

asociación española de profesionales del turismo

aept

La VOZ de

NUMERO#4 (NUEVA ÉPOCA)
INVIERNO 2003-2004



Asturias, Paraiso Natural
Entregamos el Premio TAUMAS
Ultima hora "Nuevo Año-Nueva Sede"



Viaja a la prehistoria

A-8, Colunga, Asturias.



Diviértete, es un museo.



MUJA
MUSEO DEL JURÁSICO DE ASTURIAS

Asturias, Paraíso Natural

El sector turístico asturiano ha alcanzado, en un relativamente escaso intervalo de tiempo, una importancia y notoriedad que nos ha situado en una posición privilegiada dentro de la España Verde como destino de calidad.

Sustentado bajo el lema "Asturias, Paraíso Natural", el despegue del sector y su consolidación son una prueba válida para afirmar que las iniciativas emprendidas desde el Principado de Asturias junto con el sector profesional, a quien se debe gran parte su éxito final, han resultado enormemente positivas. De hecho es mas que evidente la formidable progresión experimentada por el sector turístico en los últimos años, habiéndose traducido en una creciente importancia en el conjunto del Principado, tanto en términos cuantitativos como puedan ser su aportación al PIB autonómico o el número de empleos que genera, como en aspectos cualitativos referidos principalmente a la calidad y competitividad.

Con estos presupuestos iniciales, siendo plenamente conscientes de los profundos cambios que está experimentando el sector y convencidos del valor del sector turístico como motor de desarrollo de nuestra economía, nos hemos dotado de un documento operativo que marcará las directrices de la política turística hasta el año 2006. Se trata del Plan de Líneas Estratégicas del Turismo de Asturias 2003-2006, en el que se establecen las tendencias del sector y se articulan las medidas adecuadas para optimizar la respuesta del turismo asturiano ante el previsible futuro, propiciando el crecimiento racional y sostenible de nuestro sector turístico. Este documento, resultado del trabajo conjunto del Principado de Asturias y de los distintos agentes implicados en el sector, constituye el Plan-Marco que ha concitado el refrendo de administración autonómica y del sector empresarial, abordando el periodo 2003-2006 desde una perspectiva integradora en el que participación, sostenibilidad y calidad se erigen como señas de identidad de nuestro modelo turístico.

Una de las principales apuestas para 2004 del Principado de Asturias, sin dejar de ser el "Paraíso Natural" que nos ha proyectado internacionalmente, es la puesta en valor de nuestra oferta cultural. Albergamos en nuestro territorio un pequeño Mapa de la Historia de la Tierra: restos fósiles de dinosaurios, representaciones parietales paleolíticas, dólmenes y túmulos, castros, construcciones civiles romanas, prerrománico asturiano... toda una completa secuencia que llega a la más absoluta modernidad con distintas muestras



Elisa Llana
Directora General de Turismo
del Principado de Asturias

artísticas que nos permiten estar en plena vanguardia cultural. En este sentido es referencia obligada señalar que 2004 se inicia con una de las actuaciones singulares de mayor trascendencia en los últimos años para el turismo asturiano: la apertura del Museo Jurásico de Asturias, cuya contribución a la investigación y divulgación de este apasionante mundo lo elevarán al rango de referente internacional, tanto a nivel científico como turístico-cultural.

La calidad sigue siendo nuestra gran ventaja competitiva con otros destinos, por lo que seguiremos potenciando esta herramienta en favor del turismo. En este sentido a las Marcas del Principado de Asturias, Club de Calidad "Casonas Asturianas" y "Mesas de Asturias"-Excelencia Gastronómica-, se les suma en 2004 "Aldeas"-Asturias Calidad Rural- destinada al segmento del turismo rural, comprendiendo tanto casas de aldea como apartamentos rurales. El éxito de esta línea de trabajo se pone de manifiesto en que estas marcas cuentan progresivamente con una mayor adhesión por parte del sector empresarial y en que están contribuyendo de forma directa a proyectar nuestro destino turístico y a consolidar la posición en el mercado de quienes participan de ellas.

Tras esta breve reseña de las líneas de trabajo del Principado de Asturias, sólo me resta felicitar a la Asociación Española de Profesionales del Turismo por la labor que está desempeñando y desear que sigamos profundizando desde nuestras responsabilidades en la línea de colaboración que nos permita contribuir, de una forma más efectiva si cabe, al desarrollo del turismo.

Elisa Llana

Carta del Presidente



José Antonio Carrasco,
Presidente de la
Asociación Española de
Profesionales de Turismo

En nuestro compromiso con la profesión turística, dedicamos este número del boletín a la entrañable tierra asturiana y a sus profesionales.

Podíamos caer en la tentación de volver a comentar las consecuencias terribles que la catástrofe del "Prestige" han producido en las costas astures, pero prefiero mirar hacia delante y hacer un especial recuerdo de afecto y solidaridad hacia los profesionales, que de ese "Paraíso Natural" que es Asturias están haciendo con su trabajo diario, una de las referencias fundamentales de nuestro turismo.

Por si lo dicho fuera poco, existe entre aquellos colegas una permanente inquietud de mejora de la calidad que ofrecen a nuestros visitantes. Mucho tenemos que aprender de los profesionales asturianos que día a día mejoran sus infraestructuras, servicios, con ideas originales para la mejora de su turismo y la defensa de su profesión. Gracias por tanto queridos compañeros, porque hacéis de vuestra tarea la consecución del sueño que esperan nuestros visitantes. Difícil sería hacer una enumeración, sin olvidar alguno de los valores turísticos que ofrecéis. Y de la profesionalidad con que lo hacéis.

No es que no les falten, problemas. Obstáculos, incomprensiones y Actitudes de rechazo del asociacionismo, no son factores ciertamente que consigan la cohesión y la unión necesarias para la defensa de los intereses de la industria turística asturiana y de quienes trabajan en ella.

