

Contenido:

| | |
|---|------|
| Rentabilidad de las AA.VV. | P. 1 |
| Costa Cruceros lanza Costa Extra | P. 2 |
| ILUNIÓN-ONCE estudio sobre Accesibilidad | P. 2 |
| La documentación, responsabilidad de las AA.VV. | P. 3 |
| Jordania lanza el "Jordan Pass" | P. 3 |
| Agencias se sienten discriminadas por la CNMC | P. 4 |
| Comunidad de Madrid sin Consejería de Turismo | P. 5 |
| Administración turística en las CCAA | P. 5 |
| Cifras de empleo e índice confianza del consumidor | P. 7 |
| Formación turística, asignatura pendiente | P. 8 |
| III Jornadas de Turismo e Industria Audiovisual | P. 9 |
| Riesgos al centralizar el contrato de agencias del Estado | P.10 |
| Agenda del Sector | P.11 |

Artículo de Opinión

Por José Luis Méndez
Gerente UNAV



Quiero resaltar las amenazas constantes que recibimos de distintos frentes. Más que nunca necesitamos vuestra aportación como socios y los que no lo sois, planteáoslo para que, entre todos, sumar por la unificación que, a su vez es la fortaleza de la Asociación.

- IATA mantiene a LUFTHANSA como socio que, unilateralmente penaliza a los GDS obligando a las agencias a duplicar el trabajo que, en mi opinión personal, está menospreciando al canal de distribución de las agencias. Qué sentido tiene que siga siendo socio de IATA.
- El Tribunal de Defensa de la Competencia atemoriza la opinión del sector por sus espectaculares sanciones, las incorporaciones de las multinacionales que si se les permiten opiniones e implantar lo que les viene en gana.
- Los verdaderos perjudicados ante la total impasibilidad de la administración en el caso de adjudicación de IMSERSO, son los consumidores que, tenían su plan de viaje preparado, los Hoteles tenían la plantilla del personal contratada y que, tiene sus puestos de trabajo en el aire, los transportistas tenían previstas sus planes de ruta y trabajo y las agencias de viajes tienen que explicar a los clientes el porqué de este disparate.

Es lícito que empresas pujen por adjudicarse un concurso, lo que no es recibo que la administración no cumpla con los criterios y plazas establecidas, debería haber tomado una decisión en tiempo y forma, para evitar no solo la mala imagen, si no el perjuicio económico para el sector turístico.

Afortunadamente Turoperadores, como Trotamundos, Club de Vacaciones, Turimar, Marsol, Transrutas, sin subvención alguna en colaboración con agencias de viajes, ha preparado algunos destinos para mayores con gran calidad y precios muy competitivos en los servicios ofrecidos.

Cuántas promesas y cuántas medallas se ponen los políticos a coste del turismo, ¿creéis normal que la ciudad de Madrid no tenga Consejería de Turismo?.

Las asociaciones reclamamos más formación a las Administraciones, para crear y mantener trabajo. Necesitamos estar muy preparados y aplicar en nuestras empresas las mejores tecnologías y formación.

Por todo esto y muchas cosas más, necesitamos vuestro apoyo y que forméis parte de la Asociación UNAV.

La rentabilidad sigue siendo “la asignatura pendiente” de las agencias, según UNAV

José Luis Méndez cree que habría que cambiar el modelo actual del programa de viajes del IMSERSO.

La recuperación económica de las agencias de viajes evoluciona “muy lentamente” y la rentabilidad sigue siendo “la asignatura pendiente” de las minoristas. Explica el gerente de UNAV.

Méndez admite que “parece que vemos la crisis por el retrovisor, pero a poca distancia”, y aunque “es cierto que el emisor se está recuperando”, lo hace “muy lentamente y seguimos las agencias de viajes teniendo la asignatura pendiente de la rentabilidad”, matiza.

Destaca el beneficio que representa la diversificación de los destinos que genera un aumento de demanda en el viaje, tanto nacional como extranjero.

Por ello, confiesa abiertamente su deseo de que de este 2015 sea “el año de la consolidación que se quedó en años anteriores a la crisis”.

Sobre si el turismo español se ha beneficiado por la crisis en el Norte de África y Oriente Medio, el gerente de UNAV le resta importancia a esa coyuntura y defiende las fortalezas de la industria turística de nuestro país. “No hay que olvidar que somos el tercer país del mundo en número de visitantes y no es consecuencia de la inseguridad de los países del Norte de África y Oriente Próximo”, señala.

El Imsero, un servicio complementario

En referencia a la importancia de los viajes del Imsero en la cuenta de resultados de las agencias, Méndez ve este producto como “un servicio complementario” para las agencias dado que es “muy poco rentable”, sobre todo “por la forma de comercialización de casi exclusividad, con criterios poco entendibles al sector”.

Cree que se debería cambiar el modelo actual y adoptar otro como el de la Comunidad de Madrid, que dispone de un programa de vacaciones para mayores de 55 años, sin subvención estatal, organizado en colaboración con las asociaciones y con una mejor comercialización.

Se trata de un programa que “ofrece un nivel de calidad muy superior, y aumentando la demanda año tras año, con un nivel de satisfacción altísimo”, tanto por parte de las agencias como para del cliente.





