsabilidad civil y defensa legal, pudiendo ampliar los límites de las garantías principales cuanto necesite.

Porque queremos seguir siendo líderes.

* Incluidos países ribereños al Mediterráneo

www.erv.es



The travel insurer of ERGO



You travel. We care.

Los grandes turoperadores españoles ponen fin a dos años de caídas y facturan un 8% más en 2013

Travelplan se convierte en la primera mayorista del país con un volumen de negocio cercano a los 600 millones

Los nueve primeros turoperadores nacionales acaban 2013 con una cifra de negocio de 1.731,4 millones de euros, lo que representa un incremento interanual del 8,5%. A la cabeza

del ranking se sitúa Travelplan, que escala una posición debido a la desaparición de la división mayorista de Orizonia, que hasta 2012 lideró la tabla. Destacan en este ejercicio los

crecimientos de dos dígitos de Julia Tours, Soltour, Special Tours y Panavisión, mientras que Mundosenior es la única empresa que no alcanza los resultados de 2012.

Ranking NEXOTUR de Grandes Mayoristas de Viajes Españolas

EMPRESAS	VENTAS 2013	VENTAS 2012	2013 / 12	VENTAS 2011	2012 / 11	VENTAS 2010	2011 / 10	VENTAS 2009	2010 / 09	VENTAS 2013 / EMPLEADOS 2013
1 Travelplan	588,0	545,0	7,9%	648,0	-15,9%	735,0	-11,8%	672,0	9,4%	SD
2 Mundosenior	271,4	321,2	-15,5%	318,8	0,8%	357,6	-10,9%	365,4	16,1%	2,63
- Grupo Barceló		NFD	NFD	NFD	NFD	NFD	NFD	NFD*	NFD	NFD
3 Grupo Julià	216,3	181,2	19,4%	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD
4 Soltour	202,2	161,8	25,0%	193,5	-16,4%	177,0	9,3%	314,6	-43,7%	SD
5 Special Tours	106,0	87,0	21,8%	SD	SD	SD	SD	SD	SD	0,74
6 Panavisión	103,0	84,2	22,3%	115,3	-27,0%	113,6	1,5%	108,2	5,0%	1,19
7 Mapa Tours	94,5	72,9	29,6%	63,4	15,0%	61,5	3,1%	SD	SD	SD
8 Catai Tours	80,0	75,0	6,7%	83,0	-9,6%	80,3	3,4%	72,6	10,1%	SD
9 Politours	70,0	68,1	2,8%	72,0	-5,4%	76,8	-6,3%	68,1	12,8%	SD
TOTAL	1.731,4	1.596,4	8,5%	1.494,0	-11,1%*	1.601,8	-6,7%	1.600,9	0,1%	1,19

Fuente: Nexodata y empresas. Las ventas figuran en millones de euros. SD: sin datos. NFD: no facilita datos. *: La variación no incluye los datos de Grupo Julià y Special Tours.

© NEXOTUR (Prohibida la reproducción total o parcial)

Después de un 2012 marcado por el proceso de cierre de Orizonia, que trajo consigo la desaparición de la mayor división de turoperación del país, el negocio de las mayoristas de viajes muestra una tendencia favorable en 2013. Según los datos recabados por NEXOTUR, la facturación de las nueve primeras marcas asciende a 1.731,4 millones de euros, frente a los 1.596,4 millones de 2012, lo que supone un crecimiento del 8,5%. De las nueve empresas con más peso en el mercado español (exceptuando a la división de turoperadores del Grupo Barceló, cuyas cifras no han sido facilitadas a pesar de los requerimientos de este periódico), tan solo Mundosenior registra un retroceso interanual, mientras que cinco de los turoperadores que han sido objeto de análisis experimentan un repunte de dos dígitos.

Una vez consumado el cierre de Orizonia, que solicitó el concurso de acreedores a principios de 2013, la división mayorista de Globalia escala hasta la primera posición del 'Ranking NEXOTUR de Mayoristas de Viajes'. Travelplan ha finalizado el año con un volumen de negocio de 588 millones de euros, un 7,9% más que en 2012, cuando alcanzó los 545 millones de euros. Al respecto, el presidente del grupo turístico, Juan José Hidalgo, revela que la "buena coordinación entre la división mayorista y la aérea ha permitido a la primera aprovechar con éxito la apertura de nuevos destinos, tanto en América y El Caribe como en Europa". Otro rasgo destacado del ejercicio ha sido el afianzamiento de la marca Latitudes como proveedora de 'paquetes' vacacionales exclusivos.

Por detrás de Travelplan aparece Mundosenior, cuya facturación cae hasta los niveles más bajos desde que la crisis económica comenzó a incidir en el consumo de viajes. Esta Unión Temporal de Empresas (UTE),

participada al 50% por Viajes Barceló y Halcón (a raíz de la desaparición de Vibo Viajes), ha concluido 2013 con una cifra de negocio de 271,4 millones de euros, lo que supone un retroceso del 15,5% respecto al ejercicio anterior. Cabe recordar que el presupuesto de los viajes del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (Imsero), que se mantiene como su actividad principal, se ha reducido de forma drástica en los últimos años.

La tercera posición del ranking es para la división de Turismo del Grupo Julià. Liderada por la marca Julià Travel, esta línea de negocio concluye 2013 con una cifra de negocio de 216,3 millones de euros, lo que supone un incremento del 19,4% respecto al año anterior, cuando se situó en 181,2 millones.

Soltour crece un 25%

Le sigue Soltour con 202,2 millones de euros, un 25% más que en 2012 cuando se quedó en 161,8 millones.

Sobre la evolución de este turoperador, el presidente del Grupo Piñero, Pablo Piñero, explica que "después de algunos años complicados en el Sector, ha vuelto a tener resultados positivos". "El reajuste que ha habido en el mercado por la salida de algunos jugadores propició una subida de precios que impulsó la rentabilidad de las ventas", añade el propietario del grupo turístico. Además, avanza que para este año "hemos decidido fortalecer el turoperador con más ofertas y productos presentes en el mercado, porque detectamos la posibilidad de aumentar el negocio y cubrir vacíos que otros han dejado". "Creemos que la coyuntura actual nos ofrece un recorrido que no podemos desperdiciar", sentencia.

Special Tours se estrena en el ranking ocupando la quinta plaza. El turoperador dirigido por Carlos Jiménez, que en mayo de 2013 se incorporó al mercado español, ha facturado en 2013 106 millones de euros, un 21,8% más que en 2012, cuando

facturó 87 millones. No obstante, cabe aclarar que la gran mayoría de sus ventas corresponden al mercado americano, donde lleva operando desde hace más de 40 años. En declaraciones a NEXOTUR, Jiménez señala que "el retorno que hemos tenido a España ha sido mejor de lo esperado". Así, se muestra convencido de que 2014 "será el año de nuestra consolidación en este mercado". A nivel global, para 2014 se marca como objetivo llegar a 120 millones.

Panavisión, turoperador dirigido por Emilio Ibáñez, aparece en el sexto lugar del 'Ranking NEXOTUR de Mayoristas de Viajes' con una facturación de 103 millones de euros. Esta cifra supone un aumento del 22,3% respecto a 2012.

La séptima plaza es para Mapa Tours. Formado por las marcas Mapa Plus, Pegatur y Mapa Tours, el grupo español finaliza 2013 con una facturación de 94,5 millones de euros, un 29,6% más que en 2012, cuando alcanzó 72,9 millones. Esta cifra está

por encima de sus previsiones iniciales, establecidas en 90 millones de euros. Según la dirección, "tal y como van las ventas y habiendo analizando el primer cuatrimestre del año 2014, estimamos un crecimiento para el 2014 del 24%". De confirmarse esta cifra, su volumen de negocio ascendería a 117 millones de euros. En cuanto a los mercados, Asia ha sido el que más ha crecido, destacando la elevada demanda de los productos del grupo en países como Vietnam, India y China. Por otro lado, Mapa Tours destaca el "comportamiento muy dinámico" que viene experimentando el mercado español, con un aumento de la facturación del 20% hasta el 30 de abril.

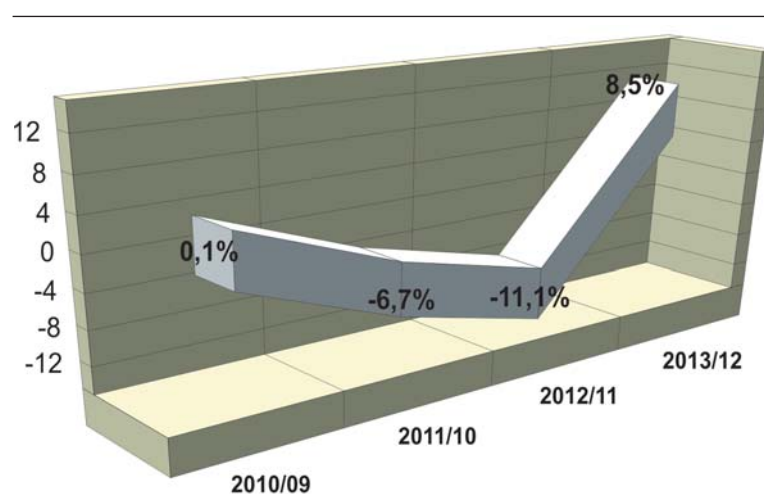
Catai, líder en grandes viajes

Por su parte, Catai Tours se mantiene como el turoperador líder en el segmento de los grandes viajes, alcanzando una cifra de negocio de 80 millones de euros en 2013, un 6,7% más que en el año anterior. A juicio de su director general, Fernando Sánchez, "creo que podríamos hablar del inicio de la recuperación del emisor, pero con mucha cautela". Según expone, "hay una sensación de mayor optimismo y eso afecta a todos los sectores", por lo que se atreve a predecir "una recuperación paulatina de la demanda". El directivo explica que detrás del repunte de 2013 está, principalmente, la evolución del negocio en el segundo semestre, que "ha sido muy positivo".

La última posición de la tabla es para Politours. El ejercicio contable de esta mayorista de viajes perteneciente a Manuel Buitrón, comprendido entre noviembre de 2012 y octubre de 2013, concluye con una cifra de negocio de 70 millones de euros. Esto supone un crecimiento del 2,8% en comparación con los resultados obtenidos en el año anterior, cuando facturó 68,1 millones.

Las mayoristas facturan 135 millones de euros más

El reparto del mercado a raíz del cierre de Orizonia, así como la reactivación del consumo que se ha producido en el segundo semestre del año, explican la buena marcha del negocio de los turoperadores nacionales, cuya facturación ha aumentado en 135 millones respecto a 2012. El crecimiento del 8,5% registrado en 2013 contrasta con la evolución de los tres años anteriores. Tanto en 2012 como en 2011 la cifra de negocio de las principales empresas del Sector experimentó fuertes caídas, concretamente del 11,1% y del 6,7%, respectivamente. Mientras tanto, en 2009 se mantuvo estable, con una tasa del 0,1%.



Fuente: Nexodata y empresas.

© NEXOTUR (Prohibida la reproducción total o parcial)

Los españoles son los que más demandas tramitan

Según un informe de la Comisión Europea, España es el país de la Unión Europea que más reclamaciones tramita por incumplimiento de los derechos de los pasajeros por parte de las aerolíneas. Muchas veces estos derechos no son aplicados ni respetados por las compañías aéreas, lo que ha supuesto que en España, entre 2010 y 2012, se tramitasen 24.900 reclamaciones.

OMT combate el cambio climático en Indonesia

El proyecto 'Turismo sostenible a través de la eficiencia energética, con medidas de adaptación y mitigación' (STREAM) dirigido por la Organización Mundial del Turismo (OMT), ha concluido ya en Indonesia. Con él se ha ayudado al Dector Turístico del popular destino turístico de Pangandarán, en la parte occidental de Java, a reducir su consumo energético y a adaptarse al cambio climático.

Enterprise reubica su oficina en Terrassa

Enterprise Rent-A-Car ha trasladado su oficina de Terrassa con el objetivo de ofrecer un mejor servicio a sus clientes. La nueva ubicación, localizada dentro de la estación de autobuses de la ciudad, permite a los viajeros alquilar un vehículo sin tener que desplazarse al centro de la localidad. La nueva localización dispone de un mejor acceso para los clientes y un amplio horario de atención al público.

Fórum Evolución acoge en 2013 más de 150 eventos

El Palacio de Congresos de Burgos, Fórum Evolución, en 2013 ha desarrollado 151 actividades con 161.400 personas, "balance muy superior a lo esperado", según sus responsables, que se muestran optimistas con la actividad prevista para los próximos meses. Además de la actividad cultural, que supone un 34% del total, destacan en porcentaje el sector gastronómico (21%).

Barbadillo achaca la situación del sector a factores como la competencia de Renfe con sus tarifas bajas

El 2013 ha sido el año más duro para el transporte de viajeros por carretera desde que comenzó la crisis, según la federación

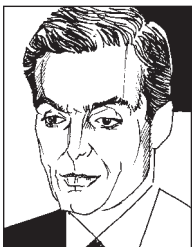
El presidente de la Federación Española Empresarial de Transporte de viajeros (Asintra), Rafael Barbadillo, ha señalado en la última Asamblea General Ordinaria, que la preocupante si-

tuación del transporte de viajeros por carretera se debe, en parte, "a la aparición de nuevos competidores, como son los servicios ferroviarios con tarifas especialmente bajas". Barbadillo

subraya que la alta tasa de paro, que tiene como consecuencia una menor movilidad, es otra de las causas del descenso de la demanda, así como las fórmulas de consumo colaborativo.

En la última Asamblea General de Asintra su presidente, Rafael Barbadillo, ha desarrollado 10 puntos clave en un informe en el que destaca la situación del sector y algunas medidas para remontar la crisis. Entre los puntos, se encuentra la morosidad de las Administraciones públicas. Al respecto, el presidente ha señalado que aunque el plan de pago a proveedores "contribuyó de forma extraordinaria a reducir la morosidad de las Administraciones con el transporte de viajeros por carretera, disminuyendo las tensiones de tesorería de las empresas, no ha sido suficiente para que las Administraciones se pongan al día, ni tampoco ha servido para evitar que la deuda de éstas vuelva a crecer una vez finalizado el citado plan".

Asintra urge tomar medidas para que estas prácticas de algunas Administraciones no se repitan constantemente. Barbadillo también sacó a colación la puesta en marcha de la reforma del Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres (ROTT), cuya tramitación se iniciará en breve con la presentación del pro-



Rafael Barbadillo

yecto al Comité Nacional de Transporte por Carretera. Al respecto, ha indicado que Asintra "considera que el contenido que salga de las negociaciones que se mantengan con el Ministerio de Fomento podría ser incluso más determinante que la LOTT, especialmente en lo que a gestión de contratos de servicio público de transporte regular de uso general se refiere". Ha detallado que esta reforma "debe aprovecharse para introducir la necesaria flexibilidad de este tipo de contratos para adaptarlos a la demanda real, el establecimiento de las necesarias compensaciones por las obligaciones de servicio público, así como para recuperar la necesaria unidad de mercado, reducir las cargas administrativas y establecer una mayor coordinación entre modos de transporte".

Igualmente, ha recordado que está pendiente la publicación de la Orden de Contabilidad Analítica en el Boletín Oficial del Estado, "que contribuirá a dar una mayor transparencia al sistema concesional". Barbadillo considera que debería implantarse una medida similar en el ferrocarril y asevera

que quedan pendientes de elaboración la Orden Ministerial de Condiciones Generales de Contratación en el transporte regular de uso general, y la Orden Ministerial sobre Autorizaciones de Transporte, que previsiblemente elevará los requisitos. "Para Asintra, todas estas reformas, junto con la judicialización del proceso concursal, están generando una situación de incertidumbre e inseguridad jurídica que conviene despejar cuanto antes, especialmente en un sector tan regulado como éste", señala.

La revisión tarifaria de los servicios regulares de titularidad del Ministerio de Fomento de 2014, la cual "debía haberse realizado el 1 de abril", ha sido otro de los temas tratados en la Asamblea. Igualmente el Transporte regular de uso especial y turístico, con un transporte discrecional, que "precisa de una mayor atención por parte de las Administraciones"; el Transporte urbano, que necesita una "Ley de Financiación del Transporte Urbano, que asegure a autoridades municipales, operadores y usuarios los medios necesarios para prestar un servicio que en muchas ocasiones trasciende del interés puramente local"; el reglamento General de Circu-

lación, la competencia del operador público Renfe; las posibilidades que las tecnologías de la información y comunicación ofrecen para potenciar el uso del autobús en todas sus modalidades; y la inversión en infraestructuras, han sido otros temas.