Pero saben que no están solos. Que si precisan de AEPT, allí nos tendrán. Que toda la profesión turística desea contribuir a la consecución de TODOS los objetivos profesionales que les puedan afectar y que todos los que integramos nuestra Asociación les deseamos lo mejor con un entrañable ¡PUXA ASTURIÉS!

Ultima hora



El nuevo año trae una noticia excelente:

"Nuevo Año – Nueva Sede"

La Asociación necesita mejorar su operatividad y su atención a nuestros socios, la actividad ha sobrepasado los medios que tenemos y por ello:

¡Cambiamos de Sede!

Nos trasladamos a un nuevo local en el centro de Madrid, a muy poca distancia de las instalaciones que hasta ahora teníamos.

En breve recibiréis más noticias de este avance.

EDITA: AEPT. Coordinador: Blas Esteban. Diseño Gráfico: Estudio Fernando Sánchez. La AEPT no se hace responsable de las opiniones de los colaboradores de la presente publicación. Depósito legal: M-16565-1998

JUNTA DIRECTIVA AEPT 2003/2005. PRESIDENTE: D. José Antonio Carrasco Moreno. VICEPRESIDENTE: D. Santiago Aguilar Martínez de Artola. TESORERO: D. Roberto Sancho Sanz. SECRETARIO EJECUTIVO: D. Manuel López Muñoz. VOCALES: D. José Antonio Dorado Juárez, D. José M^o de Juan Alonso, D. Blas Esteban Barranco, D. Emilio Gallego Zuazo, D. Carlos Lope Prado, D. Antonio López Algaba, D. Alejandro Martín-Lunas Sourdeau, D. Juan Morales Baquero, D^a Isabel García Isa, D^a Laura García Vera. VOCAL CASTILLA LA MANCHA: D^a M^a Teresa Malagón Ariza. VOCAL CASTILLA Y LEON: D. Julián Lérica Algarabel. GERENTE: Dña. Lola Matias.

AEPT · Gran Vía, 69 - 7^o · Of. 11 · 28013 Madrid · Teléfono: 915591852 · Fax: 915596320 · e-mail: aept@aept.org · web: www.aept.org

ASTURIAS

Un reto en el sector turístico

Asturias como destino ha tenido una tardía incorporación al turismo como fenómeno de masas. Se planteó en su momento como una estrategia de alternativa a la desindustrialización que se estaba produciendo a mediados de los años ochenta en esta Región. Y acoplándose a las tendencias emergentes de turismo rural y creciente sensibilidad medioambiental.

Sobre los años 97 y 98 se produce un salto cuantitativo en el número de visitantes alojados –1,4 millones según fuentes del SITA-. En años sucesivos se produjeron incrementos anuales de un 4% hasta el 2002 donde esta tendencia se ha parado.

De una manera más intensa que la demanda se ha incrementado la oferta (a un ritmo cercano al 8%). Por lo general en todas las tipologías alojativas aunque más progresiva en el caso de alojamientos rurales –sobre un 25% en los últimos años- Es en esta variante donde superamos a otras comunidades vecinas. Tal ha sido el crecimiento de hoteles y otras fórmulas que en diez años se han doblado las plazas.

Por tanto y a grandes rasgos el turismo ha empezado a configurarse como un sector con un peso específico en la región. Actualmente alcanza un 8,4% del PIB asturiano y da empleo a unas 35.000 personas. Sobre el empleo es de destacar su capacidad de generación presente y futura (por ejemplo, un 8% del año 2001 a 2002). Un sector que muestra vitalidad y alta capacidad de inversión desde un tejido PYME y familiar. Así por ejemplo se puede estimar la media de coste en la construcción de un establecimiento hotelero entorno a unos 2,5 millones de euros



Ibero Martínez Villa

Presidente de Unión Hotelera del Principado de Asturias
Vicepresidente de la Asociación de Cadenas Hoteleras Españolas
Vicepresidente de HAI hoteles
Director Gral. de Cadena Hotelera Asturiana

(el ámbito hotelero sustentan un potente activo que es generador y motor de riqueza).

Por esclarecer aún más el peso del turismo en la región, se puede citar el importante volumen de gasto total cuyo importe alcanzó en 2002 la cifra de 1.435 millones de euros sobre una producción total de 1.847 millones de euros (fuentes del SITA). De esta capacidad de gasto buena parte corresponde a los hoteles y otros tipos de alojamiento. Es en estos donde encontramos el primer pilar del sector.

Ahora bien estas son las cifras brutas hasta la fecha, resta por estudiar cual es la rentabilidad real en un sector afectado por un crecimiento de la oferta demasiado rápido (en parte contagiada por el auge inmobiliario), muy estacionalizado y al que le afectan ya los llamados “productos sustitutivos” como es la segunda vivienda como nuevo factor frente a los llamados alojamientos reglados o tradicionales (en algunos destinos nacionales ya





cubre y supera el 50% de la demanda compitiendo con hoteles). Este nuevo producto del que aún es pronto para ver que consecuencias puede tener en la forma de configurar la oferta, en muchos casos tiene un menor efecto multiplicador sobre el resto de la economía local por su mayor estacionalidad y menor capacidad de gasto medio.

Pero no son los únicos rasgos, existen otros de mayor calado y que están influyendo notablemente en la forma de entender el turismo tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. Es el caso del fenómeno de la globalización que nos enfrenta a un mundo más abierto e informado (mejora la capacidad de decisión del consumidor) y nos pone a competir con multitud de lugares; de mayor rapidez y mejora en la capacidad de los transportes y medios de comunicación (un mundo más próximo); los cambios en los sistemas de distribución gracias a las nuevas tecnologías; las nuevas maneras de entender el viaje por el consumidor donde los modelos Sol-Playa decrecen frente a viaje cultural, verde o de negocios y los destinos se especializan y organizan toda su oferta para ponerla de manera cómoda y rápida a disposición del turista. ...