Costa Cruceros lanza Costa Extra, la nueva plataforma de negocio para agentes de viajes

Nuestro proveedor Costa Cruceros ha creado una web profesional. Es una **Plataforma de Negocio pensada para los Agentes de Viajes** y para hacer que el trabajo de todos sea más eficiente. En esta Plataforma podréis buscar y reservar cruceros, comparar, enviar presupuestos a tus Clientes, conocer las últimas novedades Costa, conseguir formación online... **¡y además también es un lugar donde compartir tus experiencias con otros agentes!**

Costa Click seguirá siendo tu motor de reservas de cruceros Costa (puedes acceder ahí directamente pulsando en el botón "RESERVAR" que está situado en el menú principal a la izquierda de la nueva web Costa Extra) y a **partir de ahora estará integrado dentro de esta nueva Plataforma.**



Desde la **FUNDACIÓN ONCE e ILUNION**, grupo de empresas de la ONCE y su Fundación, se está desarrollando un estudio sobre la Accesibilidad en el Turismo en España cuyos objetivos son conocer el autodiagnóstico, preferencias, valoraciones y opiniones sobre la gestión de la Accesibilidad Universal y el "Turismo para todos" por parte de los gestores y proveedores de servicios/establecimientos turísticos.

Los resultados pretenden aportar propuestas de mejora al sector turístico en España a la hora de satisfacer las demandas y necesidades de los turistas, tanto nacionales como extranjeros, y poder encarar las nuevas oportunidades de mercado. A la finalización, el informe de resultados será publicado para su consulta y deseamos sea una herramienta útil para el crecimiento del sector turístico.

En Costa Extra los contenidos estarán siempre actualizados y tendréis un montón de material descargable (pdfs, imágenes, vídeos) que seguro os ayudan para vuestras ventas, además de **herramientas muy útiles, como el presupuesto emocional, buscador de cruceros Costa con comparativas de precios, personalización de posters para imprimir o enviar, etc.**

[Entra, navega y sácale partido a Costa Extra desde ya!](#)

Si tenéis cualquier problema, sugerencia o duda podéis escribir a redaccion@costaextra.es

Como agente clave en el sector turístico nos gustaría pedirle colaboración haciendo difusión del mismo invitando a participar a establecimientos y servicios turísticos asociados a su organización/institución.

Para participar se debe responder a un cuestionario on-line dirigido a empresas del sector turístico que deseen aportar su experiencia acerca de cuestiones sencillas relativas a su gestión de la Accesibilidad Universal.

Para acceder al cuestionario on-line debe pulsar en el siguiente enlace:

<http://turismoparatodos.consultaopinion.com/>

Todos los datos serán tratados y expuestos de manera anónima y en ningún caso se reflejarán nombres de personas o empresas.

AGENCIAS ASOCIADAS

- ACUARELA
- ALELLA
- AR BUSINESS TRAVEL
- ARENAS
- ARISTA
- ARIZONA
- ARPA
- ATENEO
- BARRAÑA
- CAMPA
- CATAI
- CELLAR TASTINGS
- CEMO
- CENTURY INCOMING
- CHARMED BY SPAIN
- CLUB DE VACACIONES
- COLUMBIA
- CRISTAL DE ROCA
- CYBAS TURISMO
- DESTINIA
- DOLPHINS TRAVEL
- DRAMAR
- EL CORTE INGLES
- ENJOY EBRE
- ESCORIAL
- EUROPA MUNDO VACACIONES
- EXCELENCIA
- EXPERTRAVEL
- FRONTIA
- GESTORA DE VIAJES Y NEGOCIOS
- GOLD TOUR SPAIN
- GOLFSPAIN TOURS
- GRUPO AIRMET
- GRUPO CARREFOUR VIAJES
- GRUPO STAR VIAJES
- HAIMA EXPERIENCE
- HÉLICE
- HI TRAVEL
- HIMALAYA
- IAG7 VIAJES
- ICE TRAVEL SPAIN
- ILUNIÓN VIAJES
- INTERNACIONAL CARISMA
- INTERNATIONAL ONLINE
- INTERNATIONAL QUETZAL
- JTB VIAJES SPAIN
- KARISMA TOURS
- KUONI GROUP TRAVEL
- KUONI TOURS
- KUTRIP SL
- MADE FOR SPAIN
- MAPA PLUS
- MAPA TOURS
- MARFA TRAVEL
- MAYORISTA DE VIAJES/SPECIAL TOURS
- MILLAN TRAVEL
- MTZ, DESTINATION MANAGEMENT COMPANY
- MUCHOVIAJE
- N.L. VIAJES
- NAUTALIA
- OLYMPIA MADRID
- OMEGA PLUS
- PANAVISIÓN
- PEGASUS-PEGATUR
- POLITOURS



RESPONSABILIDAD DE LAS AA.VV. SOBRE LA DOCUMENTACIÓN PERSONAL DE LOS CLIENTES

El deber de las agencias de viajes de suministrar información a los clientes sobre la documentación personal necesaria para efectuar un viaje combinado en concreto, resulta un tema muy controvertido y que genera una gran cantidad de consultas.

A tenor de lo establecido en materia de Viajes de Combinados en el *Libro IV del RD. 1/2007 de 16 de noviembre por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios*, la Agencia de Viajes tendrá el deber de informar a los pasajeros de la Unión Europea sobre la documentación personal necesaria para efectuar el viaje (Art. 152.1 e) sin embargo, dicho artículo no hace mención alguna respecto a la obligación de facilitar esta información a clientes de países que no formen parte de la Unión Europea.

No obstante, esta obligación podría entenderse asumida por parte de Agencia de Viajes según la forma en que regule este aspecto en sus Condiciones Generales de Contratación, pudiendo verse incluso condenada en un procedimiento judicial al

reembolso total del viaje y a la satisfacción de una indemnización a los clientes, **no miembros de la Unión Europea**, que no recibieron la información necesaria en materia de documentación personal y no pudieron realizar el viaje por este motivo.

En este sentido se dirige el fallo del recurso **763/2009 de la Audiencia Provincial de Cantabria Sección 2ª**, que condenó a la agencia de viajes a la devolución del importe del viaje a una pasajera de nacionalidad colombiana y de su acompañante junto con la satisfacción de una indemnización por daño moral, cuya cuantía total ascendió a la cantidad de 3.948,70 euros.