Datos del Sector

Durante la Asamblea se han expuesto importantes datos del sector como que 2013 ha sido el año más duro para el transporte de viajeros por carretera desde que comenzó la crisis, presentando las mayores caídas de la demanda, cifradas en un -14% en transporte regular, un -31,9% en el discrecional, un -4,2% en el regular de uso especial y un -14% en transporte urbano. Esta tendencia ha continuado en el primer trimestre de este año, lo que está provocando un exceso de oferta y el envilecimiento de los precios.

Para Asintra, los motivos son, por un lado, la alta tasa de paro que tiene como consecuencia una menor movilidad y la aparición de nuevos competidores, como son los servicios ferroviarios con tarifas especialmente bajas y, por otro, las fórmulas de consumo colaborativo pendientes de regu-

lación, que están captando una parte importante de la demanda. Asimismo, la federación ha analizado el cierre de empresas de transporte de viajeros que en 2013 se situó en 159, con una reducción del parque que ascendió a 2.152 unidades, quedando por tanto configurado el sector por 3.507 empresas y 38.659 vehículos.

Por otro lado, la cifra de matriculaciones de autobuses y autocares sigue descendiendo. En 2013 se matricularon 1.395 unidades, un 1,55% menos frente a 2012, o del 38% si lo comparamos con las de 2011, lo que pone de manifiesto que el parque de autobuses está envejeciendo, motivo por el cual se hace necesario poner en marcha el plan especial de financiación con el apoyo del Banco Europeo de Inversiones, que fue anunciado por la Ministra de Fomento a finales de 2013, similar al que se estableció en 2009 y 2010, que permitió la renovación de 755 autobuses. "Este Plan estimularía el rejuvenecimiento del mercado, ayudando además al importante sector carroceros y fabricante, contribuyendo a la introducción de vehículos más seguros y eficientes desde el punto de vista energético y medioambiental", ha destacado Barbadillo.

¡5% de comisión para tus reservas GDS!
Sólo hasta el 30 de junio.

Consulta más info en partner.airberlin.com



Nuba iniciará su plan de expansión en 2015

Nuba pondrá en marcha su plan de internacionalización el próximo año. La red especializada en viajes de lujo, que en la actualidad cuenta con 13 oficinas, dará el salto en 2015 a Puerto Rico y República Dominicana. Su objetivo es alcanzar entre 26 y 30 puntos de venta a finales de 2016. La empresa ha dado a conocer sus planes de futuro en el acto de inauguración de su primera oficina en Barcelona.

Salamanca, la primera ciudad en ser intermodal

Salamanca es la primera ciudad donde Iberia y Avanza han unido fuerzas en un producto que permite combinar en un único billete, el trayecto en autobús desde Salamanca hasta la T4 del aeropuerto de Barajas, el Bus&Fly. La expansión de este producto supone un paso más hacia la intermodalidad en Barajas, donde un tercio del tráfico son pasajeros de otras ciudades de España y Europa.

La Junta crea indicador de desarrollo sostenible

La Consejería de Turismo y Comercio ha presentado el Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible para Andalucía, elaborado con la Universidad de Málaga, en el Foro Internacional de Estadísticas de Turismo en Praga. El sistema se concibe como parte del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020, que se encuentra en proceso de elaboración.

El Castillo Fortaleza será el Centro de Congresos

Valencia de Alcántara, en Cáceres, transformará el Castillo Fortaleza en el Centro de Congresos 'Tajo Internacional'. El pleno del Ayuntamiento de Valencia de Alcántara, en Cáceres, ha aprobado el proyecto de acondicionamiento del edificio del Castillo Fortaleza para la construcción del Centro de Congresos y Exposiciones 'Tajo Internacional' y la instalación del equipamiento necesario.

El sector 'rent-a-car' alcanzará este ejercicio una facturación cercana a los 1.500 millones de euros, un 5% más que en 2013

El peso del segmento vacacional, sobre todo del Turismo extranjero, representa actualmente el 70% del negocio

El volumen de negocio del *rent-a-car* aumentará en 2014 por segundo año consecutivo. Según estimaciones de la Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos (Feneval),

la facturación de las compañías de este segmento que operan en España ascenderá al cierre del presente ejercicio a 1.500 millones, un 5,2% más que hace un año, cuando también se

incrementó un 6,2%. En la asamblea general de la Federación se ha hecho especial hincapié en la necesidad de aplicar un IVA reducido a las compañías de alquiler de vehículos.

Las compañías de alquiler de vehículos consolidarán en el actual 2014 la recuperación iniciada en el año anterior. La Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos (Feneval) revela que el ejercicio de 2013 concluyó con un incremento del 6,2% del volumen de negocio de estas empresas en el mercado español, alcanzándose los 1.425,8 millones de euros. Asimismo, para el cierre del presente ejercicio prevé una nueva mejora de la facturación del 5,2%, hasta los 1.500 millones, y un aumento de los márgenes de explotación.

"La evolución de la pasada Semana Santa, factor clave para el desarrollo del año, muestra una aceleración de la actividad del sector", destaca el presidente de Feneval, Miguel Saavedra. En esta línea,

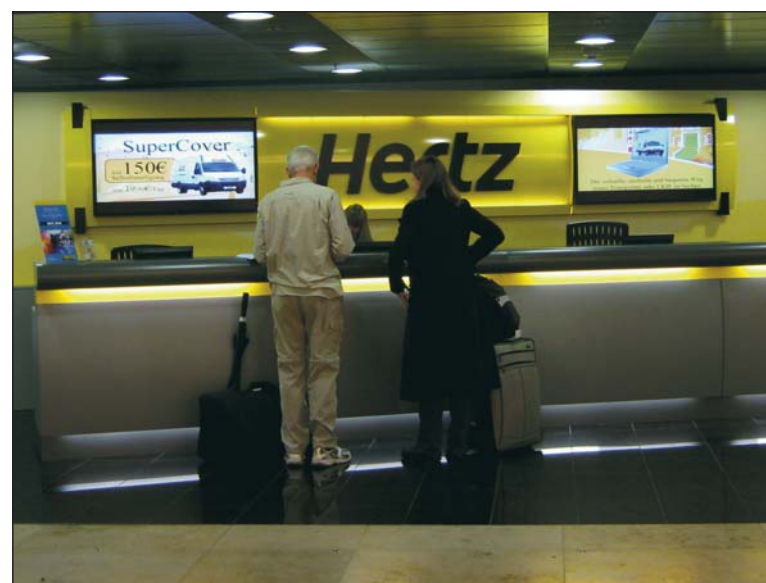
avanza que "las previsiones son optimistas debido a una mayor afluencia del Turismo extranjero y un repunte de la demanda nacional". Según las estimaciones de la Federación, dadas a conocer en el marco de su asamblea general (celebrada en Valladolid del 28 al 29 de mayo), el peso del segmento vacacional en el *rent-a-car* es del 70%, destacando la participación de los turistas extranjeros.

Piden un tipo de IVA reducido

La mejora de la demanda turística en España, que se ha reflejado en las cifras registradas por las compañías de alquiler de vehículos, también arrastra la venta de coches, uno de los sectores claves de la industria española. Del aumento de

un 16,2% de las matriculaciones de vehículos registrado hasta abril de 2014, el 75,5% corresponden a *rent-a-car*. Feneval estima que el parque de se situará este año en 180.000 vehículos, con un pico de flota de 246.000. Este aumento compensaría el descenso del 0,4% registrado en el ejercicio de 2013.

Durante la asamblea general de la Federación, en la que han participado más de 150 profesionales, se ha hecho especial hincapié en la necesidad de aplicar un IVA reducido a las compañías de alquiler de vehículos, tal y como sucede con determinados segmentos turísticos. Además, también se ha reclamado la regularización del sector a fin de evitar la competencia desleal, si bien rechazan la imposición de nuevos impuestos que graven su desarrollo.



Feneval estima que el parque de automóviles se situará en 180.000 vehículos.

Renfe alcanzó prácticamente el equilibrio en el año 2013

Renfe ha presentado a su consejo de administración las primeras cuentas tras la integración de FEVE en la compañía de transporte ferroviario y la división en cuatro sociedades. El resultado global de 2013 mejoró hasta los -0,62 millones de euros, frente a las pérdidas de 39,5 millones de 2012 y de 335,8 millones de 2011.

Descontando el efecto negativo de la incorporación de FEVE, el resultado hubiera sido positivo por valor de 8,3 millones de euros. De las diferentes divisiones destaca el beneficio de 57,6 millones de euros de Renfe Viajeros, 30 millones más que en 2012. En 2013 se produjo un incremento de los ingresos por tráfico de pasajeros del 2,6%, tanto en servicios comerciales (3,1%) como de los de servicio público (1,8%).

Molas: 'Se ha realizado un gran esfuerzo para ser competitivos y ello ha repercutido en la rentabilidad'

Advierte de que 'los mercados extranjeros son incapaces de sustituir al nacional' en las zonas de interior

Para el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, "si las noticias en rela-

ción a la macroeconomía se trasladan a la microeconomía, es posible que se cumpla la recuperación del consumo turístico". Sin em-

bargo, se muestra "parcialmente pesimista" y recuerda que en los años de crisis la demanda ha caído en torno a un 50%.

"Esperamos haber tocado fondo y que la ansiada recuperación económica suponga un relanzamiento del mercado español", señala el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, quien, no obstante, reconoce que "seguimos siendo parcialmente pesimistas". Según explica en una entrevista concedida a NEXOTUR, "si las noticias en relación a la macroeconomía se trasladan a la microeconomía, es posible que se cumpla la recuperación del consumo turístico en España".

Además de la caída del consumo interno, que podría rondar el 50% desde el inicio de la crisis, Molas reconoce que la rentabilidad sigue siendo la gran asignatura

pendiente. "Los hoteleros han realizado un gran esfuerzo en base a precio para poder seguir siendo competitivos a pesar de los altos incrementos de los costes, y ello naturalmente ha repercutido en la rentabilidad", argumenta.

Canal de comercialización

A pesar de que la fortaleza de la demanda internacional ha permitido a muchos hoteles aguantar el envite de la crisis económica, el presidente de la Confederación advierte de que en las ciudades españolas y los destinos de interior "los mercados extranjeros son incapaces de sustituir al nacional". Solo en las zonas turísticas con oferta de 'sol y playa', el crecimiento del

Turismo receptivo ha compensado el desplome de la demanda nacional.

Preguntado por la relación entre las agencias de viajes y los hoteles, que en determinadas ocasiones se ha visto enturbiada por las estrategias comerciales de los segundos, Molas defiende que "puede haber casos particulares, pero la mayoría de los hoteles siguen colaborando de forma estrecha con las agencias". "Son, sin ninguna duda, uno de los más importantes canales de comercialización", destaca.

Sobre el peso del canal en las ventas hoteleras, puntualiza que "hay que diferenciar por segmentos y zonas geográficas". "Si cogemos como ejemplo Canarias y Baleares, más del 80% de la clientela llega a través de los turopera-



El presidente de CEHAT, Juan Molas.

dores y agencias de viajes", indica. "Por el contrario, en el Turismo urbano esta cifra puede moverse en torno al 30%", añade.

El Congreso tumba la propuesta del PSOE

El Congreso ha rechazado, con los votos en contra del Partido Popular, la Proposición No de Ley del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en la que se exigía el incremento del número de agentes de Policía Nacional y Guardia Civil adscritos a la Operación Verano. Se buscaba garantizar la seguridad en zonas turísticas y ampliar los Servicios de Atención al Turista Extranjero.

AN confirma la pena de dos años de Díaz Ferrán

La Audiencia Nacional ha confirmado la pena de dos años y dos meses de prisión por un delito contra la Hacienda Pública imputada por el Juzgado Central Penal al que fuera propietario de Marsans y presidente de CEOE, Gerardo Díaz Ferrán. Ve probado que defraudó 99 millones del Impuesto de Sociedades de 2001 derivado de la compra de Air Comet.

ALSA logra Certificado de Seguridad Ferroviaria

El Ministerio de Fomento ha concedido a ALSA la ampliación del Certificado de Seguridad para operar servicios de transporte de viajeros por ferrocarril en la red de ancho ibérico y de alta velocidad. Así, tras la Licencia Ferroviaria recibida en abril, dispone de las licencias necesarias para operar servicios ferroviarios de pasajeros tanto de Alta Velocidad, como de Larga y Media Distancia y de Cercanías.

Huesca prevé un buen ejercicio congresual

La Fundación Huesca Congresos (FHC) confirma, que ya en abril tenía contratados la celebración de 25 eventos y congresos en la ciudad para este año —los mismos que el año pasado—. FHC realiza un balance positivo, tanto por estos eventos confirmados, como por la incorporación de nueve nuevos socios en este trimestre (se sumaron 15 en 2013), contabilizando en la actualidad 68.

Nautalia se incorporará al negocio de las franquicias a finales de verano para aumentar su presencia en España

Montoro revela que 'el objetivo es que este sistema represente el 50% de nuestra red de agencias de viajes'

Nautalia Viajes "está diseñando las herramientas tecnológicas necesarias" para entrar en el sector de las franquicias, afirma a NEXOTUR su director general, Rafael Montoro. La agencia de viajes, que suma en la actualidad más de 200 puntos de venta en España, pretende que esta fórmula represente el 50% de su red.



Rafael Montoro

y como hacen actualmente las grandes redes que operan en el mercado español. El director de la agencia, Rafael Montoro, revela a NEXOTUR que se encuentran "diseñando las herramientas tecnológicas" para dar el salto a este negocio.

El objetivo de la empresa, que desde el pasado 1 de abril pertenece a la sociedad formada por el fondo de inversión Springwater Capital y Gowaii, es que "este sistema represente el 50% de nuestra red de agencias y extender nuestra presencia a mayor número de localidades", explica Montoro. En la actualidad, Nautalia Viajes posee más de 200 puntos de venta y confía en "ampliar este número a medida que avance el año".

Preguntado por las ventajas que aportará su marca frente al resto de competidores, el director general de la agencia aclara que "es pronto para evaluar esa comparativa, porque aún no operamos bajo esa fórmula".

"Pero confío en ofrecer un valor añadido tanto a los franquiciados como a todo cliente que elija Nautalia Viajes como proveedor de productos y servicios turísticos", subraya.

Como parte de esta estrategia, ha incorporado a Ignacio Ayala como director del área de agencias franquiciadas y asociadas. En palabras de Montoro, "en estos momentos estamos en proceso de iniciar el diseño de las herramientas tecnológicas necesarias para hacer realidad este programa". "Y estoy seguro que Ig-

nacio nos ayudará a hacer realidad su lanzamiento a medio plazo, con el objetivo de que este sistema represente el 50% de nuestra red de agencias y extender nuestra presencia a mayor número de localidades", añade.

Ayala acumula más de 20 años de experiencia en el Sector de agencias. Su último cargo fue el de responsable de la puesta en marcha del departamento de agencias asociadas para la integración de oficinas independientes a Barceló Viajes, incorporando más de 130 puntos de venta.

READY, STEADY, ...BOOK!
UNA CARRERA DONDE LA VELOCIDAD
SE MIDE EN RESERVAS.

This is generation **easyJet**

Estás de enhorabuena. Ya puedes reservar easyJet con Amadeus igual que lo haces con cualquier otra aerolínea regular. Bueno igual no, mejor, porque al reservar easyJet puedes disfrutar de nuestra tarifa Inclusive de venta exclusiva en agencias.

✈ **Y además podrás ganar fantásticos premios, como cajas de experiencias Smartbox y billetes dobles de easyJet.**

Solo tienes que registrarte en lowcostalcienporcien.com/easyJet y empezar a ganar premios.

amadeus

business by
easyJet

Cataluña lanza campaña para el Turismo familiar

La Generalitat de Cataluña apuesta por el Turismo familiar. El consejero de Empresa y Empleo, Felip Puig, ha presentado una nueva campaña de promoción destinada a "poner en valor la magnífica oferta, los productos, los servicios y las propuestas que Cataluña ofrece a todas las familias del mundo". Con un presupuesto de 2,4 millones de euros, cubre cinco mercados emisores.

Idiso Hotel Distribution colabora con Tour Brasil

Idiso Hotel Distribution incorpora a Tour Brasil como *partner*. Con este acuerdo, Idiso reafirma su presencia en el país sudamericano, donde ya presta sus servicios a 27 hoteles. Tour Brasil es una empresa especializada en el desarrollo de aplicaciones que permiten realizar *tours* virtuales de ciudades y hoteles desde cualquier dispositivo (PC, *smartphones* o tabletas).