Qué capacidad de respuesta tendremos no sólo ante estos fenómenos sino dentro de un sector cada vez más ligado a los ciclos económicos debido al peso que tiene en el

consumo y en la cesta de la compra del español y europeo. ¿Estamos preparados para estos retos desde la parte pública y privada asturiana?. ¿Tenemos suficiente capacidad como empresas para adaptarnos y adelantarnos a ellos?. El momento es clave ya que de la respuesta y metas que planteemos depende nuestro éxito y por tanto transformarnos en una industria altamente competitiva con un crecimiento futuro sostenible, innovador y dinámico.

Entre estos retos está saber da respuesta a las macro tendencias del turismo. Por esbozar algunas de ellas. Por ejemplo:

-La reducción de los periodos vacacionales y su reparto en estancias más cortas y dispersas a lo largo del año a lo que se unen puentes, fines de semana, etc. Y dentro de un contexto de mayor capacidad para viajar

-La organización por parte de las personas de su propio viaje en distancias cortas y medias (el 80% de los visitantes de Asturias proceden del estado y en especial de comunidades vecinas). Qué duda cabe que en este caso la velocidad y comodidad del transporte se nos presenta como un factor clave en la toma de decisión.

En este caso la pregunta es cómo podemos captar este público objetivo, cómo podemos conseguir que elijan nuestro destino frente a otros, cómo anunciarnos de manera mediática.

-Por el contrario en distancias largas se sigue acudiendo a los sistemas de distribución habituales (en este caso tenemos capacidad de negociación con esos distribuidores, capacidad de incidencia).

-Otra macro tendencia es la necesidad de vivir experiencias por parte del visitante lo que obliga a organizar la oferta, en especial la de alternativas. El visitante reclama en destino mayores niveles de actividad, segura y cómoda. Su pretensión es vivir las vacaciones donde prima lo interactivo.

Todo este contexto más nuestra situación actual nos obliga a reconducir la estrategia



del turismo en Asturias. Sobre la base de una definición diferencial de Turismo de Naturaleza y Cultura. Y sin olvidar que en el centro de la región el viaje de negocios a la sazón de la industria, genera un volumen de actividad para los hoteles, agencias de viajes, transportes, etc. Y que rompe con la excesiva estacionalidad del otro.

Perfectamente compatible con el binomio arriba enunciado es el turismo congresual pero hay que darle un tinte en ese sentido.

Ahora bien, diferenciarnos es buscar más valor al producto que ofrecemos y por tanto el cliente opta a él dispuesto a pagar más. Aumenta nuestro beneficio y rentabilidad.

Para disponer esta estrategia genérica estaremos obligados a reordenar nuestra oferta y producto en todos los subsectores – en especial la industria turística alternativa–; un tejido empresarial bien formado y gestionado bajo parámetros de innovación, calidad, visión de futuro, socialmente imbricado, con planteamientos a largo plazo, etc.; a mejorar la formación de nuestros equipos de trabajo readaptándolos a nuevas técnicas – ello hace obligado la mejora de la calidad del empleo– con el fin de tener personas motivadas, preparadas y con capacidad de respuesta hacia nuestros clientes.

Finalmente la estrategia elegida obliga a la administración a poner medios y recursos en juego que sean compatibles con ella, el sector y no choquen con otros intereses sectoriales o sociales. La administración debe ordenar sus recursos en especial infraestructuras, naturales y culturales. Y lo debe hacer de manera accesible pero contemplando la fragilidad de los mismos ya que son la base de nuestro progreso futuro y por tanto deben ser debidamente protegidos. La administración debe crear un marco flexible para el sector y apoyar las iniciativas de evolución y búsqueda de negocio del mismo. Crear un marco para la investigación y la innovación tecnológica, el mejor conocimiento de los mercados o la colaboración interempresarial a través de fundaciones –públicas y privadas-. Debe promover sinergias sectoriales “made in Asturias” que creen marca en el potencial consumidor y visitante de Asturias (es el caso de ciertos productos de alimentación). La administración debe propiciar el estudio del modelo de cluster que sustenta este sector y otros dentro de la economía asturiana para conocer sus posibilidades y plantear su futuro desarrollo con acierto.

Alberto Martínez Villa



Retos y demandas del turismo activo en Asturias



Fernando Ruiz
Director de la Casa de la Montaña

Ahora que, por fin, las iniciativas de turismo activo han sido acogidas en la familia turística, junto con la modalidad de alojamiento convivencial conocido como albergue turístico tras su ordenamiento mediante Decretos el pasado año, un nuevo futuro se abre para éste joven sector. Así, la integración en programas de cooperación empresarial y la integración de programas y sistemas de calidad podrá ser un hecho a partir de ahora. No obstante, el panorama empresarial dista bastante de acercarse al ideal, a tenor de las señales de alarma detectadas en el sector desde hace varios años. De modo esquemático las más significativas son:

- Es muy importante destacar que se detecta una notable pérdida de empuje en bastantes iniciativas que tendrían que innovar constantemente nuevos programas y productos, para salir del rentable pero viciado círculo del mero alquiler de equipos. Así casi se llegan a confundir las actividades turísticas con otras que casi se podrían considerar como meramente recreativas, repetitivas y casi de atracción ferial.
- Actividades tradicionales tales como el senderismo o la de empleo de traslación con medios artesanales por el medio natural (raquetas, mountain bike, etc), están siendo abandonadas prácticamente, al ser menos rentables que otras, perdiendo una clientela que demanda y está dispuesta a pagar por

ello, un trato personalizado y un guía entusiasta que les acerque con seguridad suficiente a un medio desconocido para ellos, cuando no abiertamente hostil

- Prácticamente, todas las medidas de carácter legal que se toman en el sector suponen prohibiciones o limitaciones de alguna de las actividades de turismo activo. Véase las actividades en aguas continentales, tales como el rafting y el hidrospeed que en una medida no consensuada se implantó hace años, estando su recurso vagando por algún rincón del sistema judicial.
- Las iniciativas de turismo activo difieren muy poco unas de otras, ofreciendo la mayoría los mismos productos.