Por todo ello, consideramos recomendable que tanto las Agencias de Viajes minoristas como los Organizadores de viajes pongan una especial atención en este aspecto, con el fin de que una cuestión como la aquí tratada no pueda llegar a frustrar el viaje de nuestros clientes y perjudicar a nuestra agencia.

EXPLORA JORDANIA, EXPLORA MÁS POR MENOS

Jordania lanza el "Jordan Pass", un pase turístico que incluye la visa de entrada al país entre otras muchas ventajas

El Ministerio de Turismo y Antigüedades de Jordania se complace en anunciar el lanzamiento de un ticket unificado para los turistas que visiten el Reino Hachemita bajo el nombre de "Jordan Pass". El pase permite a los visitantes acceder a una serie de lugares turísticos, puntos históricos - incluyendo Petra - y museos.

EL PRECIO DEL "JORDAN PASS" ES DE 70 JOD (unos 88€)

El objetivo de esta multientrada es incentivar a los turistas a visitar un gran número de lugares históricos incluidos aquellos que no son tan concurridos,

facilitar el viaje con itinerarios sugeridos y garantizar una estancia más larga y agradable en Jordania. El Jordan Pass se ofrece en tres modalidades diferentes que se adaptan a las preferencias del viajero.

A través de este pase estamos reflejando la hospitalidad de los jordanos; una gran característica que hace de Jordania un destino único. La iniciativa también refleja que Jordania sigue siendo un líder en la utilización de las tecnologías actuales con el objetivo de emplear herramientas online que le dan al destino una mayor visibilidad y mejoran la experiencia del turismo y del turista".

POLVANI
PROVIAS
PRÓXIMO ORIENTE
PROYECTO EUROPA SERVICIOS
TURÍSTICOS
RURALIA
RUSTICAE VIAJES
SAPPHIRE VIAJES
SELASI
SENDAS DE EUROPA
SERVIVUELO
SET VIAJES
SINOWIND
SOCIEDAD GEOGRÁFICA DE LAS
INDIAS
SPACE TRAVEL
SURLAND
TAJO
TAKSEE MOBILITY
TIERRA VIVA
TRANSFRONTERAS
TRANSIBERICA
TRANSRUTAS
TRAVELLING CONSULTANTS
TUMLARE CORPORATION
TURISMO Y PEREGRINACIONES
VIAJABIEN
VIAJES CIFA
VIAJES DOS
VIAJES REUNIDOS
VIAJES Y OCIO HITS
WAMOS TOURS
WAMOS CIRCUITOS
WAMOS AIR
ZAFIRO
ZAMER

Las pequeñas agencias se sienten discriminadas por la CNMC

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) tiene abierto un expediente sancionador contra los grupos de gestión. Hace unos años impuso una multa millonaria a las asociaciones de agencias de viajes que generó su disolución por insolvencia. Estas y otras iniciativas son vistas por el sector de agencias como un trato discriminatorio, ya sea por ignorancia o por afán recaudatorio, según se analiza en este reportaje de la Revista Hosteltur.

La aparición de los **grupos de gestión**, hace más de 20 años, fue una novedad de trascendental importancia para las pequeñas agencias de viajes. Supuso la posibilidad para las pymes de poder acceder a los proveedores en igualdad de condiciones que las grandes redes. Pero las acciones de la CNMC los están dejando sin valor.

El **miedo** que le tienen los grupos de gestión y las asociaciones empresariales de agencias de viajes a la CNMC ha quedado claramente patente en el reciente caso de **Lufthansa**. La aerolínea ha comenzado a cobrar en septiembre una tasa de 16 euros por reservas en los GDS.

Ante esto, la **Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV)** ha comunicado que la colaboración con el grupo aéreo "se ha roto", si bien se cuida de recomendar a sus asociadas que no vendan los billetes de Lufthansa. Algo similar a lo que ha hecho el grupo de gestión **Advantage Focus Partnership** (integrado por más de 60 agencias de viajes británicas que suman unas ventas anuales de más de 3.600 millones de euros), que ha puesto en marcha una estrategia de "no colaboración" contra Lufthansa, pero evitando el boicot y dejando claro que sus asociadas son libres de vender el producto de la aerolínea.

Los grupos de gestión callan

En España los grupos de gestión ni han abierto la boca. **Están pendientes de las posibles sanciones de un expediente abierto por la CNMC**, precisamente por organizar a sus agencias para que redireccionen ventas hacia proveedores que ofrezcan mejores condiciones, en detrimento de otros considerados no recomendables.

Cuando los grupos de gestión nacieron en los 90, uno de sus activos era poder manejar la fuerza de venta conjunta de los cientos de agencias que los integran para poder negociar en mejores condiciones con los proveedores.

Dentro de esta estrategia es práctica comercial normal vender el producto del proveedor más rentable y dejar de hacerlo del que lo es menos para la agencia. Pues justamente es esto lo que sanciona Competencia en los grupos de gestión (que aglutinan a las pequeñas agencias) mientras que deja trabajar tranquilamente a las grandes redes que también llevan a cabo estas estrategias de redireccionamiento de ventas de proveedores.

En el sector se considera que esto discrimina a las pequeñas agencias en favor de las grandes, si bien ningún representante de grupo de gestión se atreve a decirlo en voz alta por miedo a que se entere la CNMC.