Lucena activa un plan de dinamización turística

Prestar asesoramiento individual a los empresarios del centro histórico de Lucena sobre diferentes aspectos como económico-financiero, comercial o *marketing*, y elaborar un plan estratégico para impulsar el comercio y el Turismo en la ciudad es el objetivo del plan de excelencia turístico-comercial que desarrollará el ayuntamiento de Lucena hasta febrero de 2015.

Expourense organiza nueve ferias y 25 eventos

La Fundación de Ferias y Exposiciones de Ourense, Expourense, ha realizado el balance de actividad de 2013 destacando su papel como dinamizador socioeconómico de la Comunidad gallega y centro de negocios internacional en sectores estratégicos. El recinto gallego acogió durante 2013 nueve ferias y 25 eventos que atrajeron a más de 122.000 visitantes.

Maroto destaca el compromiso de Amadeus por la sostenibilidad

El presidente y consejero delegado de Amadeus, Luis Maroto, destaca el papel de su grupo en la industria turística. Según resalta en el Informe Global de la compañía proveedora de tecnología para el Sector Turístico, "como compañía global cuya tecnología contribuye a la dinámica del mundo, participamos en la experiencia de viaje de más de un millón de pasajeros cada día".



Luis Maroto

gicas, las cuales siguieron demostrando su gran calidad, así como su resistencia y capacidad para adaptarse a un mercado competitivo que cambia constantemente", subraya.

Para la consecución de estos objetivos ha sido fundamental la apuesta del grupo por la innovación. El informe recuerda que en 2013 destinó el 16,5% de sus ingresos a I+D (Investigación y Desarrollo) y lanzó una amplia gama de soluciones pioneras.

Finalmente, Maroto hace referencia a "nuestro compromiso en el ámbito de la sostenibilidad", que fue reconocido por el índice Dow Jones Sustainability por segundo año consecutivo. Al respecto, asegura que "creemos firmemente que estos esfuerzos traerán beneficios a largo plazo a todos nuestros grupos de interés".

Joussen afirma que TUI AG afrontará 'una fase de crecimiento después de su reestructuración'

Buscará ampliar cuota en sus principales líneas de negocio y crear un producto diferenciado

TUI AG se centrará los próximos años en impulsar "la diferenciación de producto y una mayor exclusividad", así como en "reforzar la imagen de marca".

Según revela su consejero delegado, Friedrich Joussen, el grupo "está preparado para afrontar una fase de crecimiento tras su reestructuración".

"TUI AG está en camino de cumplir sus objetivos estratégicos y económicos y está preparado para afrontar una fase de crecimiento tras su reestructuración", asegura su consejero delegado, Friedrich Joussen. Revela que el programa de transformación OneTUI, en marcha hace un año, ha permitido simplificar la estructura del grupo turístico, con una reducción del 30% de sus costes.

Gracias a esta iniciativa, cuya implantación continuará durante los próximos años, TUI AG "está preparado para crecer como grupo", etapa en la que se centrará en impulsar "la diferenciación de producto y una mayor exclusividad", así como en "refor-



Friedrich Joussen

zar la imagen de marca". Según Joussen, el objetivo es apostar por una imagen de marca clara con el que poder "lograr un mayor reconocimiento entre los clientes". Como parte de esta estrategia, agrupará los hoteles y *resorts* de la compañía bajo una nueva marca en la segunda mitad del año, excluyendo sus firmas principales (Robinson y Riu), que seguirán funcionando independientemente.

Asimismo, durante los próximos cinco años TUI AG prestará especial atención a la preservación y ampliación de la cuota de mercado en sus principales líneas de negocio, buscando aumentar el valor añadido que ofrece a sus clientes. Al mis-

mo tiempo, llevará a cabo una transformación de aquellas actividades que no aporten sinergias al grupo.

Hasta el momento, la reestructuración llevada a cabo se refleja en la reducción de las pérdidas en 146 millones de euros (hasta los 351,2 millones) en el primer semestre de su ejercicio fiscal, comprendido entre el 1 de octubre de 2013 y el 31 de marzo de 2014. Además, su resultado operativo mejora un 29,1%, situándose en -339,4 millones de euros.

Joussen mantiene su valoración muy positiva para el cierre del presente ejercicio. En concreto, tiene previsto lograr un crecimiento de entre el 6% y el 12% del resultado operativo subyacente. En este sentido, Joussen se muestra "confiado en alcanzar plenamente nuestros objetivos".

Air Nostrum espera regresar a beneficios en 2015 tras culminar su ampliación de capital y su reestructuración

El importe de la ampliación de capital supone una inyección de recursos de casi 26 millones de euros.

Air Nostrum ha finalizado su reestructuración, con la que se ha adecuado a las circunstancias de mercado y ha buscado nuevos inversores para fortalecer sus recursos propios.

Así además de la reestructuración de la red comercial, con la que se ha abandonado rutas en pérdida, ha centrado su operación en mercados nicho, entre otras medidas, que han

facilitado el control de gastos. Además, la entrada de nuevos inversores permite el refuerzo en recursos propios después del deterioro sufrido en los últimos seis años.

Air Nostrum ha cerrado su plan de ajuste y culminado con éxito su ampliación de capital, con la que espera volver a beneficios en 2015. La compañía aérea concluye así el proceso iniciado en noviembre de 2012 y que desde abril de 2013 ha contado con la implicación de la consultora Seabury.

El objetivo de dicho plan era acometer una reestructuración que permitiera a la aerolínea adecuarse a las circunstancias de mercado y buscar nuevos inversores para fortalecer sus recursos propios. Air Nostrum adoptó un plan de racionalización de flota y gestión del exceso de capacidad que le llevó a reducir el número de reactores de 50 asientos al tiempo que aumentaba su módulo medio, que pasó de las 72 plazas en 2012 a las 80 que tiene en la actualidad.

Paralelamente, reestructuró la red comercial abandonando rutas en pérdidas y punto a punto y centrando su operación en mercados nicho, enlaces en régimen de Obligación de Servicio Público (OSP) y conexiones nacionales e internacionales con origen o destino Madrid para potenciar la conectividad con el grupo Iberia en el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid Barajas. En el ámbito laboral, la empresa ha reducido la plantilla sin despidos y ha disminuido su coste unitario a través de acuerdos con todos los colectivos que le permiten operar de forma rentable en las condiciones actuales de mercado.

Con esta batería de medidas para el control de gastos, la aerolínea ha alcanzado una estructura de costes competitiva. Además, la entrada de nuevos inversores permi-

te el refuerzo en recursos propios después del deterioro sufrido en los últimos seis años. El importe de la operación de ampliación de capital supone una inyección de recursos de 25,8 millones de euros.

Empezar a crecer

En la nueva composición accionarial, el consejero delegado, Carlos Bertomeu, asume el control de la compañía aérea con el 54,4% de las acciones, junto a sus socios Antonio Pellicer y José Remohí, que invierten a título personal a través de sus sociedades patrimoniales con un 15% de la propiedad de la empresa cada uno, y un grupo de directivos de la compañía que alcanzan el 6,2%. Completan la distribución accionarial los antiguos accionistas, entre los que se encuentran los fun-



El consejero delegado, Carlos Bertomeu, asume el control con el 54,4%.

dadores, la familia Serratosa, con un 7%, y el Banco Ceiss, con un 2%.

"Estamos preparados para empezar a crecer", ha señalado Carlos Bertomeu, que en una comparecencia ante los medios de comunicación

ha adelantado que las pérdidas de 2013 serán menores que las del año anterior. A su juicio, "la efectividad de las medidas adoptadas permite augurar que el resultado de la empresa en 2014 estará cerca del equilibrio".

Los españoles realizan más de 46 millones de viajes en el primer cuatrimestre, un 8% más que en 2013

El efecto Semana Santa provoca que los desplazamientos aumenten cerca de un 40% en abril

El primer cuatrimestre del año se cierra con un repunte del 7,8% de los viajes de los españoles, destacando la mayor fortaleza de los desplazamientos al extranjero. Crecen en este periodo

los viajes de fin de semana y, especialmente, los de Semana Santa, mientras que caen los de trabajo y estudios. Los datos de abril se han visto influenciados por el efecto Semana Santa, ya que en

2013 se celebró en marzo. Por tanto, según las estimaciones de TurEspaña, en dicho mes se ha producido un incremento interanual del 39,3%, alcanzándose la cifra de 17 millones de viajes.

Los residentes en España han efectuado más de 46 millones de viajes en los cuatro primeros meses del año, un 7,8% más que en el mismo periodo de 2013. Según el avance Frontur, elaborado por TurEspaña, los desplazamientos al extranjero crecen en mayor medida que los realizados por el propio territorio nacional.

Por motivo del viaje, suben los de ocio y aquellos para visitar a familiares o amigos, mientras que caen los de trabajo y estudios. Se produce un incremento de los desplazamientos en fin de semana y, sobre todo, en Semana Santa. Todos los tipos de alojamiento registran crecimiento, experimentando el hotelero mejores resultados que el no hotelero.

Los datos de abril se han visto influenciados por el efecto Semana Santa, ya que en 2013 se celebró en marzo. Por tanto, según las estimaciones de TurEspaña, en dicho mes se ha producido un incremento interanual

del 39,3%, alcanzándose la cifra de 17 millones de viajes. Según el estudio, el número de viajes en el periodo agregado marzo y abril crece un 7,4%.

El avance de los viajes emisores es superior al de los internos, mientras que tanto los viajes de ocio como los efectuados para visitar a familiares o amigos muestra un comportamiento favorable. Por contra, disminuyen los de trabajo, así como los realizados en fin de semana. Al igual que en el primer cuatrimestre, en abril todos los tipos de alojamiento experimentan resultados positivos.

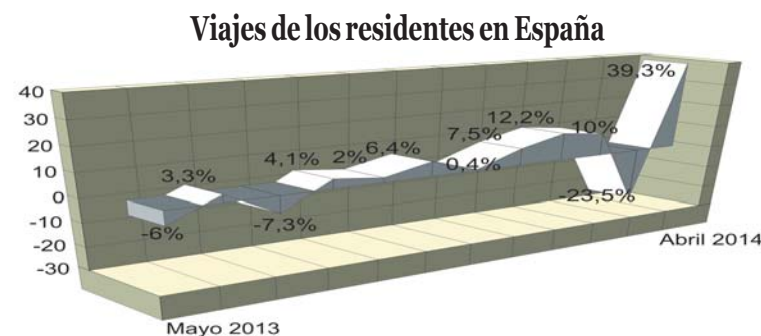
El mejor enero desde la crisis

En enero, mes analizado en profundidad, los movimientos de los españoles han crecido un 12,2% respecto al inicio de 2013, alcanzando los 11,2 millones de desplazamientos. Se trata del mayor aumento que se produce en un mes de enero desde el comien-

zo de la crisis, recuperándose el nivel de 2009. Por segundo mes consecutivo los viajes al extranjero crecen (+19,1%), superando la variación del 11,6% de los realizados por el propio territorio nacional.

Todos los medios de transporte se benefician del incremento de los viajes, destacando el repunte del 36,8% del ferrocarril. El avión registra el segundo avance interanual consecutivo, transportando un 7,2% más de pasajeros. En cuanto al alojamiento, crecen en mayor medida las pernoctaciones en hoteles, un 15,2%, representando el 17% del total.

En enero, las cuatro principales Comunidades autónomas de destino acaparan el 52,3% de los viajes. Andalucía, con 1,6 millones de viajes, encadena 14 meses como la primera Comunidad de destino, si bien registra un retroceso del 7,5% en comparación con los datos del primer mes de 2013. Le sigue Cataluña con un creci-



Fuente: TurEspaña.

© NEXOTUR

miento del 20,7%, también con 1,6 millones de turistas nacionales.

La tercera plaza es para Castilla y León, punto de destino de 1,1 millones de españoles, un 20% más que hace un año. La Comunidad Valenciana encadena su segundo mes positivo, con un 23% más, y supera el millón de visitantes. Del resto de Comunidades destacan los crecimientos

de Castilla-La Mancha, Galicia y Asturias, y los descensos de La Rioja, País Vasco y Navarra.

Por Comunidades de origen, en enero Madrid, Cataluña y Andalucía han emitido el 51,4% de los turistas nacionales. Las dos primeras muestran un comportamiento positivo, mientras que Andalucía no alcanza las cifras registradas en enero de 2013.

ZAFIRO TOURS

500 agencias nos avalan.
20 años de experiencia.
15 años franquiciando.

**“Benefíciate de todo,
ahora **canon cero.**”**

**Autogestión bajo una misma marca - IATA sin costes -
Avales incluidos - Tarifas aéreas preferenciales -
Consolidador aéreo propio (Amadeus, Galileo, Sabre)
- Plataforma hotelera propia - Servicios Centrales "in house"**

Expansión
expansion@zafiro tours.es

902 100 149
965 268 160

Nuestro negocio no es otro que el tuyo.
Te demostramos que con nosotros
tendrás **menos costes.**
Llámanos.

100% Agentes

Turnexo

Madrid

Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)



Jueves 6 de Noviembre
Hotel Mayorazgo Best Western

Nexopublic
CONSULTING



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Nueva presentación en la 'website' de Hotusa



La web de Hotusa mantiene, con un formato nuevamente renovado, la información sobre sus hoteles en gran parte del mundo y su sistema de gestión de reservas que sigue siendo válido para los clientes, empresas y agencias de viajes.

El Al amplía los servicios para el viajero en Israel



La aerolínea El Al presenta una nueva página en la que, a la gestión de sus vuelos desde o hacia Israel, ha incluido la gestión de otros servicios turísticos en el país, aunque sigue sin contemplar la gestión desde las agencias de viajes.

Datos sobre el Palacio de Congresos de Atapuerca



El Palacio de Congresos de Atapuerca mantiene una página de correcto diseño con información general sobre sus espacios y de los servicios que ofrece a los organizadores eventos, pero no informa sobre eventos programados.

Alojamientos y varios servicios en Guía Rural



La página sobre Turismo Rural que ofrece Guía Rural incluye información sobre un amplio número de alojamientos y proveedores de otros servicios en España y Portugal, aunque para reservar sólo dispone de un formulario de consulta.



Ya son 14 las compañías aéreas que utilizan esta tecnología.

Cuatro aerolíneas utilizan Amadeus para ofrecer servicio de 'rent a car'

Amadeus ha dado a conocer que cuatro destacadas aerolíneas—Air France, Lufthansa, Qatar Airways y TAM—han implantado la herramienta Amadeus Cars, que les permitirá ofrecer a sus clientes servicios de alquiler de coches a través de sus páginas web. Con estas cuatro nuevas implantaciones, son ya 14 las aerolíneas que hoy en día utilizan esta tecnología de Amadeus.

Amadeus Cars engloba una amplia gama de soluciones online que aporta flexibilidad a la hora de ofrecer alquileres de coches a sus clientes desde sus 'portales', y que puede adaptarse al aspecto visual

e imagen. La aerolínea puede integrar estos servicios en distintas fases del proceso de reserva.

El responsable de esta división de Amadeus, Peter Altmann, subraya que "el hecho de que cuatro destacadas aerolíneas hayan escogido a Amadeus Cars para implantar la reserva de alquiler de coches en sus 'portales' refuerza nuestra posición de liderazgo en el mercado". Además, afirma esto demuestra que "nuestra solución responde a la necesidad de las compañías aéreas de diferenciar su oferta, así como de generar nuevos ingresos en un contexto de márgenes ajustados".

La Asociación de Amigos del Arte Altomedieval Español crea una plataforma de Turismo cultural

'No es una central de reservas, sino un sistema de divulgación y ayuda al viajero', aclaran

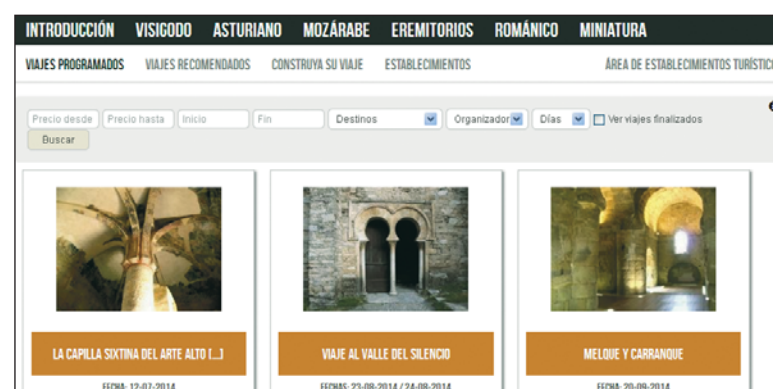
La plataforma 'Viajes al Arte Medieval Español', puesta en marcha el pasado 1 de junio, permitirá tanto al cliente final como a terceras empresas la organiza-

ción de viajes culturales a medida. Los artífices del sistema han dedicado atención preferente a ofrecer al viajero la posibilidad de crear su propio itinerario.