El futuro del turismo activo. Retos y demandas del usuario en el medio natural

El usuario de turismo rural y activo ha madurado y tiene referencias de otras modalidades de turismo, valorando por encima de todo la posibilidad de elegir y exigir. Nuevos clientes para nuevas demandas. Con iniciativas hemos de responder a los nuevos retos que se nos plantean a fin de no seguir siendo los hermanos pobres del turismo. Las empresas de turismo activo hemos de atender las demandas no solo para nuestros propios alojamientos, planteados en los años ochenta para unos contingentes que han casi desaparecido (colegios y colectivos juveniles,



entre otros). Hemos de notar, además, que no estamos solos, que formamos parte de una oferta local y que nuestra clientela en absoluto es cautiva de ningún tipo de alojamiento o de modalidad turística: se aloja en hoteles de lujo en congresos, utiliza hoteles tipo fórmula en sus desplazamientos profesionales, apartamentos o casas de aldea en sus vacaciones de familia y está descubriendo los albergues turísticos. Este tipo de cliente está demandando una vivencia en sus vacaciones para sí o su familia / amigos y los emprendedores hemos de estar a la altura de éste reto. Es posible romper la estacionalidad, suavizándola en un principio y fijando clientela específica de otras campañas que las exclusivamente de verano, mediante un esfuerzo formativo de gestión y de comercialización. La clave está ahora mismo en la Cooperación Empresarial, el Desarrollo Sostenible y el reciclaje constante de los promotores.

Propuestas para un futuro viable del sector

Así las cosas, conocido el escenario de nuestra oferta y las exigencias de la demanda, creo que se abre un futuro razonablemente viable a medio plazo si tenemos en cuenta alguna de las siguientes observaciones

No hay otra opción de futuro que las más de veinte manifestaciones de turismo sostenible que hoy conocemos.

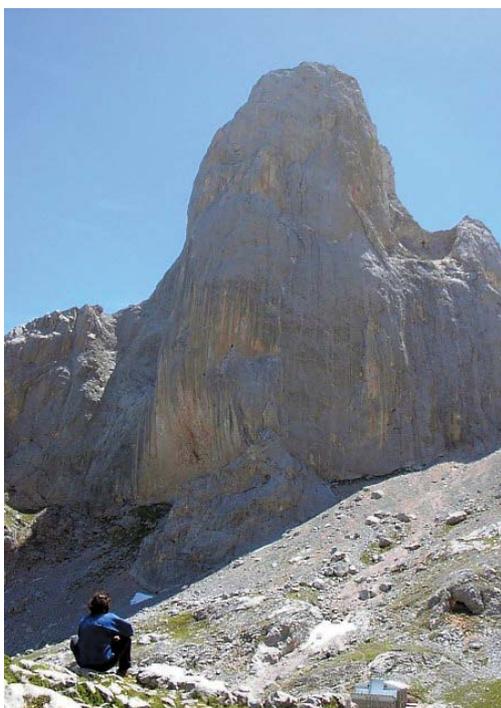
Las actividades impactantes dejarán de ser una moda al demandar nuestros clientes en un futuro cercano valores conservacionistas sobre otros más novedosos (estoy pensando en los vehículos a motor, tipo quads y 4x4, por ejemplo) y las empresas que no reaccionen a tiempo ofreciendo productos con altos contenidos añadidos, mermarán su presencia en el mercado, llegando a cuestionarse su continuidad.

Las acciones en materia de calidad se deberían de implantar al mismo tiempo que las de gestión medioambiental. Así es, ya que la dispersión en materia de labels, obliga a marcarse standards de acuerdo con normas trasladables a la potencial clientela internacional. En suma, cualquier acción que se acometa ha de ser acorde a normas ISO, o a sistemas de Calidad ya experimentados. Como esto es un proceso lento y costoso (¿está el cliente dispuesto a pagar por ello?) se han de instalar en las comarcas al menos, Manuales de Buenas Prácticas , Círculos de

Calidad o cualesquiera medidas que supongan una sensibilización del emprendedor y que éste pueda transmitir a sus clientes. Además las marcas de otros subsectores tipo Aldeas para Casas de Aldea y Apartamentos rurales habrán de ser tenidas en cuenta. Ya se demandan no solamente sistemas de calidad en los alojamientos y actividades, sino en todo el destino.

Las acciones de cooperación empresarial deberían de implicar también a agentes ajenos a los considerados como meramente turísticos. En algunas de las iniciativas que hoy destacan, se implican a Departamentos Universitarios y Culturales, que aporten experiencias o infraestructuras complementarias a los programas turísticos convencionales. Los empresarios están a veces muy agobiados con el día a día como para realizar labores de prospección de nuevos programas para nuevas clientelas, por lo que unas colaboraciones como las citadas aportan rigor y solvencia a unos programas novedosos.

El factor tiempo es directamente proporcional a las acciones de sensibilización de los emprendedores. Programas de calidad o de gestión ambiental tardan en ser puestos en valor al menos 1,5-2 años en colectivos maduros. Quiere eso decir que en nuestra opción de microempresas de alta temporalidad, hemos de recibir ayudas externas en organismos o entidades que aporten el rigor y la disponibilidad en medios y tiempo del que se carece por las empresas, pobres en medios y poco habilitadas a trabajar en equipo.





Las empresas deberían de dedicar importantes activos a marcarse su identidad en el mercado. Muchas pequeñas empresas ofrecen lo mismo, compitiendo por un sector altamente estacionario, creo que las empresas deberían destacar programas singulares especializados que les diferencien de su competencia, personalizando y destacando la labor de los guías que los llevan a cabo y que son su principal activo. Con ello se logra una imagen más rica en un entorno de oferta de naturaleza. Esta especialización permite el captar sectores novedosos tales como empresas y colectivos no necesariamente vacacionales, que buscan en un entorno natural un campo de expansión original: Incentivos y planes de formación en un entorno natural del tipo outdoor trainings, construcción de equipos empresariales, días de convivencia, etc, etc que desestacionalizan las temporadas vacacionales clásicas.