Las asociaciones condenan, pero no recomienda

Y en igual situación están las asociaciones empresariales. Ante conductas de proveedores lesivas para las agencias las comunicaciones de estas organizaciones son de condena, rechazo y lamento, pero no pueden hacer nada más. Quedaron escarmentadas cuando hace diez años Competencia impuso una millonaria sanción a FEAAV y AEDAVE por el caso de los fees aéreo, que generó la desaparición de estas organizaciones por insolvencia.

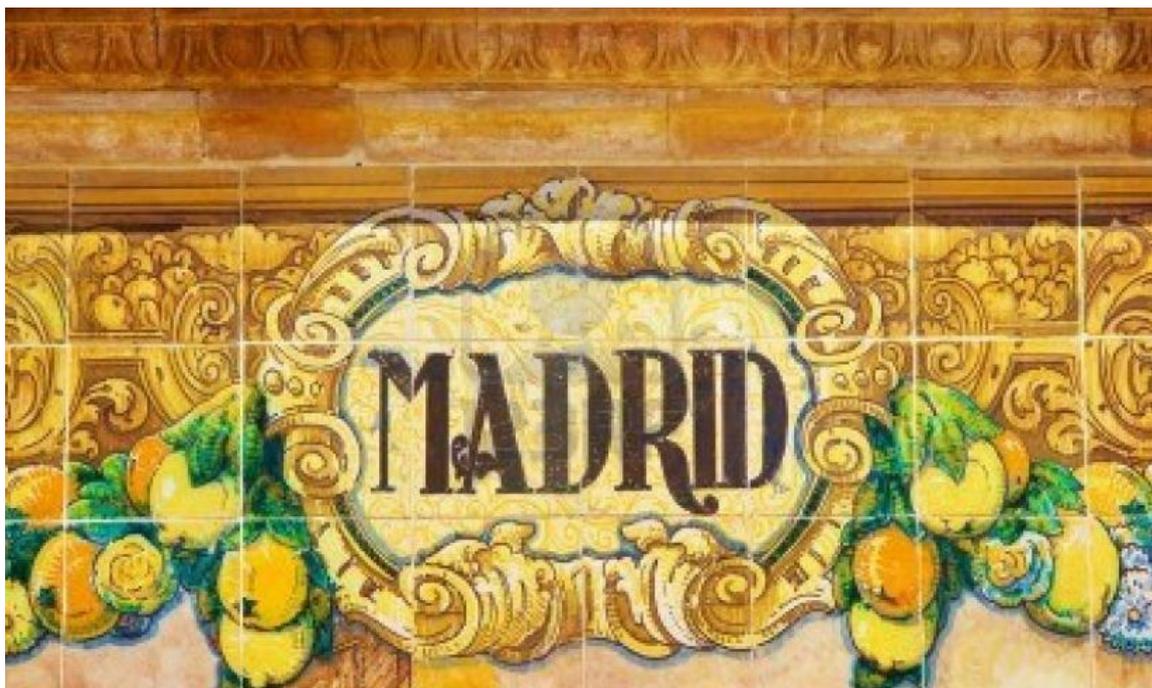
En este estado de cosas, es normal que los responsables de los grupos de gestión y de las asociaciones miren para otro lado cuando sus agencias asociadas reclaman un cese de ventas (en este caso contra Lufthansa). Mientras, las grandes redes siguen creciendo.



EMPRESAS ADHERIDAS

ABREUONLINE
AENA AEROPUERTOS
AMADEUS ESPAÑA
ANDALUCÍA EMPRESA PÚBLICA
AON GIL Y CARVAJAL
ATOUT FRANCE
BERONI INFORMATICA
CEFC (CENTRO ESTUDIOS
FORMACION Y CALIDAD
ENTERPRISE ATESA
IBERIA
INTERMUNDIAL SEGUROS
IRIS ASESORES INFORMÁTICOS
MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL
MOVELIA
OCIO Y PARQUES TEMÁTICOS
OFICINA DE TURISMO DE
JORDANIA
PIPELINE SOFTWARE 2000
SECOR ASESORES
TRAVELPORT
VIASEGUR

La Comunidad de Madrid no tendrá Consejería de Turismo



El sector turístico estará integrado con Cultura en una nueva oficina

La nueva presidenta del Gobierno de la Comunidad de Madrid, **Cristina Cifuentes**, dio a conocer ayer las consejerías que integrarán su equipo. Son siete, una menos que en la legislatura anterior, y en ninguna de ellas aparece Turismo. Ya avisó en su discurso de investidura que crearía una oficina de Cultura y Turismo que dependería directamente de ella.

Hasta el momento, el sector turístico era responsabilidad de la **Consejería de Empleo, Turismo y Cultura** bajo la titularidad de Ana Isabel Mariño.

Entre las nuevas incorporaciones al equipo de **Cristina Cifuentes** destaca la de Engracia

Hidalgo, hasta ahora secretaria de Estado de Empleo, que vuelve a la Comunidad de Madrid para ocuparse de **Economía, Empleo y Hacienda**.

Durante su discurso de investidura, la nueva presidenta anunció que pondrá en marcha el **Plan Estratégico de Turismo de Madrid** con el objetivo de "reforzar el carácter de nuestra comunidad como destino turístico de excelencia y potenciar su competitividad", indicó.

Además, detalló que el nuevo Gobierno autonómico elaborará una imagen de marca de la región mediante un proyecto de marketing específico.

El nuevo mapa de la administración turística en las CC.AA.

Más de la mitad de las 13 autonomías que pasaron por las urnas el 24 de mayo no tiene consejería de turismo

Las elecciones autonómicas celebradas el pasado 24 de mayo han dado un vuelco a los gobiernos regionales. Al frente de los recién estrenados ejecutivos aparecen nuevos responsables y nuevas estructuras, en algunos de ellos desaparecen las consejerías de turismo y sus competencias pasan a formar parte de otros departamentos. Más de la mitad de las 13 regiones que concurrieron a los comicios no dispone de ella. **La Comunidad de Madrid, Extremadura, Comunidad Valenciana, Navarra y La Rioja** han prescindido de ella, mientras **Castilla-La Mancha y Aragón**, al igual que en la anterior legislatura, no la han incorporado a su estructura.

