



ANTONIO TÁVORA

### No ayudar a Ryanair

PÁG. 5/ Para AEWISE, Ryanair no aporta nada al destino y trae turistas de bajo poder adquisitivo



VÍCTOR MELIÁN

### Apuesta por Canarias

PÁG. 6/ El Consejo de ministros en Canarias ha sido una muestra de apoyo al destino



ANTONIO VÁZQUEZ

### Cobro por la maleta

PÁG. 6/ Las aerolíneas tradicionales comienzan a cobrar recargos como por la maleta



JOSÉ MANUEL DURAO BARROSO

### Pasajeros de cruceros

PÁG. 8/ Bruselas quiere proteger al pasajero de marítimas como al de aviones y trenes



INMACULADA ALMEIDA

### Turismo accesible

PÁG. 8/ El Turismo accesible es aún un nicho de mercado por explotar

## Bruselas reclama a España que aplique correctamente el IVA en las agencias

El Ejecutivo tiene dos meses para resolverlo o llevará el caso al Tribunal

La Unión Europea da a España un plazo de dos meses para que modifique su legislación para aplicar correctamente el sistema especial del IVA a las agen-

cias de viajes. Varios países se encuentran en la misma situación, ya que se produce distorsiones a la competencia por la diferencia de aplicación de este sistema.



Laurence Ellena, de Star Clippers.

Star Clippers apuesta por la agencia como canal

"Por la naturaleza del producto, nuestra apuesta por la red de distribución es total", por eso "confiamos en las agencias". Pág. 4

'El Consultor' explica qué es el 'infraseguro'

El Consultor profundiza en qué consiste exactamente el infraseguro y sus consecuencias para la agencia de viajes. Pág. 13

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

Para "eliminar las desventajas de una competencia desleal debido a la aplicación desigual de las actuales reglas", la Comisión Europea propuso en 2002 ampliar el actual sistema especial a las ventas a los agentes, pero hasta ahora los Estados miembros no se han puesto de acuerdo. El Ejecutivo recuerda que la directiva sobre el IVA incluye este sistema especial para simplificar la aplicación del impuesto a las agencias de viaje, pero que éste no se aplica cuando venden 'paque-

tes' a otra agencia o a clientes que no son los mismos que harán el viaje.

De igual forma, Bruselas considera contrario a la legislación comunitaria el poder que se concede a las agencias para poner en las facturas el IVA que se puede deducir el cliente o la opción de que las agencias decidan la cantidad sujeta al impuesto en cada ejercicio fiscal. Con el régimen especial, el impuesto que se aplica es del país europeo donde se hace el viaje. **Escapate en pág. 5**

## Las consecuencias del cambio climático en el Turismo, en el II Foro de Futuralia

El II Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo de España, que convoca la Mesa del Turismo y organiza el Grupo NEXO, tiene un protagonista de excepción: el cambio climático y su repercusión en el Sector Turístico español. El próximo miércoles 28 de octubre, el Hotel Eurostars Madrid Tower será el escenario para esta nueva cita en la que se presentará el informe 'Los efectos del Cambio Climático en el Turismo'. **Escapate en págs. 11**



La secretaria de Estado para el Cambio Climático clausurará Futuralia 2009.

## Agrupación critica la 'demencial' guerra de precios del Sector

En defensa de las agencias de viajes independientes

José Luis Ramil es el nuevo presidente de la Asociación de Grupos Comerciales de Agencias de Viajes (Agrupación), tras sustituir a Agustín Lamana. Ambos realizan para NEXOTUR un análisis del Sector. Ramil subraya como principales objetivos para su mandato reforzar la unidad del Sector e implantar las 'listas blan-



José Luis Ramil y Agustín Lamana



cas' y un código de conducta. Coincide con Lamana en destacar que el minorismo "tiene mucho que decir" y que las pequeñas y medianas agencias "tenemos más posibilidades de adaptarnos a los cambios y sortear a la crisis", así como en criticar la "demencial" guerra de precios del Sector. **Escapate en págs. 9**

## Las agencias e IATA crean un grupo de trabajo

Representantes del Sector se han unido con la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) para analizar la situación actual de sus relaciones. Así, se han tratado asuntos como los criterios de aplicación de avales o la necesidad de una atención más personalizada. Entre las principales conclusiones destaca la creación de un grupo de trabajo que comenzará a actuar de forma urgente. **Escapate en pág. 6**



KLM cumple 90 años a tu lado

Un viaje con KLM te está esperando

Participa hasta el 21 de octubre a nuestro Equiz online  
Conéctate y celébralo con nosotros

www.afkl.biz/es

afkl.biz

## ■ CLAVES

**Reinventando las agencias**

**S**OMOS CONSCIENTES de que un nuevo escenario aparece ante nosotros. A pesar de la grave crisis que afecta al Sector, nuestras perspectivas de futuro no son excesivamente pesimistas. Tendremos que responder reinventando las agencias, evolucionando.