Para cualquier apuesta de futuro, la cooperación empresarial es la llave del éxito. No es una frase manida... Es una realidad en la que participan desde las Oficinas de Turismo a las Empresas, pasando por los recursos turísticos ya reseñados, como los museos, departamentos universitarios, ONG's, etc. Cara al exterior, la competencia desaparece en pro de un destino turístico. Todos ayudan a captar clientela, agrupándose para divulgar el destino, todos forman parte de un equipo. Este es un síntoma de un tejido empresarial maduro y consciente de su papel.

Finalmente, **las empresas deberían de destacar atractivos programas por encima de todo, sobre la oferta clásica de la que ahora tenemos referencia.** Considerando como ejemplo las más de 20 empresas que ofrecen piraguas en el río Sella, meramente de alquiler, podríamos decir que las empresas más singulares han llegado a un alto grado de especialización, complementando una oferta hacia colectivos que en condiciones normales no se alcanzarían. Los programas, que pueden ser muy parecidos, pero la denominación de los paquetes es obviamente distinta, podrían captar colectivos muy diversificados. Sirva como ejemplo los descensos ambientados en épocas concretas (medievales, carnavalescos, etc), las operaciones conjuntas de limpieza de ríos implicando a colectivos locales y foráneos, el recuperar un descenso meramente turístico con otras actividades de tierra y cuantos otros que nos brinde la imaginación y que puedan sorprender y motivar a nuestros visitantes.

Valga ésta somera visión de un sector desarrollado de forma espontánea y poco ordenada hasta hace apenas unos meses, a los que deseo el mejor de los parabienes en un mercado siempre innovador, siempre cambiante.

Fernando Ruiz

Fernando Ruiz es Director de la Casa de la Montaña, un caserón rehabilitado como albergue turístico de categoría superior, y Centro de Actividades de Montaña acreditado para diferentes actividades (senderismo, montañismo, trekking, orientación, mountain bike, tiro con arco,...) Combina la gerencia del albergue turístico con el guiaje de las distintas actividades. Guía acompañante de montaña por la Escuela de Alta Montaña de Benasque y Técnico Superior en Actividades Físico Deportivas. Desde hace más de dieciséis años la razón de ser de la Casa de la Montaña ofrece alojamiento a los amantes del mundo de la montaña y rural y desarrolla programas desde raquetas de nieve en invierno a itinerarios de hábitat rural por las aldeas del oriente, pasando por incentivos para empresas y trekkings y actividades de senderismo a lo largo de todo el año. La trayectoria de la casa de la Montaña mereció el pasado Octubre el Premio de Calidad y Excelencia Turística Principado de Asturias 2002. info@casadelamontana.com

Congresos en Asturias

He tenido recientemente el placer de organizar un congreso en Gijón. Digo placer, pues realmente todo funcionó de maravilla y tuve ocasión de constatar, una vez más, que esa gran variedad de nuestra geografía, costumbres, clima y gastronomía, hacen que nuestro valor como destino turístico mundial sea muy alto.

Gijón es una ciudad muy agradable, con una magnífica playa, buenos hoteles y una riqueza gastronómica impresionante, esto hace que realizar allí un congreso sea muy fácil, pues la satisfacción de los usuarios está asegurada de antemano.

Se pueden organizar cosas muy diferentes y atractivas, como una cena en pleno acantilado, con una vista formidable de la playa y de los rompientes de las olas, o una Espicha, que se desarrolla en un lagar, con sidra a discreción y excelentes quesos, embutidos, y toda clase de "pinchos". Como no, la FABADA, con su compango de primera categoría y esas fabes, que sólo allí, se encuentran.

La riqueza paisajística también es notable, ahí está Covadonga; casi nada. Históricamente también tiene mucho peso la región, pues no hay que olvidar, que precisamente allí, se inició la Reconquista de la entonces musulmana península Ibérica. Aunque dicen que a la gente de Gijón no le gusta, no



Julio C. Abreu

Tesorero de la Mesa del Turismo
Presidente de P.A.P. Congresos, S.L.
Miembro del Grupo de Expertos
en Turismo de la O.M.T

hay que dejar de lado a Oviedo, pues la visita a su Catedral, es inolvidable

El Palacio de Congresos, también es un estupendo marco de reuniones y como ya he citado la hotelería de la ciudad está muy bien.

En definitiva, buen conjunto pues, con esos ingredientes, se pueden hacer estupendas reuniones.

España tiene de todo, esta zona con sus verdes, y otras con sus blancos y ocre, pero eso, precisamente eso, es lo estupendo, la diversidad y riqueza puntual de cada zona, siempre unido en un conjunto o mosaico multicolor.

Julio C. Abreu

Visita a *Las Edades del Hombre*

Un grupo de asociados se desplazó hasta Segovia al objeto de poder contemplar la extraordinaria muestra que constituye la exposición que bajo el lema "El árbol de la vida" celebra en toda Castilla, las Edades del Hombre.

Fue una jornada inolvidable en la que junto a la contemplación de un arte sacro excepcional, disfrutamos del tradicional arte culinario de Segovia.

Hay que agradecer al Patronato de Turismo de aquella ciudad la grata acogida y las atenciones con que distinguió al grupo de A.E.P.T. Una actividad de la que todos guardaron un grato recuerdo.



Para los asociados de la A.E.P.T.