De los nuevos ejecutivos autonómicos, solo **Baleares, Castilla y León, Cantabria y Murcia** cuenta con consejería de turismo, además de **Andalucía**, que aunque celebró elecciones el 22 de marzo, hasta junio no formó gobierno -no se incluye el **Principado de Asturias** por no haber formado Gobierno todavía. Javier Fernández, que repite como presidente, ha tomado posesión este sábado pero aún no ha anunciado el nuevo equipo si bien ha confirmado que habrá cambios-. **Canarias**, por su parte, que en la última legislatura creó una viceconsejería de Turismo, dependiente directamente del Ejecutivo regional, ha constituido ahora una consejería.

TOUR OPERADORES

- ARPA
- CATAI
- CELLAR TASTINGS
- TROTAMUNDOS
- CÓGEO AL VUELO
- DESTINIA
- EUROPA MUNDO VACACIONES
- GOLF SPAIN TOURS
- INTERNACIONAL CARISMA
- INTERNACIONAL QUETZAL
- JTB VIAJES SPAIN
- HI TRAVEL
- KARISMA TOURS
- KUONI TOURS
- MADE FOR SPAIN
- MAPA PLUS
- MAPA TOURS
- MAYORISTAS DE VIAJES
- MUCHO VIAJE
- PANAVISIÓN
- PEGASUS/PEGATUR
- POLITOURS
- PROXIMO ORIENTE
- RURALIA
- RUSTICAE VIAJES
- SENDAS DE EUROPA
- SPACE TRAVEL
- SERVIVUELO
- TOURMUNDIAL
- TRANSFRONTERAS
- TRANSRUTAS
- TRAVELLING CONSULTANTS
- TUMLARE CORPORATION

CC.AA. sin consejería

-Comunidad de Madrid. Su nueva presidenta, Cristina Cifuentes, ha decidido prescindir de la consejería de turismo y ha optado por crear una Oficina de Cultura y Turismo, vinculada directamente de Presidencia. Entidad que tendrá tres direcciones generales: Turismo, Patrimonio Cultural y Promoción Cultural.

-Comunidad de Valencia. Se ha tomado la misma decisión. Desaparece la Consejería de Industria y Turismo. El nuevo presidente del Ejecutivo, Ximo Puig, ha integrado la Agencia Valenciana del Turismo (AVT) también en Presidencia, bajo la dirección de Fransec Colomer.

-Extremadura. Guillermo Fernández Vara vuelve a la presidencia del Ejecutivo regional, como ya hiciera en la legislatura 2007-2011, y ha suprimido varias consejerías, entre ellas la de turismo, para quedarse sólo con cinco. Ahora el sector es competencia de la Consejería de Economía e Infraestructuras, con José Luis Navarro al frente, y el director general de Turismo es Francisco Martín Simón.

-Navarra. Se ha constituido el nuevo Ejecutivo presidido por Uxue Barkos, turismo depende del vicepresidente primero, que es también consejero del Departamento de Desarrollo Económico, donde se incluye la actividad turística entre otras muchas competencias. Asimismo, Maitena Ezkutarí, es la nueva directora general de Turismo y Comercio.

-La Rioja. Ahora el sector no estará presente en la nomenclatura de ninguna consejería. El nuevo presidente del Ejecutivo, José Ignacio Ceniceros, ha decidido que sea responsabilidad del departamento de Desarrollo Económico e Innovación y se ha nombrado como director general de Cultura y Turismo a Eduardo Rodríguez Osés.

-Aragón. El nuevo gobierno del socialista Javier Lambán, está integrado por nueve consejerías, no contará con ninguna de turismo. El Consejo de Gobierno aprobó el pasado martes el nombramiento de 13 directores generales, entre ellos la de Turismo, María Luisa Romero, que dependerá de la Consejería de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda.

-Castilla-La Mancha. El nuevo Gobierno, presidido por el socialista Emiliano García-Page, no cuenta tampoco con consejería de Turismo al igual que el Gobierno anterior. La responsabilidad sobre el sector está ahora en manos de Samper, directora general de Turismo y Artesanía, departamento integrado en la Consejería de Economía, Empresas y Empleo.

CC.AA. que cuentan con consejería de turismo

-Baleares. Presidido por Francina Armengol, ha creado la consejería de Innovación, Investigación y Turismo, con Biel Barceló al frente, a su vez, vicepresidente del Ejecutivo autonómico. Y la nueva directora general de Turismo de Baleares es Pilar Carbonell.

-Castilla y León. Al frente de su Ejecutivo sigue Juan Vicente Herrera, que mantiene la Consejería de Cultura y Turismo, como titular pone a Josefa García Cirac, y mantiene a Javier Ramírez como director general de Turismo.

-Cantabria. Su nuevo Gobierno, presidido por Miguel Ángel Revilla, cuenta con siete consejerías, entre ellas la de Industria, Innovación, Comercio y Turismo, con Francisco Martín al frente, una estructura que no varía respecto a la anterior legislatura. Asimismo, Eva Bartolomé es la nueva directora general de Turismo.

-Canarias. Su nuevo presidente, Fernando Clavijo, recupera la consejería de turismo. A partir de ahora María Teresa Lorenzo Rodríguez se sitúa al frente de la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes.

-Región de Murcia. También estrena presidente, Pedro Antonio Sánchez y cuenta también con la Consejería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo, cuyo titular es Juan Hernández Albarracín.