Las agencias de viajes y los operadores turísticos que conforman nuestra Asociación apostamos por ofrecer productos innovadores y especializados. Creemos en la formación continuada en técnicas y conocimientos de los profesionales que prestamos ese valor añadido al viaje.



⇨ EDUARDO GARCÍA

Intentamos mejorar nuestra rentabilidad ajustando costes y apostando por una tecnología punta, que nos permita ofrecer al cliente exactamente lo que quiere, con tarifas competitivas acordes con la calidad ofertada. A día de hoy las nuevas tecnologías han cambiado la forma de hacer negocios en la mayoría de las empresas.

Quien no consiga especializarse y modernizarse en la venta de productos requeridos y en la innovación de su oferta, duplicara esfuerzos para sobrellevar esta situación, y a la larga su salida de la crisis resultará más penosa y económicamente menos viable. Factores como la resistencia al cambio o nuestra incapacidad para gestionar la innovación así como reducir los costes de nuestras estructuras empresariales, son algunos de los parámetros que impiden la expansión de nuestro negocio. Y lo que es peor nos crean ansiedad ante el futuro.

Necesitamos estar fuertemente unidos para reivindicar y defender una de las profesiones más bonitas que conozco. En numerosas ocasiones la atomización del sector es otro de los graves problemas que hacen que esta crisis. Somos reactivos en nuestro funcionamiento y no activos como creemos que debemos ser y por lo que apostamos decididamente. Algunas claves para el futuro pueden ser gestión, creación, innovación y fidelización.

Las claves básicas para enfrentar ese futuro esperanzador en el que creemos pasa por mejorar la gestión, aportar medidas creativas, invertir en innovación y perseguir la fidelización. Tan fácil y tan difícil.

⇨ **Eduardo García** es presidente de la Asociación de Agencias de Viajes y Operadores Turísticos de Cantabria (AAVOT).

**E**La Universidad de Barcelona ha creado un máster en Turismo Accesible dirigido por el profesor Ramón Arcarons, lo que demuestra la importancia que va tomando este tipo de Turismo y que desde diversos sectores se está empezando a potenciar su estudio e implantación.', explica Inmaculada Almeida

## TRIBUNA



⇨ INMACULADA ALMEIDA

**El Turismo accesible como nicho de mercado**

**E**N LA ACTUALIDAD el Turismo accesible debería de ser lo suficientemente potente como recurso para que las empresas turísticas españolas apostasen por él. Los datos hablan por sí solos más de 50 millones de personas con movilidad reducida (PMR) en Europa.

Una persona con movilidad reducida engloba desde personas con dificultad de movimientos por la edad, la obesidad o una enfermedad transitoria, hasta personas con alguna discapacidad, ya sea física o psíquica, que tienen dificultad en su movilidad. Es decir, que en su vida diaria o en su tiempo de ocio tienen unas necesidades específicas que deben ser cubiertas.

Existe otra estadística que dice que el conjunto de personas beneficiarias de la supresión de barreras (PBSB) son casi el 40% de la población mundial, y en España alcanzan los 19 millones, si bien las personas discapacitadas suponen el 9% del total de la población española.

Si tenemos estos potenciales clientes más sus familias y acompañantes, ¿por qué no termina de arrancar este tipo de Turismo?

Las causas pueden ser diversas, la primera de ellas es la más obvia, porque no se atreven a viajar, no existen productos turísticos adecuados y no tienen el hábito de viajar puesto que para ellos supone un gran esfuerzo e incluso no cuentan con las suficientes garantías de que sus vacaciones sean un éxito y no se encuentren con barreras o problemas en ellas.

Normalmente las personas de movilidad reducida tienen un poder adquisitivo medio-alto y demandan una asistencia de calidad, además hay que tener en cuenta que este tipo de cliente va a pagar más por sus vacaciones puesto que, justa o injustamente, los servicios que demandan son más caros que el de un turista sin discapacidad y suelen ir siempre acompañados.

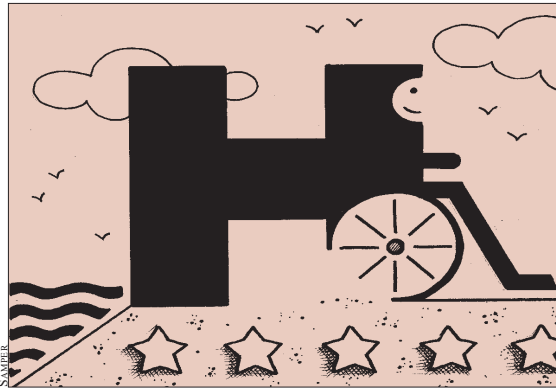
El Turismo accesible además, en muchas ocasiones, se enfoca más como un acto de justicia social que como un nicho turístico y económico por explotar importante.

En cuanto a los establecimientos hoteleros, son muy escasos los hoteles cien por cien accesibles, normalmente suelen tener sólo un 10% de habitaciones accesibles. Así como no existen ciudades cien por cien accesibles, ni rutas pro-

gramadas, ni excursiones, ni museos, ni restaurantes.