**Especial
Navidad**

Su plan de previsión asegurado

ahorre, desgrave... y además llévese este regalo

Sólo hasta el 31 de diciembre de 2003

Paleta de JAMÓN IBÉRICO DE BELLOTA
más juego de cuchillo jamonero y
chaira para afilar
aportación 4.000 €



Lote de productos
DELICATESSEN
aportación 2.000 €

Así da gusto asegurar su jubilación

Beneficios

- Aportación única. Según límites fiscales
- Garantizado el 4,75% los 10 primeros años
- Ventajas fiscales: su aportación es deducible en la Base Imponible del IRPF

Su asesor oficial

asociación española de profesionales del turismo
æept

INTERMUNDIAL
Correduría de
Seguros

INTERMUNDIAL Gran Vía, 86 Edificio España 28013 – Madrid

intermundial@intermundial.es • www.intermundial.es

Tel.: **902 24 02 03**
91 542 02 09

FORTIS

Nueva Junta Directiva



Celebrada la XXV Asamblea General en Junio de 2003 se eligió la nueva Junta Directiva, a la cual se han sumado nuevos miembros: Roberto Sancho, Manuel López y Antonio López, que cubren las vacantes dejadas por José Manuel Asín Cabrera, Martina Gertrudix Sánchez y Rebeca Guillén Ramos a quienes agradecemos su trabajo en estos dos últimos años.



Roberto Sancho

Tesorero de la Asociación, es Director de Expansion y Desarrollo de la Cadena Best Western Spain Hoteles, Profesor en distintos Centros de Estudios Hosteleros.



Manuel Lopez Muñoz

Secretario General en la Junta Directiva de la AEPT. Master en Direccion Comercial y Marketing, Diplomado en Ciencias Sociales por la Universidad Complutense de Madrid, Consejero Delegado de Intermundial XXI.



Antonio López

Vocal de la Junta Directiva de la AEPT, titulado TEAT, ha desarrollado su actividad en Agencias de Viajes como Viajes Abreu, Portugal tours y Viajes Creatur. Actualmente desempeña Centro de Turismo de Garganta de los Montes

JUNTA DIRECTIVA A.E.P.T. 2003/2005

PRESIDENTE

D. José Antonio Carrasco Moreno

VICEPRESIDENTE

D. Santiago Aguilar Martínez de Artola

TESORERO

D. Roberto Sancho Sanz

SECRETARIO EJECUTIVO

D. Manuel López Muñoz

VOCALES

D. José Antonio Dorado Juárez

D. José M^a de Juan Alonso

D. Blas Esteban Barranco

D. Emilio Gallego Zuazo

D. Carlos Lope Prado

D. Antonio López Algaba

D. Alejandro Martín-Lunas Sourdeau

D. Juan Morales Baquero

D^a Isabel García Isa

D^a Laura García Vera

VOCAL CASTILLA LA MANCHA

D^a M^a Teresa Malagón Ariza

VOCAL CASTILLA Y LEON

D. Julián Lériða Algarabel

GERENTE

D^a Lola Matias

Germán Porras, Secretario General de Turismo, entrega el Premio TAUMAS

D. José Antonio Carrasco,
Presidente de AEPT, y
D. German Porras,
Secretario General de Turismo.



mán Porras, fue el encargado de entregar los premios a Festival Cruceros y Turismo Andaluz incidiendo en su discurso en la importancia que supone facilitar la información que genera el sector turístico de una forma profesional y creativa.

El objetivo del Premio Taumas es estimular la profesionalización de la Comunicación Turística en España, así como aumentar su representación en el panorama internacional. Un premio convocado por la AEPT y que ha contado con una impresionante acogida por parte de los profesionales españoles en su primera Edición.

El ganador del Primer Taumas a la Comunicación Turística ha sido la empresa marítima Festival Cruceros por lograr una enorme difusión de su marca e impulsar el sector en España. Santiago Labrador, el Presidente Ejecutivo en España, Portugal y Latinoamérica de la compañía, aprovechó el discurso de

D. José Antonio Carrasco,
Presidente de AEPT,
D. German Porras,
Secretario General de Turismo, y
D. Santiago Labrador,
Presidente Ejecutivo Festival Cruceros.



D. German Porras,
Secretario General de Turismo,
D. Santiago Labrador,
Presidente Ejecutivo Festival Cruceros,
D. Marcelino Mendez-Trelles,
Director Gral. de Fomento y Promoción
Turística de Turismo andaluz, y
D. José Antonio Carrasco,
Presidente de AEPT.

El Ganador ha sido FESTIVAL CRUCEROS y el finalista TURISMO ANDALUZ



agradecimiento para alertar a los profesionales presentes sobre la actual guerra de precios que afecta al sector de cruceros y que puede hacer peligrar su brillante futuro.

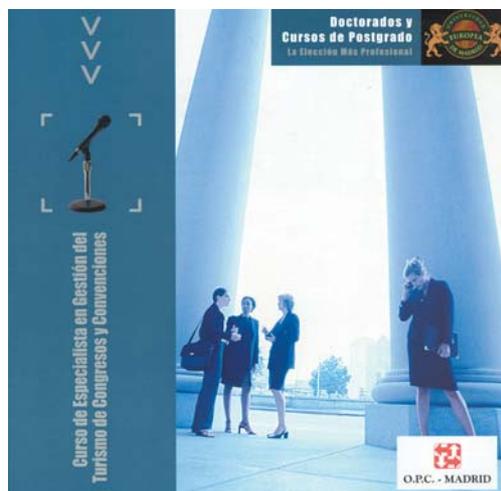
Turismo Andaluz fue finalista por la originalidad y difusión internacional de su Estrategia de Comunicación Exterior y recogió el Premio el Director General de Fomento y Promoción Turística, Marcelino Méndez-Trelles. El responsable de Turismo Andaluz recordó todos los atractivos de este destino y resaltó como una de las claves del éxito haber apostado por todo tipo de productos: sol y mar, interior, montaña, cultural...