-Andalucía. Vuelve a contar con una consejería de Turismo y Deportes, al frente de la cual se ha situado Francisco Javier Fernández.

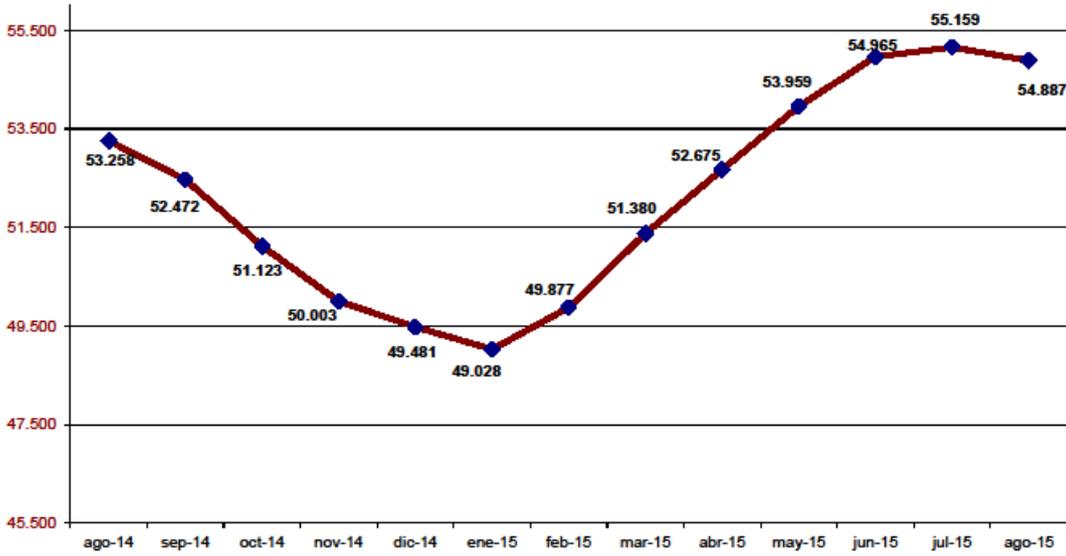


Evolución cifras de empleo

Datos situación del Sector Agencias de Viajes



EVOLUCIÓN CIFRA DE EMPLEO AGENCIAS DE VIAJES.
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

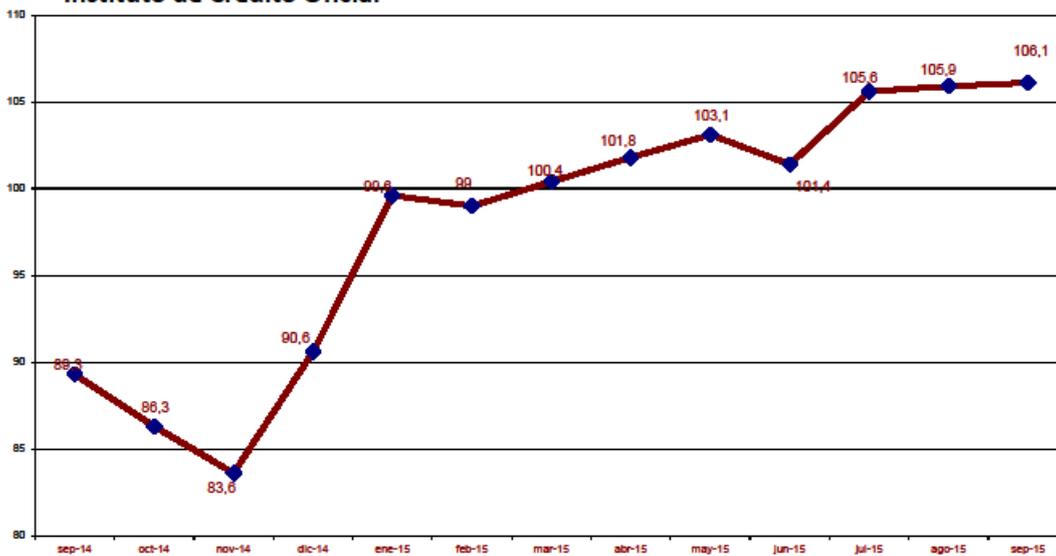


Evolución índice confianza del consumidor

Datos situación del Sector Agencias de Viajes



EVOLUCIÓN Índice Confianza Consumidor.
Instituto de Crédito Oficial



¿Los directivos del sector están a la altura?

La formación turística especializada en gestión, asignatura pendiente del sector

Contenidos poco competitivos y obsoletos, déficit de universidades y escuelas privadas de turismo



La formación especializada en gestión turística y hotelera sigue siendo una de las asignaturas pendientes en España. Así lo afirma Lola Herrero, directora académica del Máster en Gestión Hotelera y Turística del Campus de Madrid de ESCP Europe; quien añade que “los programas formativos de pre-grado (Grado en Turismo) heredan los contenidos curriculares de ADE (Administración y Dirección de Empresas), con ligeros acercamientos a las especificidades del sector turístico. En el ámbito del posgrado la oferta es muy limitada y más focalizada a aspectos operativos que de gestión”.

La solución a esta carencia, en su opinión, “pasa por propuestas formativas en management hotelero y turístico con programas curriculares aplicados, es decir, diseñados en función de las necesidades de las empresas turísticas, y con metodologías de enseñanza-aprendizaje innovadoras, aplicadas y aplicables (live case study, proyectos de consultoría internacional, etc.)”; además de por “una propuesta de programas de posgrado que cuenten con la alianza entre instituciones de educación de prestigio en ámbitos complementarios”.

