

La facturación de GEBTA España aumenta un 12,5% en 2005

GEBTA España, el consorcio compuesto por 18 agencias de viajes españolas, han cerrado el ejercicio con una facturación global de 1.184 millones de euros, un 12,5% más con respecto al ejercicio del año anterior. La evolución de GEBTA durante 2005 ha seguido la tónica de los años anteriores, con crecimientos superiores al 10%, que en la venta



de determinados productos se sitúan entre el 13 y el 18%. El crecimiento medio de las agencias españolas durante 2005 se sitúa en torno al 9%. La cifra de facturación de GEBTA se posiciona de nuevo ligeramente por encima de la media del mercado prevista.

Los resultados son especialmente satisfactorios teniendo en cuenta el deterioro de los precios que se ha producido en muchos productos, y en particular el aéreo, donde las compañías tradicionales están compitiendo en la misma banda de tarifas que las aerolíneas de *low cost*.

Pese a que durante el ejercicio 2005 las agencias GEBTA han registrado un incremento generalizado en todos los productos, destaca la venta de hoteles, en consonancia con la tendencia que presentan los principales mercados europeos y de los indicadores que ya avanzaba el estudio elaborado por American Express.

Para Marcel Forn, director general de GEBTA España, el 2005 ha supuesto "una buena marcha del conjunto de las agencias del grupo. Tanto las grandes agencias, algunas de ellas inmersas en proyectos de expansión, como el resto de empresas de GEBTA han realizado una buena campaña, en la medida en que han sabido retener y captar nuevas cuentas, haciendo valer su experiencia, especialización, así como las herramientas y productos diferenciales del grupo en especial en el *business travel*, en un mercado altamente competitivo".

GEBTA España prevé que en 2006 se mantenga la tónica del año 2005.

II Foro Internacional de Economía Regional de La Rioja

El Foro Económico de La Rioja, celebrado en Logroño los días 10, 11 y 12 de mayo, ha promovido como principal novedad este año la presentación de trabajos sobre la socioeconomía regional. El Foro se ha estructurado en tres áreas temáticas. La primera ha sido La Ronda de Doha y sus consecuencias en las economías regionales, donde se analizó el entorno en el que se desenvuelven las economías regionales y su influencia en el desarrollo económico regional. La segunda área profundizó en el desarrollo económico de las regiones y las interrelaciones económicas regionales. El programa de este área estuvo centrado en la competitividad y convergencia regional; la situación de las regiones españolas y sus perspectivas; los desafíos regionales y la economía de la empresa.

Tras determinar en las dos áreas anteriores el marco en el que se desenvuelven las economías regionales, sus influencias, interrelaciones y condicionantes de su desarrollo, la tercera área pretendió ofrecer a las empresas los instrumentos necesarios para prosperar en nuevos escenarios.



BREVES

Las empresas españolas se lanzan al mercado aéreo chino

China ha anunciado que invertirá 17.500 millones de dólares hasta el año 2010 para construir 42 nuevos aeropuertos y modernizar los existentes. La empresa Ikusi de Guipúzcoa pretende centrar sus ventas en las pantallas y tecnología aeronáutica y la navarra Asientos Esteban busca encargarse de la fabricación de los asientos. Indra ya firmó en 2005 un acuerdo con Air China para entregarles tres simuladores de vuelo.



El gasto de los turistas se reduce un 3,8% en el primer trimestre

Según la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur), el gasto de los turistas que llegaron a España durante el primer trimestre fue de 7.501 millones, un 3,8% menos respecto a 2005. Aunque el número de turistas que nos visitaron este periodo, 9,2 millones, se incrementó un 0,7% respecto al año anterior. A la hora de comparar estos datos hay que valorar que en 2005 la Semana Santa tuvo lugar en marzo, factor que influye en el cálculo de estas cifras.

Nuevo portal de turismo de calidad en Internet

La Asamblea Europea de las Regiones ha creado un nuevo portal dedicado al turismo de calidad. La iniciativa partió de trece regiones piloto que querían dar a conocer sus activos naturales y culturales y promover un turismo en armonía con los objetivos del desarrollo sostenible. www.aertourismnetwork.org/

Andalucía, con los cinco sentidos

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de Andalucía ha lanzado una nueva imagen de marca para Internet que se centra en los cinco sentidos para vender el sol, el golf y el arte andaluz.