El acto de entrega de la Primera Edición del Premio Taumas a la mejor Estrategia de Comunicación Exterior convocado por la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) fue conducido por el Presidente de dicha organización, José Antonio Carrasco. El Secretario General de Turismo, Ger-

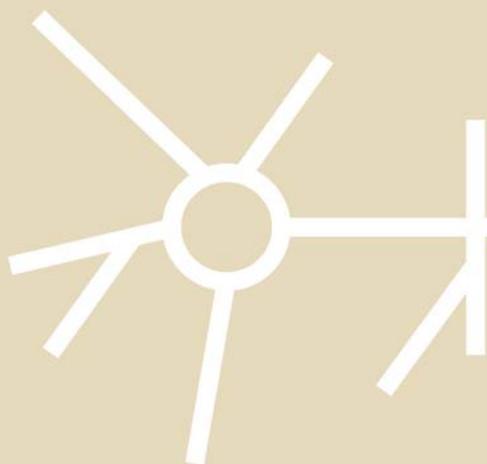
El Premio Taumas se concede con unos rigurosos criterios profesionales, así como total independencia. El Jurado de esta Primera Edición ha estado formado por ocho relevantes periodistas españoles especializados en turismo, además de José Antonio Carrasco, Presidente de la AEPT.

Firma del convenio de colaboración AEPT – Universidad Europea de Madrid

La Asociación Española de Profesionales del Turismo, AEPT, por medio de su Presidente, D. José Antonio Carrasco, y la Universidad Europea de Madrid, representada por los Directores del curso de Postgrado de Especialista en Gestión del Turismo de Congresos y Convenciones, D. José María de Juan y D. Ricardo García-Viana, han firmado en la sede de la primera un convenio de colaboración educativa con el fin de establecer cauces para la realización en comun de actividades de Formación, Asesoramiento e Investigación, o cualquier otro tipo que redunden en beneficio de ambas partes. Esta cooperación, quedó plasmada en la difusión y apoyo al Curso de Formación de Especialistas en Turismo de Congresos y Convenciones, que por segundo año consecutivo se organiza en la Universidad Europea de Madrid, con condiciones ventajosas para los miembros de la AEPT.



▼ Solicita en la Secretaría de la AEPT las condiciones especiales para asociados ▼



"HAY DÍAS QUE VAS POR LA CIUDAD Y TODOS LOS EDIFICIOS TE PARECEN IGUALES. TODAS LAS CALLES TE PARECEN IGUALES. HASTA TODAS LAS PERSONAS TE PARECEN IGUALES. SINCERAMENTE, NO QUIERO QUE MI COCHE PAREZCA IGUAL ASÍ QUE PROBÉ UN VOLVO S60 Y ME DECÍ POR SU IMPACTANTE DISEÑO, MODERNO E INNOVADOR."

PRUEBA UN VOLVO S60. UN DISEÑO QUE TE SORPRENDERÁ.

RESERVA UNA PRUEBA EN TU CONCESIONARIO VOLVO O LLAMA A LÍNEA VOLVO 902 300 310.

DESDE 26.577 €

IVA, IMPUESTO DE MATRICULACIÓN Y TRANSPORTE INCLUIDOS

WWW.VOLVOCARS.ES

2.4	140cv
2.4	170cv
2.5T	210cv
AWD	210cv
T5	250cv
R	300cv
2.4D	130cv
D5	163cv



VOLVO
for life

Nuestros Profesionales

Esta gallega trasplantada a la tierra asturiana, es por definición el ejemplo de amor a la profesión turística.

Su formación, trayectoria profesional y rigor en todo aquello en que ha trabajado, hacen de ella el paradigma de una vocación en nuestro sector.

La ciudad de Gijón es buen testigo de sus desvelos, por la cantidad enorme de iniciativas y desarrollos turísticos que ha impulsado en una localidad que se está distinguiendo por una imaginación y calidad turística excepcionales.

Si hiciéramos un detalle pormenorizado del curriculum de Carolina llenaría ampliamente el contenido este boletín.

Alumna de la Escuela de Turismo de Oviedo es Técnico de Empresas y Actividades Turísticas, Licenciada en Geografía e Historia ha realizado numerosos cursos y ponencias que han complementado su formación.

En el área profesional, como hemos indicado, no ha habido en Gijón cuestión turística en la que no haya estado involucrada aportando su profesionalidad. La playa de San Lorenzo ha visto su trabajo como guía, como técnica de la Oficina de Información al Peregrino, como diseñadora de itinerarios asturianos y un sin fin de empresas para nuestra industria y para el desarrollo asturiano del turismo.



Carolina
García Suarez

Ha creado la Oficina de Congresos de la ciudad; ha trabajado en el Convention Bureau, Acometió un plan de publicaciones turísticas para la bella ciudad asturiana. Ha materializado diversas ofertas, productos y servicios turísticos junto a ese Mar Cantábrico. En definitiva mucho le debe el turismo de Gijón a Carolina, que como su costa, sigue impertérrita, frente a los embates del devenir de los tiempos y rompiendo a favor de su tierra cualquier ola que el turismo asturiano precise. Es una incansable propagandista de los encantos y posibilidades de promoción de su ciudad.

Gracias una vez más Carolina, por esa muestra que cada día nos muestras de dedicación a la profesión turística de colaboración con tus compañeros y de tu compromiso con el asociacionismo.



¡¡Enhorabuena Rebeca!!

Nuestra Asociada **Rebeca Guillén Ramos**, ha sido galardonada con el Premio Paulino Buschens, al mejor trabajo del "Curso de Experto Universitario en Turismo y Marketing", por la UNED.

Rebeca ha sido miembro de la Junta directiva de AEPT y actualmente trabaja en el Departamento de Viajes *El Corte Ingles* en Madrid.

Desde estas paginas, todos te felicitamos, Rebeca

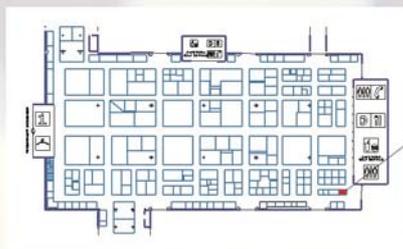
REBECA GUILLÉN RAMOS, GANADORA PREMIO PAULINO BUSCHENS AL MEJOR TRABAJO DEL CURSO DE EXPERTO UNIVERSITARIO EN TURISMO Y MÁRketing DE LA UNED (3ª edición, 2002-2003)

"El trabajo titulado "Desarrollo Turístico del Valle del Jerte" de Rebeca Guillén Ramos, ha recibido el III Premio Paulino Buschens que, dentro de la 3ª edición del Curso de Experto Universitario en Turismo y Marketing programado por la Universidad Nacional de Educación a Distancia, han otorgado conjuntamente el Grupo Serra y la Fundación Actilibre.