La Asociación de Amigos del Arte Altomedieval Español (4AsE) ha desarrollado la plataforma online 'Viajes al Arte Medieval Español'. Creado con el apoyo del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, a través de la Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo, se trata de un sistema totalmente novedoso que facilita la organización y gestión culturales.

Por un lado, permitirá a terceras empresas la organización de viajes, enviando las solicitudes de reserva al organizador. Asimismo, pone a disposición del cliente final una serie de viajes recomendados y propuestas de 'Alojamientos Amigos del Arte Medieval' de su entorno. El usuario también tiene la posibilidad de introducir las características del viaje que desea realizar, y el sistema le propone los monumentos disponibles.

La plataforma, a la que se accede a través del 'portal' en www.turismo-prerromanico.com, entró en funcionamiento el pasado 1 de junio y está disponible en tres idiomas. Según explica el presidente de 4AsE, Pablo



Entró en funcionamiento el 1 de junio y está disponible en tres idiomas.

García-Diego, "no es una central de reservas, sino de un sistema de divulgación y ayuda al viajero", ya que "al ser una asociación sin ánimo de lucro, la gestión de estos viajes no genera ningún costo para el usuario ni para los establecimientos turísticos".

Los artífices del sistema han dedicado atención preferente a ofrecer al viajero la posibilidad de crear su propio itinerario, seleccionando los monumentos que desea visitar así como los alojamientos y otros estableci-

mientos turísticos del entorno que están interesados en fomentar el Turismo cultural, a los que facilita la gestión de sus reservas sin coste alguno. "Esperamos que este nuevo sistema de gestión de viajes sirva para dar a conocer nuestra cultura medieval y que ayude al usuario a programar viajes por su cuenta, con una completa información sobre los monumentos y los establecimientos turísticos 'Amigos del Arte Medieval' de España", añade García-Diego.

Los hoteles con imágenes de alta calidad generan más reservas en los buscadores, con el mismo número de visitas

El buscador Trivago publica un análisis sobre la importancia de las imágenes en la toma de decisión del cliente

En general, se observa en el comportamiento del usuario a la hora de elegir un alojamiento en Internet una línea de tendencia positiva entre estas dos variables: a mayor número de imágenes de alta calidad, mayor ratio de conversión. Ésta es una de las principales conclusiones del análisis realizado por Trivago, a través de su plataforma gratuita www.hotelero.trivago.es, a través de la que se han podido estudiar más de 3.600 establecimientos de muy diversa topología.

En esta relación inciden también otras variables como son el precio, la ubicación, la valoración o si se trata de un hotel urbano o vacacional. En líneas generales, los hoteles con 25 fotos de alta resolución

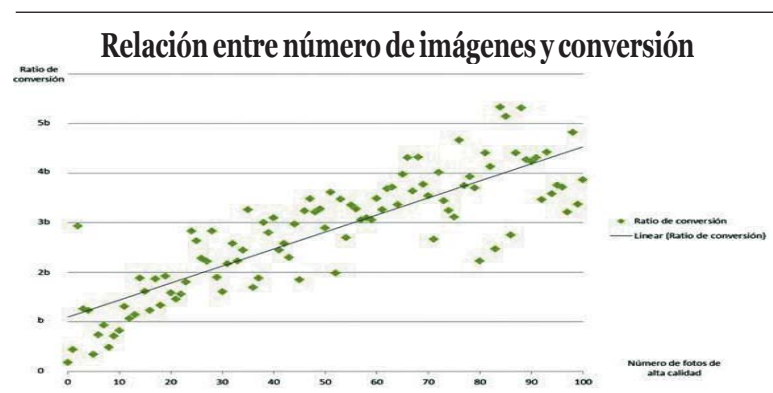
necesitan la mitad de visitas para generar una reserva que los que tienen cinco. "La influencia de las imágenes en el proceso de toma de decisión del cliente es algo que los responsables de Trivago han observado desde hace años, pero necesitábamos tener datos concretos al respecto", subraya su portavoz en España, Alberto Calcerrada.

Mayor número de fotografías

El ratio de conversión es un índice que indica el número de redireccionamientos necesarios desde Trivago a alguna de las agencias de viaje online para generar una reserva. En el caso de los destinos urbanos, la línea de tendencia entre el número

de imágenes de alta resolución y el ratio de conversión de los hoteles es más acentuada. Un hotel con 25 imágenes necesita un tercio de visitas que un hotel con tan sólo cinco para generar una reserva.

La línea de tendencia tiene una pendiente más suave en el caso de los establecimientos situados en destinos vacacionales. Ello se puede deber muy posiblemente a que el usuario compara bastante más que en destinos urbanos (lo que hace que el ratio de conversión sea más bajo), y a que se requieran un número mucho mayor de fotografías para caracterizar el producto. La estancia media suele ser mayor en establecimientos vacacionales y normalmente se consume un número mayor de servicios



Fuente: Trivago.

© NEXOTUR

en el hotel. Es por ello que se necesita un mayor número de fotografías que permitan al usuario hacerse una idea global de cómo van a ser cada uno de

los diferentes servicios de los que va a disfrutar (instalaciones deportivas, programas de animación, restaurantes, centros de belleza, piscina etc.).

100% Agentes

Turnexo

Catalunya



Jueves 13 de Noviembre
Eurostars Grand Marina

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

(y reserva tu Reloj de pulsera)

Nexopublic
CONSULTING

SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

MOSTRADOR

Vueling presenta la nueva tarjeta Premium

Vueling ha presentado su servicio Premium para agradecer a los clientes más frecuentes su fidelidad. Para acceder al servicio se requiere que el cliente vuele un mínimo de 40 veces, o 20 vuelos de ida y vuelta, en reservas realizadas en los últimos 12 meses, y estar registrado en el área privada Myvueling como usuario del programa Punto o Iberia Plus. Aquellos vuelos realizados en tarifa Excellence contarán por tres. Entre los beneficios se encuentran la Tarjeta Física y Virtual, mostradores *check-in / drop off* diferenciados, Carril rápido en el filtro de seguridad, embarque preferente y promociones anticipadas.

✉ www.vueling.com

Catai Tours propone unas vacaciones exclusivas con su nuevo catálogo en Internet 'Viajes de Lujo'

El turoperador agrupa propuestas de hoteles cinco estrellas, villas de lujo y los 'lodges' más lujosos

Catai Tours ha lanzado el catálogo online 'Viajes de Lujo'. En él propone sólo algunas de las opciones que permiten disfrutar de determinados destinos desde la perspectiva del lujo.

Catai Tours dispone ya en su *web* del catálogo 'Viajes de Lujo', que recoge su programación más exclusiva. Ofrece en él la programación más exclusiva con los mejores servicios, con una cuidada selección hotelera, con propuestas de hoteles cinco estrellas, villas de lujo y los *lodges* más lujosos, así como las compañías aéreas más prestigiosas.

Destaca así, el programa 'Memoria de Kenia en Lujo' de nueve

días desde 3.998 euros. Con salidas diarias, se recorre Nairobi, Amboseli, Samburu y Masai Mara. 'Perú Luxury Experience' de diez días desde 3.885 Euros, recorre Lima, Cuzco, Urubamba, Machu Picchu, Chinchero, Cuzco, Paracas y Nazca. 'India Romántica en Lujo', de siete días desde 1.690 euros, realiza visitas en Delhi, Agra, Jaipur, Fatehpur Sikri y Amber.

✉ www.catai.es



'Memoria de Kenia en Lujo' es uno de los programas que ofrece.

Sendas de Europa comercializa el programa exclusivo 'Pasión India' con salida en septiembre

Con una duración de diez días, incluye el triángulo de oro Delhi, Jaipur y Agra

India ha sido en el primer cuatrimestre de este año el destino de larga distancia más demandado. De ahí que Sendas de Europa haya diseñado un programa exclusivo a este país, 'Pasión India'.

Con salida y plazas garantizadas desde Madrid el 17 de septiembre, Sendas de Europa ha creado el programa exclusivo 'Pasión India'. El circuito de diez días y ocho noches, con guía acompañante de habla hispana durante todo el recorrido y que operará con un mínimo de diez personas, incluye el triángulo de oro: Delhi- Jaipur- Agra y, además, las dos ciudades más importantes y bellas del estado de Rajasthan: Jodhpur y Udaipur, que aportan un

valor añadido por ser dos poblaciones auténticas y míticas en India.

El resumen de su itinerario es el siguiente. Día 1º: Madrid-Delhi (conexión punto europeo). Día 2º: Delhi. Día 3º: Delhi- Sikandra-Agra. Día 4º: Agra-Fatehpur Sikkri-Jaipur. Día 5º: Jaipur-Amber- Jaipur. Día 6º: Jaipur-Jodhpur. Día 7º: Jodhpur-Ranakpur-Udaipur. Día 8º: Udaipur. Día 9º: Udaipur- Delhi. Y por último, día 10º: Delhi- Madrid.

✉ www.sendaseuropa.com



Delhi es una de las paradas.

Air Europa comienza a volar a San Juan de Puerto Rico

Air Europa estrenaba a finales de mayo su nueva ruta directa entre Madrid y San Juan de Puerto Rico. La ruta cuenta con dos frecuencias semanales, los jueves y los domingos. Las salidas del aeropuerto Adolfo Suárez Madrid Barajas están fijadas a las 15:30, con llegada a San Juan a las 18:05. En sentido inverso, los vuelos despegarán de Puerto Rico a las 20:05 para llegar Madrid a las 10:10 del día siguiente.

El avión que opera la ruta es un Airbus 330-200 con capacidad para 299 pasajeros, 24 de ellos en clase business. Desde hoy, más de 30 destinos españoles y europeos estarán a disposición de los viajeros puertorriqueños a través del *hub*



Un Airbus 330-200 cubre la ruta.

que Air Europa tiene en el aeropuerto de Madrid, con horarios perfectamente estudiados para que las escalas sean rápidas y cómodas.

✉ www.aireuropa.com

Marmara oferta más plazas para viajar desde Francia a Menorca

Marmara ha puesto en marcha nuevos servicios a Menorca desde Francia, dentro de su apuesta por el desarrollo turístico de la isla. El turoperador de TUI Travel en Francia pone a disposición de los viajeros un gran número de plazas en cuatro vuelos desde tres ciudades diferentes, ofreciéndoles múltiples posibilidades para disfrutar de este destino.

De este modo, Marmara oferta a los viajeros 149 plazas cada domingo desde Nantes con la compañía aérea Europe Airpost y 50 plazas a bordo de un avión de TUI Fly desde la ciudad alsaciana de Mulhouse desde el 25 de mayo. Asimismo, París contará con dos vuelos más durante la temporada veraniega hacia el aeropuerto de Mahón. Para ello, Marmara pondrá a disposición de los viajeros 189



París contará con dos vuelos más.

plazas con JetFly todos los jueves, así como 149 plazas con Europe Airpost durante los meses de julio y agosto. Además, ofrecerá en Menorca nuevas opciones para disfrutar de la isla durante sus vacaciones.

✉ <http://www.marmara.com/>

Norwegian Cruise Line implantará todo tipo de mejoras con Norwegian Next

Invertirá más de 184 millones de euros a lo largo del próximo 2015

Norwegian Cruise Line invertirá más de 184 millones de euros en Norwegian NEXT, un programa creado para implementar "nuevas mejoras, experiencias y modificaciones" en toda la flota, con el objetivo de mejorar la satisfacción de sus huéspedes a un nivel superior continuando con el éxito de sus dos nuevos barcos: el Norwegian Breakaway y el Norwegian Getaway.

Norwegian NEXT incluye reformas de los barcos, mejoras en su oferta gastronómica, nuevas experiencias de entretenimiento y otras actividades para los pasajeros junto con innovaciones tecnológicas, nuevos destinos tropicales y el con-

tinuo compromiso de la compañía con el medio ambiente. A lo largo de 2015, planea la reforma de varios de sus barcos. Norwegian reinventó la experiencia gastronómica a bordo con el concepto Freestyle Dining que ahora se complementa con la introducción de nuevos menús.

Norwegian también ha mejorado las opciones de planificación previa del crucero, ofreciendo a los pasajeros la oportunidad de diseñar sus vacaciones más fácilmente. Además, los huéspedes podrán disfrutar de la innovadora aplicación móvil de Norwegian, iConcierge, para contactar con otros cruceristas.

✉ www.es.ncl.eu/next



Introducirá también nuevos menús.

■ CLUB NEXOTUR

Husa Hoteles ofrece descuentos del 45% a miembros del Club

Husa Hoteles pone a disposición de los agentes de viajes y demás profesionales miembros del Club NEXOTUR descuentos del 45% sobre su tarifa oficial. La promoción, sujeta a la disponibili-

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

dad de los establecimientos, incluye el Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y el Hotel Husa Algeciras. Puede ampliar la información y realizar reservas llamando al número de teléfono 952 5472 46.

■ FAM TRIP



Los agentes han conocido los principales atractivos de Abu Dhabi.

New Travelers lleva a 15 agentes a Dubái

New Travelers, en colaboración con Emirates, ha presentado el destino Dubái a un grupo de 15 directivos de agencias de viajes. El viaje ha incluido un billete aéreo en categoría *business*, estancia en hoteles 5 estrellas (Hotel Radisson Royal y Amwaj Rotana) y visita a algunos de los atractivos más exclusivos del destino (ciudad de Abu Dhabi o al parque Ferrari).

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

8 9 de junio

Juan C. Martínez, V. Voramar, Lloret de Mar; Víctor Muntané, Aventurismo, Hospitalet; Enrique Ortiz, Integral de V., Madrid; Elena Florindo, Habana Sur, Mairena del Alcor; Víctor Muntané, Baobab Tours, Barcelona; Nuria Jiménez, V. Atenea, Barcelona; Laura Clarason, V. Ecuador, Barcelona; Montse Bea Pigrau, V. Sakara, Arenys de Mar; Cristina Moreno, V. Centeno, Oviedo; M^a Carmen Mas, V. Gheisa, El Saler; Liliana León, V. Marina Sun, San Pedro de Alcántara.

8 10 de junio

Cristina Puy, Viajes Donosti, San Sebastián; Montserrat Cavia, Viajes Ecuador, Laredo; Pedro Alcaina Martínez, Markhotel, Las Rozas; Margarita Alonso, Viajes Dulces, Tenerife; Sel Lorenzo, Viajes Alsé, Lorca; Ana Iglesias, Viajes Sango Jet, Murcia; Marisa de las Casas, Viajes Palmatour, Santa Cruz de la Palma; Maite Ríos, Viajes Urso, Ubrique.

8 11 de junio

Jorge Pérez, Viajes Patiño, Segovia; José M^a Redondo, IBS Viajes, Madrid; Roberto Revert, Viajes Ontravel, Onteniente; Carlos Carreras, Viajes Talatour, Talavera de la Reina; Marcelino Parraz, Viajes Noe Travel, Zaragoza; Gervasio Gómez, Viajes Betula, Ubeda.

8 12 de junio

M^a Dolores Gómez, Viajes Xtrem, Móstoles; Amparo Raga, Viajes Dondequieras, Valencia; Rudolf Zein, Viajes Olympia Madrid, Madrid; Narcís Guerra Salomo, Viajes Pyrene, Roses; Salvador Teixidó Vá, Viajes Promociones Teixidó, Barcelona; Olga Chaparro de Plasencia, Viajes Coria Tours, Cáceres; Olga Chosarro, Viajes Coria Tours, Cáceres; Nuria Sagues, Viajes Andrómeda, Barcelona; Monserrat García Barreda, Ancla de Canarias, Playa de las Américas; Juana Baños Gómez, Viajes Pilar García, Jumilla; Eva M^a López Mena, Halcón Viajes, Sevilla; José Luis Aguado, Viajes Feltours, Madrid; Raquel Gomez, Viajes Halcon, Barcelona; José Manuel Jiménez, Viajes Vista Travel, Granada.