Por ello José María de Juan Alonso, director de Koan Consulting y colaborador experto de ESCP Europe, no cree que “en este momento seamos líderes en formación turística. La mayoría de lo que ofrecen las universidades y una gran parte de las escuelas privadas de turismo es muy poco competitivo y obsoleto, sin innovación y sin apenas participación de expertos internacionales. Pocas ofertas incluyen esta participación y tampoco la movilidad internacional de los alumnos”.

Por este motivo considera que “una gran parte de los directivos del sector no está a la altura, sobre todo en lo que respecta al conocimiento de la sostenibilidad y de la inteligencia de mercado internacional, nuevas tendencias y perfiles de clientes, etc.”.

Y es que, opina, “los cambios se han dado sobre todo en la necesidad de adaptación a la sostenibilidad y a formas de comunicación, promoción y distribución cada vez más centradas en el campo online. Sin embargo, creo que el directivo actual no debe olvidar el offline y la importancia de las ferias, de las acciones de relaciones públicas y de la comercialización directa y de los eventos promocionales que implican relaciones humanas. Creo que muchos directivos jóvenes no tienen ni idea de estos temas por su obsesión en los aspectos tecnológicos y es un error”.

Aptitudes y actitudes del directivo

Por tanto, en lo que se refiere a las aptitudes y actitudes que debe reunir hoy en día el directivo de una empresa turística para tener éxito, una de las claves según Lola Herrero, “está en la combinación de dos variables importantes. Por un lado el conocimiento de las herramientas del management pero siempre súper enfocadas a las especificidades del sector turístico. Por otro lado, el desarrollo y la puesta en práctica de las habilidades necesarias para trabajar en contextos multiculturales y cambiantes en los que la capacidad de adaptación y liderazgo de equipos humanos resulta fundamental”.

Para Romo “las habilidades que debe reunir un directivo del sector que quiera alcanzar el éxito son: impulso, motivación de liderazgo, honestidad e integridad, confianza en sí mismo, inteligencia, conocimiento, entusiasmo, humildad, orientación al equipo, comunicación y visión estratégica”.

Proyección de futuro

En este escenario José María de Juan Alonso entiende que “el sector se encamina hacia una necesidad de incorporar alianzas con marcas y sistemas de gestión internacionales que cambien este panorama, y lo mismo tendrán que hacer las escuelas de turismo”.



III Jornadas de Turismo e Industria Audiovisual



A lo largo de la 1ª y 2ª edición de TOURISFILM hemos analizado y promocionado el nuevo modelo de negocio turístico creado por los rodajes de cine y series de televisión y en general, de la industria audiovisual.

Las Ponencias presentadas han dado a conocer, entre otras, las Rutas de los Castillos, las creadas por el grupo “amanecistas” por la película “Amanece que no es poco”, la Ruta de Santa Teresa, Rutas del Vino y Gastronomía, y en general, aquellas relacionadas con películas y series como “Un país para comérselo”, “El tiempo entre costuras”, “Isabel”, o el reciente fenómeno creado por la súper taquillera “8 apellidos vascos” o “Las Brujas de Zugarramurdi”.

Todas estas producciones, al igual que recientemente “Exodus” de Ridley Scott o la imponente serie “Juegos de Tronos” no sólo han generado empleos directos sino que además han tenido un gran impacto económico en los diversos sectores que configuran el Turismo.

Con más de 3 millones de impactos en redes sociales y una amplia cobertura de prensa, radio y televisión, además de la colaboración especial de el diario El Economista y su versión digital eleconomista.es, la 2ª edición de Tourisfilm se ha convertido en un excelente vehículo de promoción para este modelo de negocio turístico que tiene un formidable aliado en las aplicaciones de las nuevas tecnologías, parte importante en nuestras Ponencias.

Hoteles, Agencias de Viaje, Tour Operadores, revistas especializadas, serán protagonistas y sus esfuerzos por crear empleo y riqueza, reconocidos en los nuevos Premios de Excelencia Turística.

Agencias de viajes y Turoperadores (entre ellos VIATOR) están incrementado su negocio al incorporar nuevos productos a la ofertas tradicional, por ejemplo, las visitas a Dubrovnik, Osuna o Irlanda que están ligadas al rodaje de la serie “Juego de Tronos”, Peñíscola a “El Cid” o Barcelona a “Vicky, Cristina y Barcelona”. Pero si buscamos estos “destinos” en los tradicionales folletos de vacaciones no los encontraremos habitualmente.

| Localización | Película / Serie | Datos |
|--------------------------------------|---------------------------|--|
| Roslyn Chapel | “El Código Da Vinci” | Tras el estreno del film: 139.000 visitantes. |
| Carolina del Norte, Dupont State | “Los Juegos del | Aumento anual del 31% en 2012. |
| Duvronik, Croacia | “Juego de Tronos” | Aumento anual de un 11% de visitantes internacionales 2013. |
| Castillo de Highclere | “Downton Abbey” | 1.500 visitantes diarios. |
| Grantville, Georgia | “Walking Dead” | 3.600 visitantes recorren esta pequeña ciudad desde 2012. |
| Monumento Wallace, Escocia | “Braveheart” | Aumento anual tras el estreno del film: 300%. |
| Fort Hayes, Kansas | “Bailando con lobos” | Aumento de 25% de visitantes. 4 años anteriores: 7%. |
| Devils Towers, Wyoming | “Encuentros en la | Aumento de visitantes: 75%. |
| South Fork Ranch, Dallas | “Dallas” | 500.000 visitantes anuales. |
| Nueva Zelanda | “El Señor de los Anillos” | De 1999-2004: gasto anual turistas creció hasta 6 billones \$. |
| Chimney Rok Park, Carolina del Norte | “El último Mohicano” | Aumento del 25% anual tras el estreno del film. |
| Parques Nacionales de Sydney | “Misión Imposible 2” | Aumento del 200% de visitantes en 2000. |

Actividades realizadas

- La 3ª edición de estas Jornadas de TourisFilm 2015 tuvo su presentación en FITUR de la mano de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), compartiendo stand y permitiéndonos establecer un gran número de interesantes contactos.