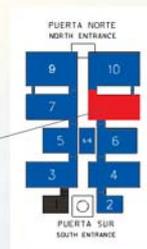
Rebeca Guillén aunque nacida en Madrid, se siente cacereña, "porque mis padres y toda mi familia son de Piornal y porque cada vez que puedo me escapo a Extremadura, durante los fines de semana, en todas las fiestas de Navidad, Semana Santa, en verano".

Esta joven estudió la Diplomatura de Turismo en la Universidad de Alcalá de Henares; realizó un curso de postgrado especializado y centrado en las agencias de viajes.

La aept en Fitur 2004



Stand: 8d432f
Pabellón 8



Visita la web AEPT: www.aept.org; conectaras directamente con Fitur

Hemos participado

01 JULIO

Presentación servicio informadores "Descubre Madrid con nosotros"

Organiza: Patronato Municipal de Turismo

Lugar de celebración: Casa de Panadería Salón Real

Jornadas "El Nuevo Lunes y Altadis: LA LOGISTICA MOTOR DE FIDELIZACION DEL CLIENTE: MARKETING Y DISTRIBUCIÓN PARA GANAR MERCADOS"

Organiza: Periódico Nuevo Lunes

Lugar de celebración: Salón de Actos de ALTADIS

02 JULIO

"1 Premio Taumas" a la mejor Estrategia de Comunicación concedido a Festival Cruceros

Organiza A.E.P.T

Lugar de celebración: Hotel Best Western Premier Santo Domingo

09 JULIO

"Presentación proyecto nueva Oficina de Información Turística de Madrid"

Organiza: Ayuntamiento de Madrid

Lugar de celebración: Casa de la Panadería

10 JULIO

Presentación de los Resultados de III Encuesta Sobre Turismo y Medios de Comunicación

Organiza: OaK POWER Comunicación

Lugar de celebración: Hotel BSW Premier Santo Domingo

11 JULIO

Las AA.VV. en España "Estudio de los cambios productivos; Evolución del Sector y Nuevas Cualificaciones Profesionales"

Organiza: UNAV-Markenter-Fundación Tripartita

Lugar de celebración: Hotel Meliá Madrid Princesa

11 JULIO

Reunión de Trabajo Comisión de Seguimiento de Turismo

Organiza: Dirección General de Seguridad Ciudadana

Lugar de celebración: Comisaría general de Seguridad Ciudadana

22 Septiembre

Presentación del "1^{er} Encuentro Prof. del Turismo".

26 Septiembre

Reunion de Trabajo sobre "Proyecto de Diseño de Títulos"

Lugar de celebración: Universidad Rey Juan Carlos.

01 Octubre

Consejo de Madrid para la Promoción Turística

09 Octubre

Asistencia actos conmemorativos Día de la Policía.

17 Octubre

Congreso sobre "Turismo y Accesibilidad"

Organiza: Secretaria General de Turismo

22 Octubre

Acto de Presentación del Plan Operativo Cuatrienal de la Concejalía de Economía y Participación ciudadana.

Organiza: Ayuntamiento de Madrid.

Universidad Alfonso X – Acto Apertura Curso Académico 2003/2004

06 Noviembre:

Salon Turnexo, Invierno 2003

Organizado: Nexotour

20-23 Noviembre

INTUR, Feria Internacional del Turismo de Interior (Valladolid)

"La A.E.P.T también estuvo presente en la pasada feria INTUR 2003 celebrada en Valladolid del 20 al 23 de Noviembre. Encuadrados dentro del stand de la Comunidad de Madrid tuvimos el placer de recibir y explicar el porqué de nuestra asociación a todo aquel que se acercó a nosotros, interesando sobre todo a estudiantes que buscan un apoyo para iniciarse en el mundo turístico".

02-Diciembre

IV Jornadas sobre la Aplicación de las Nuevas Tecnologías en el Sector Rurístico Español"

Organiza: Universidad Europea de Madrid

NUEVOS ASOCIADOS

Veronica Lopez Burgos
Diplomada en Turismo - Univ. Rey Juan Carlos

Maria Teresa Alvarez Santamaria
Diplomada en Turismo

Ana Maria Garcia
TEAT

Angel Antonio Lois Garcia
Director Gran Hotel España de Oviedo

Carlos M. Martinez Rojo
Director Comercial

Ian Dornan
Director Travel Retail&Marketing

Mercedes Fuster Sanz
Diplomada en Turismo

Ana Alonso Bohoyo
Diplomada en Turismo

Fernando de la Peña
Diplomado en Turismo

Elena Giles Rivas
Diplomada en Turismo

Maria Jesús Izquierdo
Jefe de Producto de Dimensiones

Samantha Ucero Muro
Turismo Cultural

Sandra Andres Soria
Diplomada en Turismo

Ana Juan Pescador
Subdirectora Grupo Foxa

Luis Sánchez
Turismo Cultural, Diseñador Grafico

Maria Rosa Rouco
Directora Hotel Sancho.

To the future



Empresas Expositoras* 10.015 | Profesionales participantes* 97.570 | Superficie exposición m² (neta)* 76.926

(*) Datos FITUR 2003

FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO
PARQUE FERIAL JUAN CARLOS I
MADRID • ESPAÑA

2004
Fitur

28 | Enero 1 | Febrero

activo know-how congresos residencial

IBERIA
Transportista Oficial

MIEMBRO DE:



ORGANIZA:



Tel: 91 722 50 60
91 722 50 00
Fax: 91 722 57 87
e-mail: fitur@ifema.es
www.fituronline.com
www.ifema.es