8 13 de junio

Luis Antonio Sánchez, Viajes Raptim, Madrid; José Antonio Retuerto Chato, Viajes Palentur, Palencia; Esther Romero, Viajes Arizona, Madrid; José Antonio Domínguez Luis, Viajes Delia Tours, Pto. de la Cruz Tenerife; M^a Jose Ruiz Aguilar, Viajes Palmasur, Córdoba; Patricia Conejeros Salina, Viajes Fontitour, Onteniente.

8 14 de junio

Maribel Gutiérrez, Viajes Barceló, Málaga; Francisco Valle, Viajes Vallesur, Dos Hermanas; José Luis

Gutiérrez, Viajes Dasa, Madrid; María Arroyo, Viaje Barceló, Madrid; Silvia Muñoz Lablanca, Viajes Fun Travel, Cornellá de Llobregat; Anna Sánchez Rivas, Viajes Sehrrs, Barcelona; Cirilo Sosa, Viajes Canary Tours, Maspalomas; José Luis Gutiérrez, Viajes Dasa, Madrid; Juana Ibañez Soldevilla, Viajes Tep, Logroño; Ana Isabel López, Viajes Altura, Madrid; Cristina García, Viajes Abacco, Hospitalet de Llobregat; Ricardo Alvaro, Viajes Turytour, Torrelavega; Olga Puyol, Viajes Norte Sur, Huesca.

8 15 de junio

Genma Carracedo, Viajes Osona, Vic; Marisa Gilabert, Viajes Crisol, Barcelona; Ana M^a Ruiz, Inver Travel, Madrid; Rigoberto Aragón, Viajes Ruiz, Sabadell; Marisa Gilabert, Viajes CB Travel SAL, Barcelona; José Antonio Ribas Escandell, Viajes Abra Tours, Ibiza; Alain Niamke, Infotravel, Villalba; Manolo Gil, Viajes Rural Tours, Valencia; Marian Arcos Martínez, Viajes Calabros, Jaén; Lucía Delia Lago, Viajes Barceló, Oviedo; Roberto Regueiro, Viajes Alternativos Alamón, Zaragoza; Mar Díaz, Viajes Reysan, Valladolid; Inés Sánchez, Viajes Florín, Málaga; Rodrigo Vidal, Viajes Euroriental Travel, Burgos; Mónica Burcio Hernández, Viajes Halcón, Avila; Silvia Muñoz, Halcón Viajes, Madrid.

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.

Nexo

public
CONSULTING

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

Evolución lanza su programación de campamentos y colonias de verano

Evolución ha presentado su programación para este 2014 de Campamentos y Colonias de Verano. Ha ampliado la variedad de programas, alcanzando más de la treintena. Entre sus numerosos productos, hay desde campamentos de multiactividad y multiaventura en Asturias, Burgos, Segovia y Andorra hasta colonias náuticas en el Centro de Alto Rendimiento de San Javier (Murcia), pasando por cursos de iniciación al golf.

La novedad es el 'Especial Pingüinos', para niños de seis a ocho años, con actividades náuticas en el Mar Menor (Murcia). Estos programas se completan con cursos intensivos de inglés y náutica en la modalidad 'Adventure & Games', que ofrecen la posibilidad de combinar, por ejemplo, el curso de golf con un intensivo de inglés, si se desea. Como explica el director general de Evolución, "llevamos desde 2005 trabajando por ofrecer unos campamentos con la mejor calidad en cuanto a alojamientos y en personal docente, apostando cada vez más por un equipo de profesores nativos bilingües para la enseñanza del inglés y monitores de Tiempo Libre titulados para el resto de actividades", Eduardo Ruiz.

Con fechas que comprenden desde mediados de junio hasta finales de



Hay cursos intensivos de náutica.

agosto, los campamentos y colonias de verano de Evolución constituyen un producto muy atractivo para niños y jóvenes, que tienen la posibilidad de disfrutar de múltiples actividades de ocio y deportivas, como para sus padres, quienes pueden estar totalmente tranquilos. Todos los programas se comercializan a través de las agencias de viajes, donde ya es posible efectuar las reservas. Los precios varían dependiendo del programa y duración (una o dos semanas) y oscilan entre los 215 y los 990 euros.

✉ www.evolucionviajes.com

El universo de Ratatouille llegará a Disneyland Paris el próximo 10 de julio

Ratatouille: The Attraction será la atracción número 60 de Disneyland Paris

El mundo culinario de la película de Disney Pixar Ratatouille cobra vida en Ratatouille: The attraction, una atracción pionera que incorpora vehículos sin

raíles sincronizados con un gran sistema de proyección 3D. Estará a partir del 10 de julio en Disneyland Paris en el nuevo espacio La Place de Rémy.

El 10 de julio, Disneyland Paris estrenará una nueva tierra dedicada a la película de Disney Pixar Ratatouille. Llamada La Place de Rémy, como homenaje al 'mini chef' protagonista, este nuevo espacio verá la luz en los Walt Disney Studios e incluirá una atracción completamente nueva inspirada en las aventuras de la película.

La que será la atracción número 60 en Disneyland Paris, Ratatouille: The Attraction, reducirá a los usuarios al tamaño de una rata y a bordo del 'ratmobile' se embarcarán en una aventura culinaria a través del famoso restaurante de Gusteau. Desde una azotea de París hasta la frenética cocina del restaurante, esta aventura estará llena de sorpresas.

La Place de Rémy, próximo a Toon Studios, ha sido transformada en una versión al más puro estilo de Ratatouille de la Ciudad de la Luz. Esta nueva tierra también incluirá un restaurante, Bistrot Chez Rémy, con servicio de mesa y don-



La nueva zona incluye también un restaurante Bistrot Chez Rémy.

de los visitantes podrán disfrutar del plato insignia del 'mini chef', la ratatouille, en un decorado de grandes proporciones. La boutique, Chez Marianne - Souvenirs de Paris, también estará presente a partir de otoño en el nuevo rincón parisino de Walt Disney Studios.

Ratatouille: The Attraction es la primera atracción Disney que incorpora un vehículo sin raíles. Pionero en su campo, y unido a la última tecnología 3D, lleva la imaginación, creatividad y experiencia un paso más allá en el arte de contar historias.

✉ www.disneylandparis.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

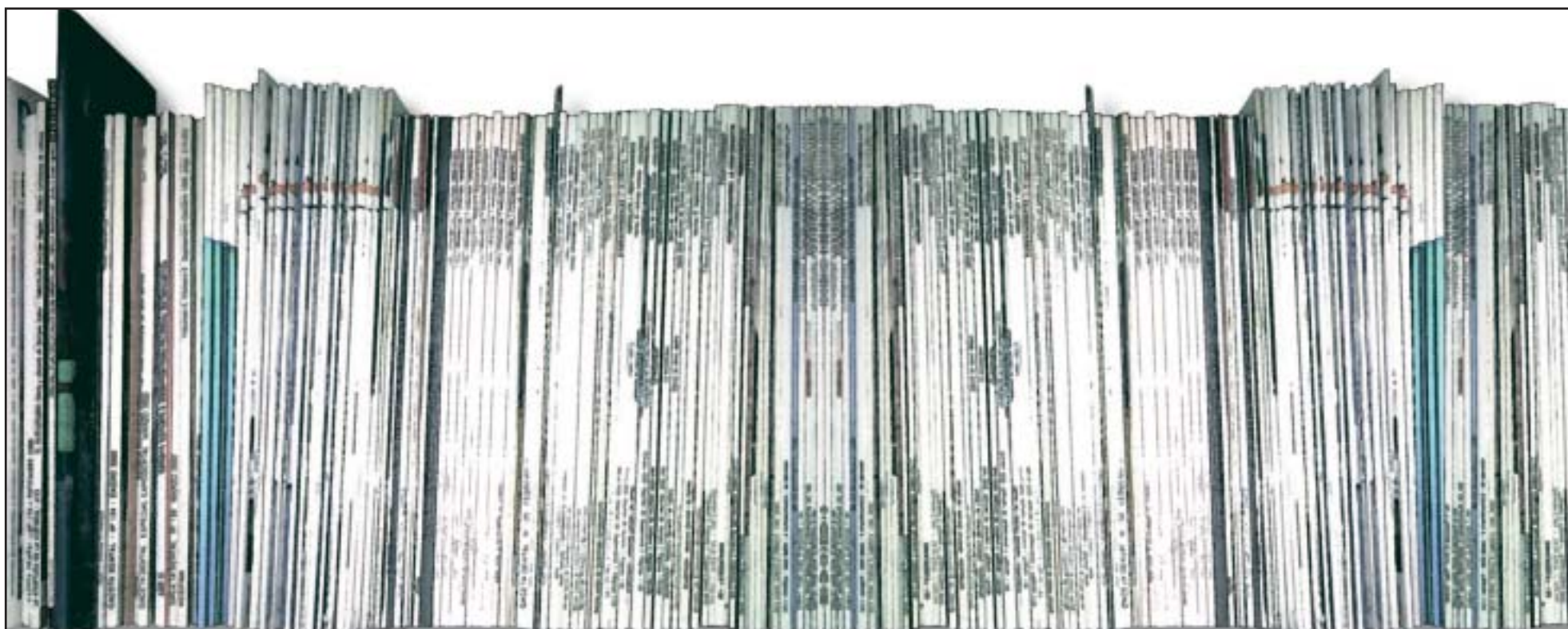
☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39

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



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)

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
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 20% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para l aprogramación de los folletos de Cuba América	Abierto	Ventas Madrid	☎ 917823787 ✉ 915641622
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.	31-12-2014	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 de 300 hoteles de todo el mundo en cinco y cuatro estrellas.	Valido excepto durante periodos altos de ocupación y con limitación de habitaciones a tarifa agente/día. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2014	Departamento Reservas	☎900994954Cod.NTA1 www.worldhotels.com/beconnected
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	Oferta disponible sólo para agentes de viajes.	Precio por noche en habitación doble 35 euros (más IVA). Régimen alojamiento y desayuno. Tarifa disponible todo el año.	Abierto	Web Beatriz Hoteles	www.beatrizhoteles.com 'Acceso a Profesionales'
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	Oferta disponible para agentes de viajes, siempre según disponibilidad. Cupo máximo 2 hab./día.	Hab. Dui (Alojamiento, Desayuno y plaza de parking), 40 euros. Hab. Doble (alojamiento y plaza de parking), 40 euros.	31-03-2015	Pedro Bellón	☎926 22 85 45 www.santacecilia.com
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.	28-02-2015	Nuria Ramos	☎ 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	☎902909737Ext.415 rpalacios@intermundial.es



El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta
en Nexotur.com

Diario online del Agente

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

HOTELERÍA

Los hoteles españoles podrían ahorrar hasta 53 millones de euros al año en agua

Una inversión de 2.300 euros puede ahorrar el equivalente anual al volumen de una piscina olímpica

El equivalente al agua que consume una ciudad similar a Málaga es lo que se podría ahorrar en un año si los más de 14 mil establecimientos ho-

teleros que hay en España instalasen dispositivos como perlizadores y duchas de bajo consumo en sus instalaciones. Así lo destaca el análisis preli-

minar que se realizó para el lanzamiento del proyecto piloto 'Sistemas de Ahorro de Caudal: Reducción del Consumo de Agua en Hoteles'.

Si los más de 14 mil hoteles que hay en nuestro país instalasen dispositivos como perlizadores y duchas de bajo consumo en sus instalaciones, en un año se ahorrarían el equivalente al agua que consume una ciudad con un número de habitantes similar a Málaga o Zaragoza. Esta es una de las principales conclusiones del análisis preliminar que se llevó a cabo para el lanzamiento del proyecto piloto 'Sistemas de Ahorro de Caudal: Reducción del Consumo de Agua en Hoteles', en el marco de la incorporación como socio tecnológico de Stalvia al Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

El consumo de agua es un factor crucial para la gestión sostenible de los hoteles. Sin embargo, y a diferencia de la eficiencia energética, no es una prioridad estratégica a corto plazo. "El objetivo de hacer públicos estos datos es mover a la reflexión a los hoteles españoles sobre la importancia de la gestión del agua, no sólo desde el punto de vista del impacto medioambiental, sino como un aspecto vinculado a los costes del suministro", explica el técnico del Área de Sostenibilidad de ITH, Óscar Alonso.

En general, los dispositivos de ahorro de agua, que precisan inversiones muy bajas, se traducen en reducciones directas en el consumo de este preciado líquido, aunque depen-

diendo del sistema, estos ahorros pueden incrementarse, como en el caso de la tecnología sobre la que se han hecho este análisis.

Así, a partir del rendimiento de duchas de bajo consumo de última generación y perlizadores, como los de Bathlia, ITH y Stalvia han calculado el volumen de agua que un hotel podría ahorrar al contar con un equipamiento como éste. El sistema patentado por Bathlia se basa en un tornillo-turbina, que, en combinación con una precámara de expansión, genera pulsos de presión alta y baja de forma imperceptible (30 veces por segundo), consiguiendo de esta forma un ahorro de agua de hasta el 60%. Otras ventajas adicionales son que ofrece un confort de uso superior, al mantener alta la presión y la temperatura del agua; reduce los riesgos de legionela al no mezclar el agua con el aire; y elimina los problemas de calcificación.

"El factor coste es fundamental, y es que con una inversión mínima se consiguen reducciones muy considerables del consumo de agua en hoteles, sin reducir el confort de los huéspedes", apunta gestor energético de la firma Stalvia, José Lozano. De esta forma, un hotel con 103 plazas (media nacional según el INE), se ahorraría al año aproximadamente el equivalente al agua que necesitaría para llenar una



La gestión del agua es importante por el impacto medioambiental y por los costes.

piscina olímpica (hasta 2.243 metros cúbicos), lo que para toda la planta hotelera española, formada por más de 14 mil hoteles, se traduce en unos 31 millones de metros cúbicos anuales de ahorro, lo que equivale al consumo total anual de una ciudad de unos 600 mil habitantes, de tamaño entre Málaga y Zaragoza.

En términos de costes, la disminución de consumo de agua también es relevante. Considerando que, según datos de 2013 de la Asociación Española de Abastecedores de Agua y Saneamientos (AEAS), el precio medio por metro cúbico del agua en Es-

paña es de 1,7 euros, los hoteles españoles podrían ahorrarse más de 53 millones al año instalando este tipo de elementos, sin contar con los ahorros indirectos en concepto de la energía necesaria tanto para calentar el agua como para el bombeo. Desde el punto de vista económico, la instalación de estos sistemas de ahorro y consumo eficiente de agua tienen un coste bajo (una media de 2.300 euros para un hotel de 103 plazas), son fáciles de instalar, su impacto en la operativa normal del hotel es prácticamente nulo, y la inversión se puede recuperar en un plazo de seis a siete meses.

Auditórium Madrid recibe el certificado 'Welcome Chinese'

El Hotel Auditórium Madrid ha sido galardonado con el certificado Welcome Chinese que otorga la China Tourism Academy (CTA) a los hoteles que cumplen ciertos requisitos que se adaptan a la cultura china. Con este certificado el establecimiento se acerca a esta cultura la cual muestra cada día su interés por nuestro país.

Canales de televisión específicos en chino, comida típica, personal de recepción que habla este idioma; son algunos de los puntos que trabaja este hotel especializado en congresos. Gracias a este tipo de cambios el hotel sigue orientando su política a sus clientes posicionándose como un alojamiento 'chinese friendly', para que los clientes de esta cultura oriental se sientan de la forma más cómoda posible durante su estancia.

China Tourism Academy es el instituto especializado en promo-



Hotel Auditórium Madrid.

ver el desarrollo e intercambio internacional de la industria del turismo chino. Este organismo está creado por la China National Tourism Administration (CNTA), agencia encargada de planificar y supervisar el desarrollo de la industria del Turismo regida directamente por el gobierno.

La facturación de P&V crece un 8% en el primer semestre

En el primer semestre del ejercicio 2013/2014, la cifra de negocios de la división de Turismo de Pierre & Vacances Center Parcs (P&V) ha ascendido a 464,9 millones de euros, un 1,9% más en el mismo periodo del ejercicio anterior, tras ajustar el impacto de Semana Santa, que este año contabiliza en el tercer trimestre y no en el segundo. La generada por el alquiler ha crecido un 1,8% en el primer semestre, como resultado de los ingresos generados por Center Parcs Europe han crecido un 4,8% por el buen comportamiento del nuevo Bostalsee, abierto desde el 1 de julio de 2013, y por el incremento del negocio en Francia (+4,1%) y Países Bajos (+2,2%).