- Presentación del Workshop "Rutas de Cine y Televisión: Nueva fuente de creación de empleo" en la UCM-Facultad de Comercio y Turismo en Madrid.

- Presentación de TourisFilm en el Foro AEDH / EXPOFOOD, invitados por la Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH) coorganizadora con FESYCO de este proyecto.

CEAV advierte a los grupos políticos del riesgo de centralizar el contrato de agencias del Estado

La asociación se reunirá con los distintos partidos en el Congreso para alertar de las consecuencias que tiene para la competencia la decisión del Gobierno

Con el objetivo de trasladar los perjuicios que podría suponer que la Administración pública ponga en marcha el contrato centralizado para gestionar sus servicios de viajes, la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha comenzado este jueves una ronda de contactos con los distintos grupos parlamentarios del Congreso de los Diputados.

El primer partido en recibir a CEAV ha sido el PSOE, quien el año pasado ya registró en el Congreso una proposición no de ley con la que exigía al Gobierno que negociara la futura centralización de contratos públicos con los diferentes sectores afectados.

Durante el encuentro, el presidente de CEAV, Rafael Gallego, que ha estado acompañado por varios miembros de la Confederación, ha trasladado al portavoz de Turismo del Grupo Socialista, Sebastián Franquis, su preocupación por la puesta en marcha de este contrato.

Tras el encuentro, Gallego ha asegurado que éste "conllevaría la posible desaparición de multitud de pequeñas y medianas empresas españolas, con las graves consecuencias sociales y de desempleo que este hecho podría conllevar, sin lograr efectos reales en términos de competencia, ni de ahorro para la Administración".

Es por ello que CEAV ha solicitado al portavoz socialista que, en un futuro, estas decisiones de gran calado sean fruto de un proceso de diálogo

con las asociaciones empresariales sectoriales, con el fin de evaluar sus posiciones sobre las consecuencias en cada sector.

Asimismo, Gallego ha alertado a Franquis de las consecuencias que a largo plazo tendrá este sistema de contratación, como "sectores de rasgos de oligopolio o situaciones de fijación de precios incluso superiores a los que existían con múltiples licitantes".

Limitación de la competencia

El presidente de CEAV ha añadido que "resulta paradójico que, mientras las autoridades de defensa de la competencia actúan para promover su garantía frente a los abusos de posición dominante o los acuerdos anticompetitivos, en este caso sea la propia Administración la que pueda estar favoreciendo la limitación de la competencia".

Tras escuchar las inquietudes de CEAV, el diputado socialista ha señalado que "no dejarán de profundizar en la próxima legislatura, ya sea desde el Gobierno o desde la oposición".

Por último, CEAV ha aprovechado para entregar al PSOE una copia del recurso contencioso administrativo que interpuso contra los pliegos del Contrato Centralizado de Agencias de Viajes de las Administraciones Públicas el pasado mes de mayo, y del que, según ha declarado el presidente de la entidad, "aún está pendiente de contestación por parte de la Audiencia Nacional".



Sebastián Franquis y Rafael Gallego, durante la reunión.

IBERIA 

Recordar que dentro de nuestro acuerdo con IBERIA, podéis acceder a un link a su página iberiagencias.com, donde encontrareis información puntual, por cuyo interés recomendamos su visita.

Para acceder a ella las Agencias no IATA, lo harán a través de "Visita sin Registro" y con el siguiente password:

El código de acceso es: **unavib1**

El país de acceso es: **españa**

Esperamos que este servicio os sea de interés y lo utilicéis frecuentemente.



Mostradores AENA

Os recordamos que UNAV dispone de mostrador compartido en la T1, en el Aeropuerto de Madrid-Barajas, el cual está a vuestra disposición, para los asociados que estéis interesados, rogamos contactéis con la asociación y os informaremos tanto de los costes como de los trámites para su utilización.



agenda

1. *III Distintivo Matilde Torres 15/oct/15 20:00h Cena de Gala HOTEL EUROBUILDING*
2. *Renta y Sociedades 20/oct/15*
3. *IVA 20/oct/15*
4. *Impuesto sobre las Primas de Seguros 20/oct/15*
5. *Impuestos Especiales de Fabricación 20/oct/15*
6. *Impuestos Medioambientales 20/oct/15*
7. *XIV Feria de Turismo Interior de Andalucía 23-25/oct/15*

Fuentes consultadas para la elaboración de este Newsletter: Agentravel, Nexotur, EFE, Hosteltur, Preferente, Expansión, Turespaña.

UNETE A NOSOTROS



UNAV

C/ Rosario Pino, 8-1º B

Tf: 915796741

asociacion@unav.ws

www.unav.ws



EL MEJOR PROGRAMA INFORMÁTICO DE GESTIÓN COMERCIAL PARA AGENCIAS DE VIAJES



LA APLICACIÓN DE GESTIÓN COMERCIAL
LÍDER EN ESPAÑA CON MÁS DE 4.300 INSTALACIONES

Envío de mensajes a móviles
desde las aplicaciones Orbis



Sistema integrado de
venta de seguros



Concilia automáticamente las
liquidaciones de BSP a partir
del fichero PDF



- Captura datos de los sistemas de reservas de las mayoristas de viajes
- Captura las reservas de GDS y RENFE
- Envío de documentación vía e-mail
- Facturación electrónica
- Informes a clientes desde Internet