

ALA quiere pactar con Aena el sitio de las aerolíneas sin alianza en el nuevo Barajas

Las 47 compañías integradas en esta Asociación movieron en el aeródromo madrileño, de enero a septiembre de este año, el 92% de su tráfico aéreo y el 89% del tránsito de mercancías y correo



LO QUE ALA REPRESENTA EN BARAJAS



EL PESO DE COMPAÑÍAS NO ALINEADAS

	Pasajeros	% s/total	Tm mercancías	%
AEROFLOT	53.675	0,18	618.833	0,23
EGYPTAIR	41.971	0,14	219.629	0,08
IBERWORLD	295.986	1,01	494.392	0,18
IRAN AIR	6.228	0,02	269.433	0,10
MALEV	44.255	0,15	170.594	0,06
OLYMPIC AIRWAYS	53.704	0,18	195.386	0,07
PLUNA	49.764	0,17	925.592	0,34
PORTUGALIA	96.474	0,33	31.815	0,01
ROYAL AIR MAROC	48.106	0,16	380.968	0,14
TUNIS AIR	38.302	0,13	66.953	0,02
TURKISH AIRLINES	21.173	0,07	381.405	0,14
EL AL	50.645	0,17	533.457	0,20
SWISS	108.278	0,37	1.435.097	0,53
SN BRUSSELS	78.964	0,27	60.596	0,02
SANTA BARBARA	79.161	0,27	464.818	0,17

LAS 20 GRANDES DE 'ALA' EN BARAJAS POR PASAJEROS

Compañía	Total Pasajeros	% s total Barajas
IBERIA	14.343.546	49,14
SPANAIR	3.431.348	11,75
AIR EUROPA	2.915.836	9,99
AIR NOSTRUM	1.246.803	4,27
AIR FRANCE	557.970	1,91
BRITISH AIRWAYS	515.496	1,77
ALITALIA	358.811	1,23
LUFTHANSA	350.976	1,20
AEROLÍNEAS		
ARGENTINAS	339.293	1,16
KLM	326.853	1,12
IBERWORLD	295.986	1,01
TAP	204.605	0,70
LAN CHILE	165.358	0,57
VARIG	139.042	0,48
CONTINENTAL		
AIRLINES	128.164	0,44
C.S.A	114.252	0,39
SWISS	108.278	0,37
US AIRWAYS	107.053	0,37
AMERICAN AIRLINES	98.192	0,34
PORTUGALIA	96.474	0,33

La Asociación de Líneas Aéreas ALA ha pedido a Aena que ubique a las compañías aéreas internacionales independientes en el nuevo Barajas con los criterios “estrictamente técnicos” con los que ha decidido el reparto de terminales entre las distintas alianzas aéreas.

En un comunicado, ALA afirma qué decisión de Aena es “equilibrada” y “permite que el aeropuerto de Barajas se desarrolle y compita, en igualdad de condiciones con los principales aeropuertos europeos, en la pugna por el liderazgo del tráfico entre Europa y América”. Califica de “acierto” el “uso racional” propugnado.

Esta asociación ha presentado una propuesta de distribución de las compañías independientes y espera alcanzar un acuerdo basado en los “criterios de funcionalidad y eficiencia” que ha mostrado Aena. Propone que sus socios Aeroflot, Egyptair, Iberworld, Iran Air, Malev, Olympic Airlines, Portugalia, Tunis Air, Turkish

VITALES EN TRÁNSITO DE MERCANCÍAS

Las aerolíneas de ALA no integradas en las tres alianzas aéreas han movido de enero a septiembre de 2004 el 4,58% del tráfico de pasajeros de Barajas, (1.233.966 personas) y el 18,92% del de correo y mercancías (46.039.830 toneladas).

Airways y Cabo Verde Airlines, ocupen la T4 junto con la alianza One-world, donde también estarán las compañías con acuerdos de código compartido con dicha alianza El Al, Air Algerie, Royal Air Maroc, Royal Jordanian, Swiss, Syrian Airlines y SN Brussels. Por otra parte, indica que las aerolíneas Pluna, Santa Bárbara y Southern Winds quieren quedarse en las terminales en las que operan ahora.

En opinión de ALA, el nuevo Barajas “presenta todavía importantes oportunidades de mejora, especialmente en sus accesos”, y se ofrece a “apoyar cualquier iniciativa para desarrollar un centro intermodal en el que se den cita el Metro, el autobús, la línea de alta velocidad, carreteras públicas sin peajes y, sobre todo, la interconexión entre terminales que hasta la fecha están sin definir”. Considera “un serio inconveniente para las compañías y los pasajeros” que la ampliación del Metro hasta la T4 no esté aún decidida.