Lo accesible se convierte en un adorno que queda bien, que se invoca de vez en cuando pero en el que realmente no se apuesta por él. Hace poco un director de un hotel

me comentaba que no creía que se hicieran hoteles cien por cien accesibles y entre uno de sus argumentos me decía que no creía que a muchos de sus clientes les gustara estar "descansando entre muchas sillas de ruedas", no quería cargarse con el San Benito de ser un hotel para discapacitados. A un kilómetro escaso un empresario hotelero inglés está terminando un hotel rural de 20 habitaciones exclusivo para discapacitados. Tiene garantizadas las reservas de los próximos dos años. La realidad está ahí, aprovechar las oportunidades y convertir lo que muchos creen



que son amenazas precisamente en estas oportunidades.

Resulta que da la ligera impresión que los establecimientos hoteleros de costa, especialmente, pretenden que España siga siendo catalogado como un destino de 'sol y playa' sin más. Desafortunadamente han nacido destinos de este tipo en Europa que parecen más atractivos a los ojos del cliente europeo, como puede ser el ejemplo de Grecia o de algunas islas italianas. Y además son nuestros vecinos los que van por delante de nosotros en cuanto a lo innovador se refiere y acabarán también siendo los número uno. ¿Por qué parece que tenemos siempre que ir por detrás de otros países? ¿Por qué no tomamos las riendas nosotros y nos aventuramos en crear nuestro nuevo produc-

tores, es nuestra mentalidad, ex-ceptuando en algunas zonas de nuestro país, que parece que tienen otra visión, una visión más de futuro, y que además ahora mismo son los pioneros en crear producto accesible en España. Me tomo la libertad de animar a todo el Sector tanto público como privado, porque personalmente creo que eso es lo que ayuda a mejorar y a que cada uno aportemos lo mejor que tenemos. Necesitamos unirnos y andar conjuntamente para levantar al primer sector de nuestro país, el turístico, factor relevante del motor económico de nuestra sociedad. No podemos quedarnos de brazos cruzados, hay que innovar, reinventar, ser los creadores de corrientes en vez de dejarnos llevar por las olas que hacen otros barcos.

El caso es que federaciones, agrupaciones, o peñas y organizaciones de discapacitados o personas de movilidad reducida no pueden hacer viajes en grupo puesto que existen pocos hoteles que dispongan de suficiente número de habitaciones, y como digo hoteles digo otros servicios que no están suficientemente adaptados como transportes, museos, etc.

Recientemente la Universidad de Barcelona ha creado un Máster en Turismo Accesible dirigido por el profesor Don Ramón Arcarons, lo que demuestra la importancia que va tomando este tipo de Turismo

mo y que desde diversos sectores se está empezando a potenciar su estudio e implantación.

Definir lo que es accesible o lo que no lo es, es otro de los problemas que tiene la accesibilidad turística y su aplicación práctica. Si queremos tener unos estándares de calidad, ¿por qué norma nos regimos a la hora de catalogar si realmente un producto turístico es accesible?

Existe diversa y variopinta normativa. Desde normas privadas como la de AENOR, hasta un extenso abanico de legislación local, autonómica y nacional sobre diversos aspectos de la accesibilidad, que incluso en ocasiones no es coincidente. A la hora de la verdad no existe una norma clara y aceptada por la mayoría para catalogar la accesibilidad de una entidad turística. Esto es fundamental como elemento de partida, si no tenemos una guía de estándares comunes difícilmente frente al turista podamos garantizar un servicio de calidad.

Ya que no estar toda la normativa unificada pueden darse casos de disfunciones entre el servicio que se le pueda ofrecer a un turista con movilidad reducida en una comunidad autónoma u otra. No olvidemos que la imagen de marca de España como destino turístico es fundamental promocionarla, cuidarla y conservarla para que la confianza de nuestros turistas sean la mayor posible y no defraudarles.

Por tanto necesitamos conocer el nivel de accesibilidad del conjunto de la oferta turística, mediante una auditoría equiparable a todo el sector y sobre todo ponernos manos a la obra para crear una marca nacional 'España Accesible' que nos represente en todas las ferias turísticas y congresos y que sea capaz de empezar a calar en los turistas a nivel nacional e internacional.

Con todos estos problemas o las administraciones y empresas privadas nos ponemos en serio a intentar captar este nicho de mercado en Europa y hacemos de España un país accesible o nos encontraremos que la etiqueta de destino accesible se ha ido a otro país y perderemos así todo el volumen de Turismo y negocio que este colectivo supone. Eso sí, primero debemos hacer los deberes en casa y tener un producto accesible adecuado, de calidad y competitivo.

⇨ **Inmaculada Almeida** es directora general del grupo Almeida Viajes/Viaja sin Barreras.

*Si tenemos estos potenciales clientes más sus acompañantes ¿por qué no termina de arrancar este tipo de Turismo?*

*En cuanto a los hoteles son muy escasos los 100% accesibles suelen tener sólo un 10% de habitaciones*