En cuanto a la cifra de negocio de desarrollo inmobiliario, en el primer semestre del ejercicio 2013/2014 se han alcanzado los 97 millones de euros, un 57,1% más. La cifra de negocios se ha visto afectada

principalmente por la contribución del Center Parcs en la región de Vienne (24,1 millones de euros), Center Parcs de Bostalsee (12,3 millones de euros) y la ampliación de Center Parcs de la Moselle (10,3 millones de euros), así como de Senioriales (26,2 millones de euros).

Las reservas de propiedades por parte de inversores individuales hasta la fecha suman 139,1 millones de euros, un nivel comparable con el mismo periodo del ejercicio anterior (120,4 millones de euros). Las reservas turísticas hasta la fecha para el tercer trimestre del año fiscal 2013/2014 son superiores a las registradas en el mismo periodo del anterior. Las reservas se han visto beneficiadas por el cambio en el calendario de las vacaciones escolares del segundo al tercer trimestre. Se prevé que el negocio de desarrollo inmobiliario en el tercer trimestre incremente significativamente.

■ PRODUCTO

Riu Playa Blanca, primer hotel de playa en Panamá, su segundo en el país

Riu Hotels & Resorts cuenta ya con su segundo hotel en Panamá, en el que ha invertido más de 72 millones de euros. El Riu Playa Blanca, ubicado en la provincia de Coclé, se suma al hotel Riu Plaza Panamá poco después de cumplirse tres años de su apertura. Con este proyecto, Riu ofrece a sus clientes la posibilidad de disfrutar en Panamá en régimen 'todo incluido' las 24 horas en primera línea de mar. El nuevo *resort* ofrece 573 habitaciones con un diseño fresco, en las que dominan el blanco y el rojo para crear un ambiente acogedor y moderno. Entre los diferentes tipos de habitaciones, destacan las amplias habitaciones y *suites* familiares.

Ibis Styles se estrena en Cataluña con un nuevo alojamiento en Lleida

Ibis Styles ha estrenado presencia en Cataluña recientemente con la apertura en Lleida de Ibis Styles Lleida Torrefarrera. El hotel es propiedad del Grupo FAL, que ya opera un hotel Ibis y un Ibis Budget en Lleida, y acaba de abrir sus puertas en régimen de franquicia. El hotel cuenta con una localización estratégica por su acceso directo a la Autovía A-2 entre Barcelona y Zaragoza y próximo a la ciudad de Lleida. Ibis Styles Lleida Torrefarrera dispone de 46 habitaciones equipadas con la cama Sweetbed by ibis Styles, ofrece conexión wifi gratuita, restaurante para cenar, bar con servicio de tentempiés 24 horas, terraza soleada y *parking* exterior.

Hoteles Servigroup firma convenio con FACE para gastronomía celíacos

Servigroup ha firmado recientemente un convenio de colaboración con Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE) como empresa regulada para ofrecer una gastronomía apta para celíacos en España. El proceso se inició el 25 de febrero en el Hotel Servigroup Diplomatic con la impartición de un curso formativo. Cinco años atrás en 2005, la cadena también ofrecía alimentos para personas con esta dificultad, aunque no de manera regulada por federaciones y asociaciones especializadas, manifestando así su preocupación en la materia. En sus buffets Servigroup pone a disposición de sus clientes un menú especial sin gluten.



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**

Las solicitudes de reserva de alojamientos de lujo se duplican en 2014, según Niumba

Baleares, Andalucía y Cataluña lideran el 'ranking' de alojamientos turísticos de lujo en nuestro país

En lo que llevamos de 2014, el número de peticiones de alojamientos de lujo se ha incrementado en un 53% respecto al mismo periodo de 2013

según un estudio realizado por Niumba, 'portal' de alquiler vacacional que cuenta con más de 300 casas, villas y apartamentos registrados en España

para viajeros con poder adquisitivo. La procedencia de la mayoría de los viajeros que alquilan viviendas de lujo a través de Niumba es española.

Sauna, jacuzzi, gimnasio, piscina climatizada con cambios de color, cine exterior, aire acondicionado en el jardín, sala de masajes, pista de pádel, embarcación privada o servicio doméstico son algunos de los servicios que ofrecen los alojamientos de lujo en España, para satisfacer los deseos de aquellas familias y grupos de amigos que buscan disfrutar de la privacidad, así como de los espacios de ocio que brindan este tipo de viviendas. Se trata de una alternativa al alcance de muy pocos, con precios que rondan los 1.000 euros noche y que pueden alcanzar los 6.000 euros en las estancias más exclusivas.

Las Islas Baleares, Andalucía y Cataluña lideran la oferta de viviendas de lujo en alquiler. Villas de alto standing ubicadas principalmente en la costa en localidades como Sant Josep

de Sa Talaia o Santa Eularia (Ibiza), en Andrax (Mallorca), en la Costa del Sol (principalmente Marbella) o la Costa de la Luz y la Costa Brava en Girona son los enclaves principales.

Procedencia del viajero

La procedencia de la mayoría de los viajeros que alquilan viviendas de lujo a través de Niumba es española, aunque cada vez es mayor el número de viajeros internacionales que alquilan una estancia exclusiva. Entre éstos, británicos, franceses e italianos lideran las peticiones, por delante de americanos y turistas procedentes de países del este de Europa.

Más de la mitad de las personas que optan por disfrutar de una vivienda de alto standing se aloja en casas y villas, mientras el 25% opta



El 67% de los alojamientos de este tipo se encuentran en destinos de playa.

por un apartamento y el 8% por casas rurales. El 67% de los alojamientos de estas características se encuentran en destinos de playa (el 42% tienen un campo de golf en su

área de influencia) y el 30% restante se ubican en zonas rurales, contando todos ellos con una capacidad media de diez viajeros, 5 dormitorios y 4 cuartos de baño.

Asia encabeza el descenso de precios en hoteles de lujo durante 2013, según el Hotel Price Index

Zúrich produjo la mayor caída en Europa con un bajada del 16% en el precio

En 2013, Asia se ha convertido en el lugar donde se ha producido un mayor descenso en la media de precios en los hoteles de lujo, según el Hotel Price Index (HPI) de

Hoteles.com. Por su parte, el precio medio pagado por viajeros de la Eurozona por habitación y noche en los hoteles españoles se sitúa en 92 euros de media en 2013.

Según el último Hotel Price Index (HPI) publicado por Hoteles.com, el precio medio pagado por viajeros de la Eurozona por habitación y noche en los hoteles españoles se sitúa en 92 euros de media en 2013. Por su parte, el estudio también muestra cómo Asia es el lugar donde se produjo un mayor descenso en la media de precios en hoteles de máxima categoría el pasado año.

De este modo, el primer lugar del ranking lo ocupa Mumbai por partida doble ya que los establecimientos de máximo lujo en la ciudad india fueron los que registraron un mayor descenso de precios en todo el mundo. Con sendos descensos del 19% los hoteles de cinco estrellas se situaron en una media de 135 euros frente a los 95 euros en establecimientos de una categoría menor.

El segundo descenso más pronunciado del ranking fue el de Yakarta. La capital indonesia se sitúa en tercer lugar con una bajada del 16% en sus establecimientos cuatro estrellas hasta los 144 euros de media por noche. Tras Yakarta, aparece la primera presencia europea en el listado con idéntica bajada del 16%. Se trata de los hoteles de máxima categoría en Zúrich hasta los 177 euros.

Al margen de Zúrich también figuran otras ciudades europeas en el ranking como Ginebra, con un descenso del 13% en hoteles cinco estrellas hasta los 332 euros por noche, una de las medias más altas del



Bali aparece en dos ocasiones en hoteles de cuatro y cinco estrellas.

listado; o Pisa con un descenso del 11% también en alojamientos de máxima categoría hasta los 138 euros.

Descensos más moderados

Asia situó al mayor número de destinos en el listado. Al margen de Mumbai o Yakarta, otros destinos asiáticos también acumularon importantes descensos de precios en sus hoteles de lujo. Es el caso de Delhi con un descenso del 15% en hoteles cinco estrellas y del 14% en hoteles de una categoría inferior. Bali también aparece en dos ocasiones mediante sus hoteles cinco y cuatro estrellas con una bajada de 12% en ambos casos.

Entre los primeros diez puestos se encuentra también otra ciudad con significativo descenso en su media de precios, ya que Ciudad del Cabo cierra el TOP 10 con una bajada del 12% en hoteles de cinco estrellas hasta los 188 euros. Por último, aquellos destinos donde se registraron los descensos más moderados de precio fueron Singapur, Nueva York, Tokio y Melbourne todos ellos con un -8%. Los hoteles de máxima categoría de la ciudad estadounidense alcanzaron los 387 euros, el precio medio más alto del ranking, mientras que los establecimientos de cuatro estrellas de Singapur, Tokio y Melbourne situaron su media en 163 euros, 175 euros y 114 euros.

PRODUCTO

El primer hotel Indigo de Madrid de InterContinental se encuentra en la Gran Vía

InterContinental Hotels Group (IHG) ha inaugurado recientemente un Hotel Indigo en el número 85 de la Gran Vía de Madrid. Con esta adquisición, la cadena suma su segundo Hotel Indigo en España, ya que abrió el primero en Barcelona en 2012. Como parte del grupo IHG, cada Hotel Indigo está pensado para reflejar el entorno local en el que se ubica. Desde el diseño del edificio hasta la decoración del hotel, pasando incluso por la elección de los menús, cada establecimiento es único y no se encuentran dos iguales. En el caso del que se hotel que se ha inaugurado en Madrid, cada una de las habitaciones está inspirada en la historia de la capital, con prestaciones exclusivas y de diseño.

Abre sus puertas 'Free Hostels Barcelona', un nuevo concepto de hostel

Aprovechando el auge que vive el Turismo de hostales en las principales ciudades europeas, ha abierto sus puertas Free Hostels Barcelona, nuevo concepto de alojamiento turístico en el que el arte tiene un papel relevante y que se orienta a un público que, además de pasear por la ciudad, busca tener otras experiencias y conocer a distintos tipos de turistas. Cada una de las nueve habitaciones que conforman el hostel cuentan con un diseño moderno y las zonas comunes del establecimiento albergan distintas obras de artistas emergentes. Las obras pertenecen a nueve artistas del nuevo diseño catalán que ganaron un concurso que puso en marcha Free Hostels Barcelona junto con la Academia de Arte de Barcelona.

Ibiza Gran Hotel refuerza su apuesta por el 'Guest Experience Team'

El art-hotel de la Isla Blanca ha reabierto sus puertas. En su séptima temporada el lujoso establecimiento se propone diferenciarse de los demás establecimientos de la isla por su manera de enfocar el servicio y la atención a los huéspedes. Para ello, Ibiza Gran Hotel cuenta con su propio Guest Experience Team. Se trata de un equipo de expertos en Ibiza y en el huésped, cuya misión es descubrir el significado que para cada uno de ellos tiene la frase "vivir una experiencia única y exclusiva", y poner a su disposición todo lo que sea posible para hacer realidad su sueño. Cada uno de los pasos del nuevo Guest Experience Team está dirigido a personalizar la experiencia del huésped en su propia suite, en el hotel, en cualquiera de los espacios.

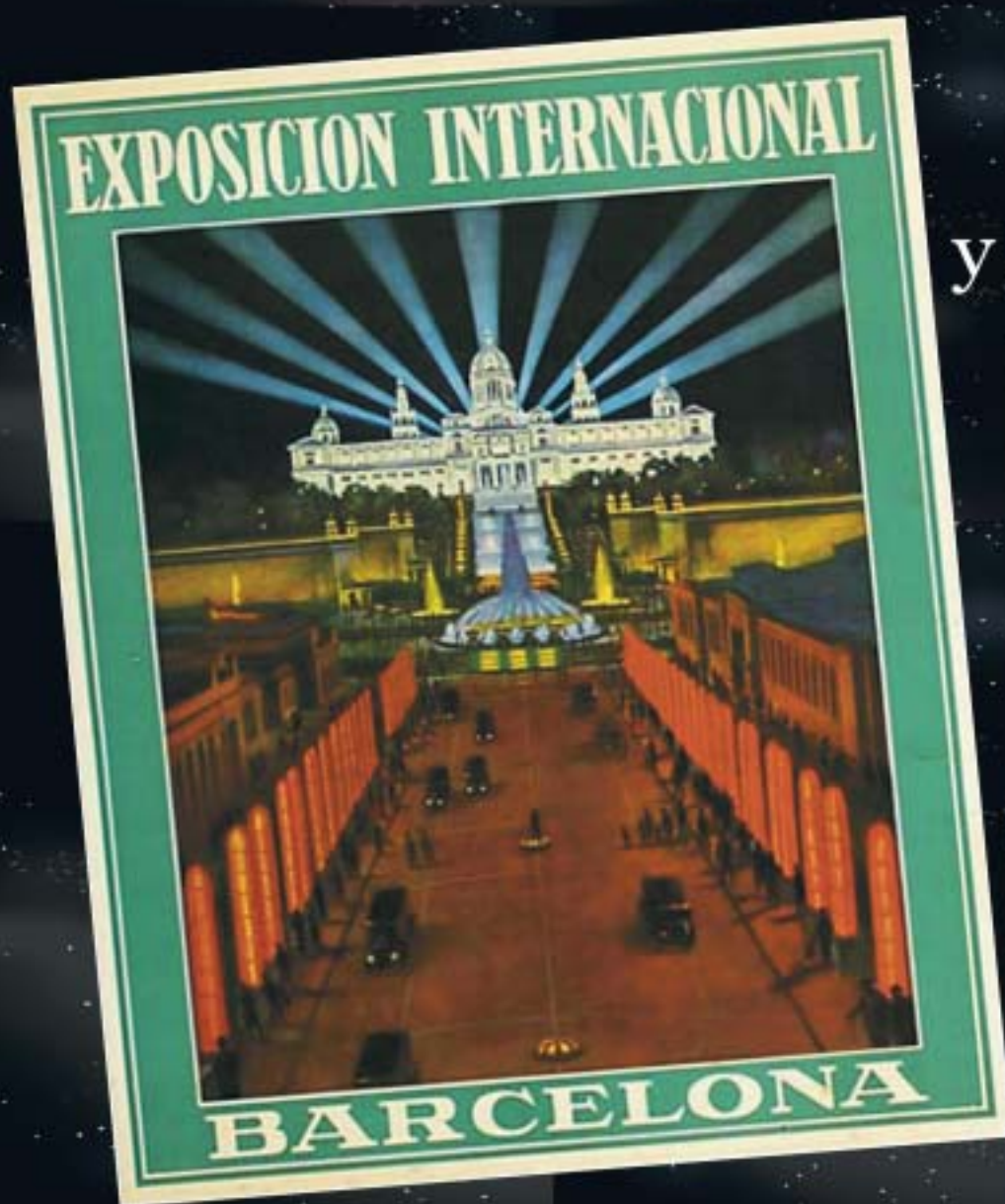
Estalella preside el grupo de trabajo del alojamiento privado de Hotrec

El 9 de mayo, en la celebración de una reunión en Bruselas, el secretario general de CEHAT e ITH, Ramón Estalella, fue nombrado por unanimidad presidente del Task Force del grupo de Alojamiento privado de la patronal europea de Hostelería, Hotrec. Estalella, miembro del comité ejecutivo de la Hotrec desde 2011, aceptó la responsabilidad de liderar a nivel europeo la estrategia global de encauzar la regulación definitiva del alojamiento turístico en viviendas privadas y aportar propuestas para las iniciativas públicas y privadas que conduzcan a ello.

La actual tendencia del aumento de esta oferta de alojamiento gracias a la aparición de nuevos 'portales' de Internet y la creciente entrada de grandes grupos de capital riesgo en esta actividad que antes se limitaba a transacciones entre particulares, hace necesario incrementar las actuaciones y la búsqueda de consensos entre los consumidores, asociaciones de vecinos, hoteleros, agentes de viajes, sindicatos, empresas de intermediación, propietarios y responsables públicos. Hay una falta de regulación específica a todos los niveles, lo que está provocando un importante aumento de la economía sumergida, del trabajo ilegal, de competencia desleal ante los negocios establecidos y la falta de garantías a los usuarios.