Canarias publica sus 'Cuentas IMPACTUR'

Canarias, en colaboración con EXCELTUR, ha sido la Comunidad española pionera en elaborar la Cuenta de Impacto Económico del Turismo, IMPACTUR, en su economía regional. Realizada por su Consejería de Turismo, pone de relieve que la actividad turística generó en 2003 el 32,6 % del total del PIB en las Islas, lo que supone 10.063 millones de €, frente al 11,8 % que el turismo supone para el PIB nacional. El estudio también indica que el sector crea el 37,3 % del empleo canario (frente al 10% a nivel nacional), lo que se traduce en 288.000 puestos de trabajo.

La Cuenta de Impacto Económico del Turismo Canario es un instrumento que permite estimar el impacto socio-económico del mismo a escala autonómica y compararlo con la Cuenta

Satélite del Turismo Español elaborada por el INE, y con la de otros países y regiones turísticas que a nivel internacional ya realizan evaluaciones similares (China, Croacia, Algarve, etc).

Otros resultados de esa Cuenta señalan que, en el ámbito de las exportaciones de servicios, la actividad turística constituye el 90,9 %, 8.570 millones de € de gasto en bienes y servicios que realizan los turistas españoles y extranjeros que viajan a Canarias (Consumo Turístico Receptor). Y respecto a la inversión en Canarias, el sector turístico aporta el 21,2% del total, 1.462 millones de € de Formación Bruta de Capital, que incluye todos los recursos destinados por las Administraciones públicas y por las empresas a la adquisición de activos fijos (equipos, infraestructuras, edificaciones, etc.)

HERRAMIENTA ANALÍTICA

Las Cuentas son un novedoso instrumento de análisis para definir e impulsar nuevas líneas de actuación que mejoren los indicadores del sector y la información turística.

BREVES

30º aniversario Keytel

"Continuar 30 años más trabajando para ti" fue el deseo con el que se clausuró la convención del 30 aniversario de Keytel, en presencia de 300 representantes de todos los ámbitos del turismo. Esta compañía, fundada en 1974, es una de las líderes en la representación hotelera, con más de 1.200 hoteles de 3, 4 y 5 estrellas en Europa, América y África que comercializa bajo las marcas Prestige, Golden, Première y Confort.

Keytel acaba de dar un paso estratégico para estar en la vanguardia: se ha vinculado al GDS Amadeus y ofrece su sistema 'Dynamic Access' que facilita la información en tiempo real sobre plazas y de tarifas ofertadas y que permite reservar en menos de 7 segundos.

Gheisa incrementa sus ventas

Las oficinas de Viajes Gheisa aumentaron un 64% sus ventas, en media, entre 2001 y 2004, según destacó su director general, Juan Manuel Baixauli, en su XVI Convención Anual, celebrada en Denia (Alicante), a la que acudieron más de un centenar de profesionales y franquiciados de España, Portugal y Perú para poner en común sus objetivos de cara al 2005. Así, vacacional, grupos y empresas, y golf y naturismo serán las líneas de trabajo básicas para este año.

Viajes Gheisa es una franquicia de viajes de capital 100% español con 15 años de experiencia que cuenta con 73 agencias ubicadas en España, Portugal y Perú.

AF-KLM gana un 56% más

El primer semestre 2004-05 del Grupo Air France-KLM ha sido "muy bueno". Jean-Cyril Spinetta cree que los resultados "demuestran el interés que concita" el Grupo y Leo van Wijk, que las "sinergias y facilidades a los clientes para combinar viajes" les permiten reforzar su posición. Su cifra de negocios en el semestre que concluyó el 30 de septiembre creció un 9%, hasta 9.600 millones de €. Su resultado de explotación antes de cesiones aeronáuticas fue de 451 millones de €, lo que mejoró su margen desde el 2,5% del pasado año al 4,7% de septiembre de 2004. Antes de impuestos obtuvo 384 millones; y después de impuestos, el resultado neto lo cifran en 296 millones de €, un 56,6% más que en igual semestre del año pasado.

Más de 42.000 visitantes en 'Intur'

Valladolid acogió, del 25 al 28 de noviembre, la VIII Feria Internacional del turismo de Interior, INTUR, en la que participaron 1.163 expositores nacionales e internacionales, que ocupaban cuatro pabellones y una superficie de 30.000 m². Esa cifra de expositores, superior a la de ediciones precedentes (962 en 2001; 1049 en 2002; y 1114 en 2003), representaba a todos los sectores vinculados a la promoción y desarrollo del turismo de interior: agencias de viajes; mayoristas; grupos de gestión; transporte; alojamiento; turismo de salud, activo, rural y deportivo; cultural, enológico, gastronómico y de congresos y reuniones; complejos turísticos; parques temáticos; empresas de servicios; e-turismo; organismos oficiales nacionales e internacionales; formación turística, tecnología aplicada, etc... Empresas y organismos de CC AA y de países como Portugal, Alemania, Túnez, Andorra, Marruecos, Israel, Gran Bretaña, Francia, Suiza, Noruega, etc, presentaron en Intur sus propuestas para esta modalidad de turismo que se diversifica y amplía año a año. Por otra parte, también tuvo lugar la III edición de Intur Negocios, en la que participaron 600 empresas y un millar de profesionales.