El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta
en **Conexo.net**

Diario *online* de Congresos,
Reuniones e Incentivos

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

BOOKING

NEXOTUR

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

91 369 41 00
91 369 18 39

Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	☎ 902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1º MURCIA	☎ 902-355444/968-355444 Fax 902-355443
TUI AMBASSADOR TOURS Toronga, 23 Bajo MADRID	☎ 91-7582828 Fax 91-5598588
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	☎ 91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	☎ 93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	☎ 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Morería, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
AVIOTEL Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5561293 Fax 91-4170365
AVIOTEL Gran Vía Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
AVIOTREN Capitán Haya, 9 interior MADRID	☎ 91-5983315 Fax 91-4174516
AVIOTREN Gran Vía Corts Catalanes, 645, 7º BARCELONA	☎ 93-3011784 Fax 93-3184674
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
HOTEL PLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	☎ 93-425.30.66 Fax 93.425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5422071
HVALATRAVEL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
IBEROJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070428 Fax 971-040466
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1º B MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5221241

MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	☎ 902-361926 Fax 93-4827131
NIZA TOURS-VIAJES NIZA Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4º C MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	☎ 91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	☎ 91-5612373 Fax 91-5614242
PAISAJESTRANSVÍA TOURS Albacete, 19 VALENCIA	☎ 96-3414400 Fax 96-3423777
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Río Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	☎ 95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	☎ 91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826
RHODASOL-TURIMAR Gran Vía 71, 28013 MADRID	☎ 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
RHODASOL-TURIMAR Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 91-4014949 Fax 91-4024400
RHODASOL-TURIMAR Coso 89-91 1º ZARAGOZA	☎ 976-391911 Fax 976-299435
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	☎ 976-391911 Fax 976-299435
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA	☎ 971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID	☎ 93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	☎ 91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	☎ 96-3944625 Fax 96-3942381
TOURING CLUB Gran Vía, 81 2º BILBAO	☎ 91-5768445 Fax 91-4359088
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	☎ 902 164102/91-7242422 Fax 91-6239817
TRAVELPLAN Pza. España, 18 Torre Madrid 2 MADRID	☎ 902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
	☎ 91-5406000 Fax 91-5411099

TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ Trespaderne 29, 4º MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5º C BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

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

Compañías Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	☎ 902-160180 Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
P&O PORTSMOUTH Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	☎ 956-651178-507070 Fax 956-653379
CROISI EUROPE General Oraa, 5 1º MADRID	☎ 94-4234477 Fax 94-4235496
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	☎ 91-2952497 Fax 91-6816757
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA www.trasmediterranea.es	☎ 91-5317102 Fax 91-5230612
VISION CRUCEROS www.visioncrueros.com	☎ 902-454645 Fax 91-5406000
	☎ 91-7896400 Fax 91-3107215

Ferrocarril

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

Alquiler de Automóviles

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

Centrales de Reservas

CANARIAS.COM-NIZA TOURS av. Las Americas, cc Americas Plaza L26 ARONA	☎ 902-995950 Fax 922-793868
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	☎ 902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	☎ 922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av, Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	☎ 902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSA HOTELES Sabino Arana, 27 BARCELONA	☎ 93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA	☎ 93-4090522 Fax 93-4090493
KEYTEL C/ Aragón 208-210, 6º, 6º BARCELONA	☎ 902101314 Fax 93-4541108
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	☎ 91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	☎ 91-5166666 Fax 91-5166657
RIU HOTELS Laude s/n PALMA DE MALLORCA	☎ 971-743030 Fax 971-744171
SOL MELIA Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA	☎ 902-144444 Fax 91-5791392
TRANSHOTEL Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164164/902 164163 Fax 902 444 164

PEGASUS SOLUTIONS Pza. Marqués de Salamanca,3 y 4 1º	☎ 91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482
---	--

Organismos

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

Transporte por Carretera

AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO Marzo, 34 MADRID	☎ 91-7477570 Fax: 91-7481114
COAVITUR Hermanos Gómez, 4 MADRID	☎ 91-3265280 Fax 91-3260638
ETRAMBUS San Cesáreo, 34 MADRID	☎ 91-5050552 Fax: 91-5051661
Europea de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4º C MADRID	☎ 91-5475921 Fax: 91-545365
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID	☎ 902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

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

Cadenas hoteleras

BEST WESTERN Av. General Perón, 26 – Esc. 1º – 7º Dcha MADRID	☎ 900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743

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 Turism Shanghai
Normal University China
GARANTIZO RESULTADOS
GRATIS 1ª hora
fetisalain@gmail.com
skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71

El 95% de las empresas en España no respeta la legislación vigente sobre Protección de Datos Personales.
¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

La Ley Orgánica de Protección de Datos ya está en vigor. Adecuarse a ella es imprescindible para evitar las fuertes sanciones que la Agencia de Protección de Datos aplica de forma muy estricta a quienes no la 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 productos, visite nuestra página web: www.mesoneroromanos.com

Mesonero-Romanos Abogados C/ José Abascal 49 Dup. 4º
28003 Madrid. Telef.: 914423909

91 369 41 00
91 369 18 39

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

NEXOTUR

Información limitada en la 'web' del Palacio de Congresos de Atapuerca

El Palacio de Congresos de Atapuerca mantiene una página de correcto diseño que ofrece una información muy general sobre sus espacios y los servicios que ofrece a los organizadores eventos, pero ya no informa sobre los eventos programados.



www.palaciocongresosatapuerca.com

El 'sitio' web del Palacio de Congresos Y. Atapuerca de Burgos mantiene, con una presentación y una estructura adecuadas, la información general del edificio, sus espacios y servicios y un área para informar sobre los eventos celebrados, que actualmente está vacía. También mantiene la información sobre la ciudad de Burgos, pero ya no incluye el enlace con otras páginas de interés en la zona, ni el acceso al sistema de información de hoteles. Para la gestión de reservas ofrece un formulario de contacto. La página sigue presentando versiones en castellano e inglés.

ATAPUERCA / Palacio Congresos

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página del Palacio de Congresos Y. Atapuerca ofrece a los profesionales de Turismo únicamente una información muy general sobre sus características y servicios, sin incluir sus tarifas, y ahora las áreas que informan sobre eventos programados y sobre sus noticias están vacías.

5.2

INFORMACIÓN

Ofrece una descripción general del palacio y los planos de sus plantas, además de un folleto sobre sus características en PDF que incluye versiones en castellano e inglés con la misma información más las características de cada uno de sus espacios y otro sobre la ciudad.

SERVICIOS

Sigue ofreciendo la relación de los tipos de servicio de que dispone el palacio, con una descripción general de cada tipo pero sin sus tarifas ni información sobre otros proveedores de servicios en la zona, ya que ahora sólo incluye el enlace con la página de una cadena hotelera.

EVENTOS

Mantiene un área de información muy limitada sobre los eventos programados, que presentaba con una descripción muy general y sin ningún orden, pero que actualmente está vacía. Tampoco dispone de información en un área de noticias que ofrece sobre el palacio.

▲ Lo Mejor / Presentación

La página dispone de un diseño adecuado, tanto del formato de sus pantallas como de la estructura de accesos.

▼ Lo Peor / Información

Su nivel de información es reducido en todas las áreas, lo que la hace poco útil para los organizadores de eventos.

Guiarural.com ofrece información de alojamientos rurales en España

La página sobre Turismo Rural que ofrece Guiarural.com incluye la información de un amplio número de alojamientos y proveedores de otros servicios en España y Portugal, aunque para reservar sólo dispone de un formulario de consulta.



www.guiarural.com

Guía Rural no es una central de reservas, sino un sistema de información sobre alojamientos y otros establecimientos relacionados con el Turismo Rural en toda España y parte de Portugal, de los que ofrece su descripción, características, nivel de precios y en algunos casos su disponibilidad, no siempre actualizada. No incluye ningún tipo de gestión de reservas, limitándose a ofrecer su dirección y formas de contacto y un formulario de consulta al establecimiento y, no siempre, el enlace con su página. Todo ello en versiones en castellano e inglés.

GUIA RURAL / 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	GESTIÓN DE RESERVAS									
10	CONFIRMACIÓN INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTIÓN ESPECÍFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

Guiarural.com informa sobre un alto porcentaje de los establecimientos de Turismo Rural en España y Portugal, por lo que puede ser de interés para los agentes de viajes, pero que está limitado porque no incluye ninguna posibilidad de gestionar en ella reservas online.

5.7

INFORMACIÓN

Permite acceder a los alojamientos, bien por nombre, destino o por provincia, desde un mapa o una relación y luego filtrar la consulta por diversos parámetros. Presenta una descripción del establecimiento y de sus características y precios de distinto nivel de detalle según los casos.

RESERVA

No contempla ningún tipo de gestión de reservas. Sólo informa sobre el nivel de precios y en algunos casos sobre disponibilidad. Para reservar sólo ofrece un formulario de consulta al alojamiento y el enlace con su página en Internet, aunque no en todos los casos.

GENERAL

La página incluye alguna información sobre la empresa que la gestiona y dispone de dos áreas diferenciadas, una para usuarios y otra para propietarios, de los que distingue entre alojamientos y otros tipos de servicios, incluyendo diferentes formularios de alta por tipo.

▲ Lo Mejor / Cobertura

Guía Rural ofrece información sobre más de 4.000 establecimientos distribuidos por toda España y Portugal.

▼ Lo Peor / Reservas

Para la gestión sólo ofrece un formulario de consulta y en algunos casos la disponibilidad, que no suele estar actualizada.



Entrada / Incluye la presentación del palacio, sus formas de contacto y el acceso a todas sus áreas de información.



Producto / Presenta una relación de sus servicios y los planos del palacio, pero ya no incluye la información en PDF.



Eventos / Ofrece únicamente una relación no ordenada de eventos programados en los últimos años, que actualmente está vacía.



Entrada / Incluye el acceso para propietarios y usuarios, el alta de establecimientos, su acceso y múltiples ofertas y recomendaciones.



Producto / Por provincia, por localidad o por nombre del alojamiento se accede a su descripción con algunas de sus características.



Reserva / Para la gestión de reservas sólo ofrece un formulario de consulta y, en algunos, el acceso a la página del alojamiento.

Hotusa modifica su diseño 'online' y mantiene su servicio a agencias

La web de Hotusa mantiene, con un formato nuevamente renovado, la información sobre sus hoteles en gran parte del mundo y su sistema de gestión de reservas que sigue siendo válido para las clientes, empresas y agencias de viajes.



www.hotusa.es

La nueva versión de la página de Hotusa, cadena mundial de hoteles independientes, modifica la presentación y la estructura de accesos de la anterior, manteniendo sus facilidades para las agencias, una información adecuada de los alojamientos, sus precios y disponibilidad y una gestión de reservas rápida con confirmación y emisión del bono en tiempo real o diferida, que contempla la consulta y anulación online y un área para la gestión administrativa y facturación electrónica. Por otro lado, la página presenta ahora versiones para 10 países en su idioma, uno de ellas para España.

INFORMACIÓN

Mantiene el acceso general a los hoteles por país, provincia, por tipo de hotel o en un mapa por país. Presenta una relación con sus características y la valoración de sus clientes, que permite acceder a una descripción limitada del establecimiento, sus servicios y su plano de situación.

RESERVA

Dispone de un completo sistema de reservas, de muy fácil uso, con pago en el hotel, que dispone de un área para profesionales, empresas y agencias de viajes registradas. Permite el acceso posterior a la reserva para imprimir el bono o cancelarla, pero no su modificación.

GENERAL

Mantiene la información sobre el Grupo Hotusa, su historia, situación económica, las empresas del Grupo y su gestión hotelera, así como un área muy completa dedicada a turoperadores y agencias de viajes a las que ofrece una amplia gama de herramientas de gestión.

▲ Lo Mejor / Gestión Agencias

Sigue siendo una página muy completa y de fácil uso que ha desarrollado un amplio sistema de gestión para las agencias.

▼ Lo Peor / Otros Servicios

Sigue sin ofrecer ningún otro tipo de servicios complementarios ni información sobre el entorno de los alojamientos.

HOTUSA / Cadenas Hoteleras

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva versión de la página de Hotusa sigue siendo de gran utilidad para las agencias, ya que, aunque no ofrece información ni servicios complementarios, ofrece una amplia gama de servicios para mayoristas, minoristas tradicionales o centrales de reservas en Internet.

8.7

El 'sitio web' actual de El Al añade información y servicios en Israel

La aerolínea El Al presenta una nueva página en Internet en la que, a la gestión de sus vuelos desde o hacia Israel, ha incluido la gestión de otros servicios turísticos en el país, aunque sigue sin contemplar la gestión desde las agencias de viajes.



www.elal.co.il

La nueva versión de la web de El Al sigue dedicada exclusivamente a gestionar viajes con origen o destino en Israel, aunque ahora a la gestión de vuelos que existía en la versión anterior se ha añadido información y reservas de alojamientos, coches de alquiler y otros servicios turísticos en el país. Sigue ofreciendo una gestión reservas completa y amigable, pero continúa sin posibilidad de gestión desde las agencias de viajes. Por otro lado, las versiones en inglés y en hebreo que ofrecía se ha completado con versiones para múltiples países, con uno o varios idiomas por país.

INFORMACIÓN

Ahora sólo permite consultar el horario de vuelos por trayecto y fecha y también informa de los vuelos en curso. Ya no ofrece el calendario de vuelos que existía en la versión anteriormente analizada, aunque ha incluido la gestión de otros servicios turísticos en Israel.

RESERVA

Ofrece un completo sistema de reservas válido únicamente para el usuario final, que sólo gestiona vuelos de ida, ida y vuelta u open jab con origen o destino en Tel Aviv, pero en esta versión ha incluido la reserva de hoteles, coches y otros tipos de servicios turísticos en Israel.

GENERAL

Sigue ofreciendo la información sobre la compañía sobre su club de viajeros frecuentes y dos amplias áreas de ayuda al pasajero y de productos en venta durante el vuelo. Además, en esta versión ha añadido información sobre los principales destino turísticos en Israel.

EL AL / Línea Aérea

Ponderación de los Valores

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

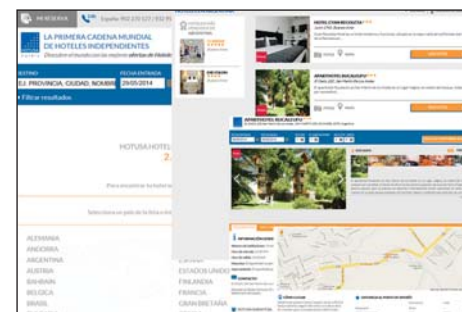
EVALUACION NEXOTUR.COM

La página actual de El Al sigue sin ser de interés para los profesionales de Turismo, ya que, aunque ha ampliado su oferta de servicios en Israel, su gestión de reservas no está disponible para las agencias y sigue incluyendo únicamente sus propios vuelos con escala en Tel Aviv.

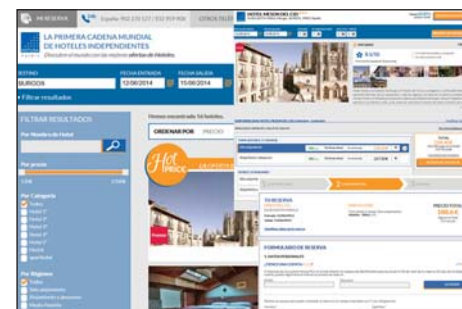
7.2



Entrada / Con una presentación más clara, ofrece el acceso a sus hoteles y al resto de información y a la gestión de reservas.



Producto / Se accede a una descripción general de cada hotel por destino, tipo, nombre o en un mapa por país.



Reserva / Sigue ofreciendo un sencillo sistema de reservas, con una gestión muy completa para los profesionales de Turismo.



Entrada / Con una nuevo diseño y estructura semejante, presenta el acceso a todas sus áreas y la primera pantalla de reservas.



Producto / Sólo permite consultar sus horarios y la situación de los vuelos en curso, ambos por trayecto y fecha.



Reserva / Además de sus vuelos, permite reservar, únicamente al cliente final, otros tipos de servicios turísticos en Israel.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias de viajes buscan profesionales con buen nivel de inglés y experiencia

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. Para establecer contacto con las empresas debe acceder al 'portal'.

■ **Belma Kolber.** Madrid. Se necesita agente de viajes con experiencia. Ofrecemos sueldo fijo más comisiones. Requisitos: dominio del inglés (hablado y escrito) y manejo de Amadeus.

■ **Niagara Viajes.** Madrid. Se busca profesional para agencia de viajes online. Requisitos: necesario cartera de clientes y experiencia de entre dos y tres años en un puesto similar. Contrato autónomo.

■ **Dody Travel.** Valencia. Se necesita agente de viajes de mostrador para atención al público. Requisitos: imprescindible experiencia de al menos dos años en puesto similar y cartera de clientes.

■ **Space Travel.** Madrid. Se precisa agente de viajes para minorista ubicada en Madrid. Requisitos: conocimientos de Amadeus y de producto vacacional. Se ofrece incorporación inmediata.

■ **White Consulting.** Barcelona. Se busca agente para llevar a cabo la correcta gestión

de contratación de viajes y 'paquetes' a clientes. Sus principales funciones serán asesorar al cliente de forma presencial y por teléfono; vender y confeccionar viajes, transportes y demás productos; y controlar y gestionar las reservas de avión con el programa: Galileo/Travelport. Requisitos: imprescindible experiencia mínima de un año en agencia, residir en Pineda de Mar o alrededores y nivel alto de inglés y francés.

■ **Ski Arias.** Madrid. Agencia de viajes busca profesional con experiencia en atención a empresas. Requisitos: amplio dominio de Amadeus y buen nivel de inglés.

■ **Viajes Chamartín.** Madrid. Agencia de viajes orientada al Turismo receptivo necesita guías de Turismo para visitas panorámicas y paseos por Madrid, así como visitas a museos. Requisitos: se valorará experiencia en organización de rutas por España y Portugal. La relación laboral podrá ser como trabajador autónomo o con contrato parcial en jornada y horario a convenir.

■ **Apartamentos Montemar.** Sitges. Se necesita recepcionista para apartamentos en la zona de Sitges. Requisitos: conocimiento del paquete Office, correo electrónico y tareas administrativas. Obligatorio inglés fluido. Retribución a negocio según valía del candidato.

■ **Felices Vacaciones.** Madrid. Buscamos agentes de viajes para atención telefónica personalizada. Funciones: cotizaciones y elaboración de presupuestos; contacto directo con el cliente; y contacto directo con mayoristas. Requisitos: imprescindible perfil comercial.

■ **CTI Viajes.** Madrid. Agencia de viajes especializada en la organización de congresos y eventos busca profesional para cubrir plaza en el departamento de administración.

■ **Día Libre Viajes.** Madrid. Se busca agente de viajes para segmento corporativo. Requisitos: experiencia en empresas, alto nivel de Amadeus e inglés. También se valorará conocimientos de informática.

■ **Mapa Tours.** Madrid. Mayorista busca persona para el departamento de *booking*.

■ **ClickTurismo.** Málaga. Agencia con muy buen ambiente de trabajo ofrece contrato a agente experto en Amadeus. Requisitos: residencia en Málaga y experiencia de al menos tres años en manejo de Amadeus.

■ **Viajes Troya.** Madrid. Agencia necesita profesional para oficina en el barrio de Salamanca. Requisitos: experiencia en puesto de agente de empresa, amplios conocimientos de Amadeus y nivel alto de inglés.

■ **Spain Travel Express.** Madrid. Buscamos agente con experiencia en receptivo para atender viajeros árabes y latinoamericanos. Requisitos: imprescindible inglés.

■ **Zafiro Tours.** Alicante. Se precisa agente de viajes para mostrador. Requisitos: experiencia mínima de cinco años en puesto similar, manejo avanzado de Amadeus y cartera de clientes propia.

■ **Mapaplus.** Madrid. Agencia de viajes mayorista busca persona para departamento de organización de circuitos.

■ **Halcón Viajes.** Colmenar Viejo (Madrid). Se busca socio trabajador para franquicia. Sin inversión inicial. Requisitos: imprescindible experiencia en puesto de agente de viajes y cartera de clientes.

■ **Egrecia Viajes.** Madrid. Ofrecemos puesto de agencia de viajes en minorista especializada en Turquía y Grecia. Requisitos: experiencia en agencia de viajes, manejo de Amadeus y Office.

■ **Flytour Viajes.** Madrid. Ofrecemos puesto de agente de viajes con especialidad en billeteo étnico. Requisitos mínimos: imprescindible experiencia demostrable en emisiones, reemisiones, reembolsos y sistema de gestión Orbis.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Amplia oferta de hoteles

↑ El Grupo Meliá ha incluido algunas modificaciones a su **web** que afectan básicamente a su presentación y al contenido de la primera página, mientras mantiene la **información** de sus hoteles y el sistema de reservas válido para clientes, empresas y agencias.

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

↑ Ofrece un área para las **reservas** desde las agencias de viajes.



<http://www.melia.com>

Transporte terrestre

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

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

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



<http://www.bilmanbus.es>

'Rent a car' en Internet

↑ Pepecar incluye **información** de sus **rent a cars** colaboradores en su oferta de vehículos y modifica la solicitud de reserva manteniendo el resto de las características de la versión anterior, incluida la gestión de reservas desde agencias y empresas.

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

↓ Las agencias disponen de un área para su gestión de **reservas**.



<http://www.pepecar.com>

Cruceros en todo el mundo

↑ Cruises-N-More presenta una página muy completa, aunque de diseño mejorable, en la que ofrece **información** de cruceros de múltiples navieras en todo el mundo y una completa gestión de reservas, así como la de hoteles y otros servicios turísticos.

↑ Es una página de **utilidad**, pero únicamente para el cliente final.

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



<http://www.cruises-n-more.com>

Congresos en Córdoba

⇒ El Palacio de Congresos de Córdoba presenta una nueva versión de su **web** que mejora su presentación, pero mantiene un nivel de **información** semejante sobre sus espacios y ahora no ofrece la reducida información de eventos programados de la anterior.

⇒ Su **utilidad** está limitada por su escaso nivel de información.

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



<http://www.cordobacongress.com>

Turismo en Murcia

↑ La nueva **web** oficial de Turismo de Murcia presenta, con un diseño y estructura totalmente renovados, un acceso más amigable a su completo conjunto de **información** turística y un sistema integrado de reservas, pero no disponible para las agencias.

⇒ Por su diseño amigable y completa información es una **web** de **utilidad**.

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



<http://www.murciaturistica.es>

LEGISLACIÓN

Resoluciones

Contrato público

✓ Anuncio de la formalización del contrato administrativo de servicios que tiene por objeto el servicio de organización de viajes y estancias para la Agencia Vasca de Cooperación para el Desarrollo. Contratista: Viajes Barceló. Presupuesto de licitación del contrato: 60.000 euros. Plazo de ejecución: hasta el 31 de diciembre del presente ejercicio. Publicación en el perfil de contratante: 9 de abril de 2014.

✓ Resolución de 15 de abril de 2014 de la Consejería de Empleo, Turismo y Cultura del Gobierno de la Comunidad de Madrid, de cese de actividad de la agencia de viajes con nombre Sharubu Safaris and Expeditions.

✓ Resolución de 8 de mayo de 2014, de la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Junta de Andalucía, por la que se hace pública la cancelación de la inscripción en el Registro de Turismo de la Comunidad autónoma de la agencia Viajes Serlo.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

CURSOS

Dirección de empresas turísticas

Máster Oficial en Dirección de Empresas del Sector Turístico

La Universidad Pontificia de Salamanca (UPSA) y la Escuela de Organización Industrial (EOI) han presentado el Máster Oficial en Dirección de Empresas del Sector Turístico. El rector de la UPSA, Ángel Galindo, ha señalado la importancia de este máster semipresencial que ayudará a "llegar al alumno más universal". El Turismo ocupa una faceta importante en el mundo y con esta acción se persigue "dar una formación profesional, un apoyo al Sector y un tinte humanista a este ámbito". "Se pretende cubrir una demanda formativa en un sector clave de la economía, desde la

sostenibilidad y la innovación, prosigue Galindo. El máster está dirigido a profesionales con experiencia que deseen fortalecer sus habilidades directivas, sus conocimientos, sus metodologías de trabajo, su capacidad de liderazgo y su mentalidad estratégica. Se trata de una versión *executive*, compatible con la actividad profesional. Ofrece una formación de alto nivel con el fin de mejorar las competencias específicas en el ámbito profesional. El plazo de matrícula está abierto hasta el 27 de julio (primer plazo) y del 3 de agosto al 30 de septiembre (segundo plazo).



LIBROS

Emprendedor en el sector de eventos

'Estructura económica de los mercados turísticos'

Protocolo lanza la publicación 'Motivate y Emprende en comunicación y eventos'. La autora, Celia Domínguez, desvela los procesos por los que un emprendedor debe atravesar, siempre desde su perspectiva emprendedora en el sector de la comunicación y los eventos. Autoconocimiento, autoconfianza, control de la mente, superar adversidades, despertar y ser consciente así como empezar a pensar en grande son métodos que conducirán al lector en la primera parte de la obra a desarrollar sus talentos y ponerse en el camino de la consecución de sus sueños. También da un tratamiento especial a las mujeres que son madres emprendedoras en la segunda parte del libro.



CALENDARIO

Jornadas para profesionales

● Del 12 al 15 de junio de 2014, Jornadas Técnicas de CEAV, Gran Canaria. La Confederación de agencias de viajes reunirá a unos 100 profesionales del Sector para analizar cuestiones de especial relevancia, como los cambios que se abordarán en el REAV, la modificación de la Directiva de Seguros de la Unión Europea. Las posibilidades que ofrece Spain.info y los nuevos modelos de negocio. Más información en la web www.ceav.info.

● El 18 de junio de 2014, La introducción a la industria mundial de los cruceros, Cádiz. La Autoridad Portuaria de la Bahía de Cádiz y Gades Port organizan, junto con Cruises News Media Group, una jornada con el objetivo de mostrar las claves del sector de los cruceros. Los profesionales del Sector Turístico local podrán acercarse a este segmento y conocer con amplitud su organización, impacto económico, organigrama, clientes, proveedores, logística y necesidades. Más información en la web www.cruisesnews.es.

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

SUBEN

Ana Pastor

La ministra de Fomento, Ana Pastor, ha anunciado recientemente que Aena congelará las tarifas aeroportuarias en 2015 y prorrogará las bonificaciones. El gestor aeroportuario dejará de ingresar 151 millones de euros.



Isabel Borrego

La Secretaria de Estado de Turismo seguirá apoyando al Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) en la difusión de la marca 'Q' de Calidad Turística. Además, por primera vez desde que se cedió la marca al Estado, su promoción será coordinada desde el ICTE.



Fernando Lucini

New Travelers confía en multiplicar por cuatro los resultados alcanzados el año anterior. Hasta abril, el turoperador que dirige Fernando Lucini ya ha logrado igualar el volumen de negocio registrado en el cómputo total de 2013, lo que les lleva a afirmar que 2014 es un año excelente.



SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Juan Carlos I	3
Entrevista / José Salinas	4
Escaparate	5-15
Gestión	17
Mostrador	18-19
Club	21
Hotelería	23-25
Booking	27
Evaluanet	28-29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31



BARÓMETRO DE RESULTADOS

El viaje combinado sigue ganando cuota de mercado en España. Según los últimos datos recabados por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, en el primer cuatrimestre de 2014 ha representando el 30,4% de las llegadas de turistas internacionales (4,6 millones), experimentando un fuerte repunte del 16,5% en relación al mismo periodo del año anterior. De igual forma, en abril, mes en el que ha influido positivamente el retraso de la Semana Santa, el uso de esta forma de organización se ha incrementado un 21,4%, concentrando 1,5 millones de viajeros.

El resto de tipologías de viajes también muestran una evolución favorable, si bien crecen con menos intensidad. En los cuatro primeros meses del año 10,6 millones de turistas han optado por otras formas de organización, cifra un 6,3% superior a la del mismo periodo de 2013. Mientras tanto, en abril se produce un aumento del 10,3%, hasta los 3,7 millones de visitantes. Sumando ambas formas de organización se alcanza una cifra de 15,3 millones de turistas internacionales en los cuatro primeros meses del presente año, un 9,2% más que en el ejercicio anterior. En abril las llegadas también crecen de forma notable, un 13,2%, con algo más de 5,2 millones de viajeros.

Francia supera a Alemania

Por mercados emisores, Reino Unido se mantiene en los cuatro primeros meses del año como la principal potencia, siendo el punto de origen de 3,1 millones de turistas, un 6,5% más que hace un año. Le

LA SEMANA

El gasto turístico registra un aumento de dos dígitos

El Turismo receptivo continúa superando todos los registros. En los cuatro primeros meses de 2014 los turistas internacionales han gastado en sus viajes a España un total de 14.856 millones de euros, lo que supone un aumento del 11,2% en comparación con el inicio de 2013. Las principales Comunidades de destino, con la única excepción de Baleares, se benefician del buen comportamiento del Turismo extranjero. En lo que respecta a los mercados emisores, Reino Unido y Alemania se mantienen a la cabeza con 2.583 y 2.539 millones de euros, respectivamente, registrando ambos crecimientos de dos dígitos. Por el contrario, Francia se estanca, aportando 1.424 millones de euros.



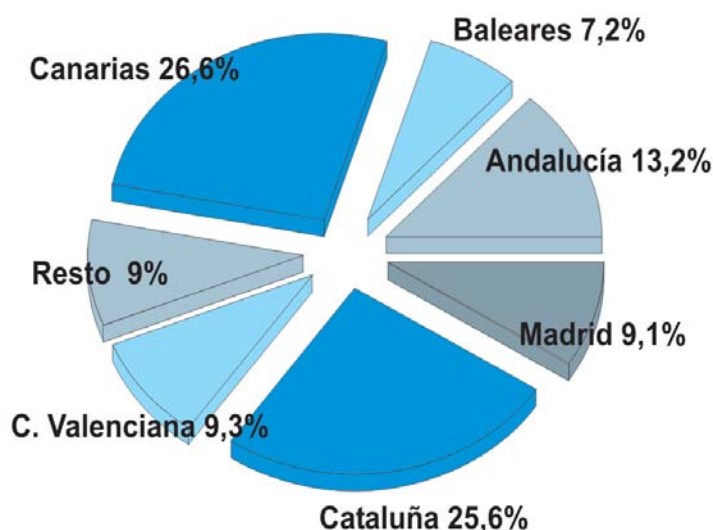
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

El uso del 'paquete' crece un 16%

Aumenta de forma notable el número de turistas que llegan a España con un viaje combinado. Según los datos del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, el uso de esta forma de organización ha aumentado un 16,5% en los cuatro primeros meses del año, concentrando el 30,4% de las entradas (4,6 millones). Mientras tanto, el resto de tipologías de viaje muestra un avance del 6,3% respecto al ejercicio anterior.

Reparto de turistas por Comunidades



Fuente: Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

© NEXOTUR

siguen Francia y Alemania, ambas con 2,5 millones de viajeros y con repuntes aproximados del 11%.

Con más de 1,6 millones de turistas, los países nórdicos ocupan la cuarta plaza, experimentando un avance interanual del 10,8%. Por detrás están Italia con 878.377 turistas, un 13

más; Países Bajos con 605.266, un 8% más; Bélgica con 535.228, un 27,9% más; y Suiza con 390.830, un 17% más. Frente al crecimiento de estos mercados, Portugal, Irlanda y Estados Unidos han registrado en los cuatro primeros meses del año caídas del 3%, 2,2% y 9,5%, respectivamente.

De las principales Comunidades autónomas de destino, Baleares es la única que muestra un comportamiento negativo en el cuatrimestre, contabilizando 1,1 millones de visitantes, un 6,8% menos que en los cuatro primeros meses de 2013. A la cabeza se mantiene Canarias con cuatro millones de turistas, un 13,1% más que hace un año, seguida de cerca por Cataluña con 3,9 millones (+10,4%).

Madrid sigue creciendo

Andalucía es la tercera Comunidad más visitada por turistas internacionales, superando la cifra de dos millones hasta abril, un 10% más que hace un año. Por su parte, la Comunidad Valenciana registra un crecimiento del 9%, con 1,4 millones, cifra idéntica a la alcanzada por Madrid, que supera en un 5% los resultados del año anterior. El resto de Comunidades concentran en su conjunto el 9% (1,4 millones) de los turistas procedentes del extranjero, registrando un avance interanual del 13%.

Según la vía de acceso, el aeropuerto se mantiene como la opción más elegida con 12,5 millones de pasajeros, un 9,5% más que en el primer cuatrimestre de 2013. Le sigue la carretera con 2,5 millones de usuarios, un 7,9% más, mientras que el resto de medios de transporte crecen un 8,5%, hasta los 259.292 viajeros. Por tipo de alojamiento, el hotelero se mantiene a la cabeza con casi diez millones de turistas, experimentando un incremento del 9,2%. El no hotelero registra un avance similar, superando los 5,3 millones de viajeros.

Date de alta
en Nexotur.com

Diario online del
Agente de Viajes

...y recíbelo
cada mañana
en tu email

