

	Agenttravel
	Septiembre de 2000
Sección: Travel News	
Difusión: 6.000	

Empresas de turismo y medios de comunicación

Por segundo año consecutivo, Power Comunicación ha realizado una encuesta entre 290 periodistas que habitualmente escriben sobre turismo con el fin de conocer el flujo de información que existe entre las empresas y organismos oficiales de turismo y los medios de comunicación. Un 79,3% de los periodistas que han contestado a la encuesta considera que la información que reciben ha mejorado en el último año.

Mejores informadores

Las cadenas hoteleras y compañías aéreas siguen siendo las empresas que mayor relación de comunicación mantienen con los medios. En el otro extremo, las que menos

información envían son las firmas de alquiler de vehículos, campos de golf y estaciones de esquí.

Entre las diez empresas que mejor informan destacan Iberia, Sol Meliá y Festival Cruceros.

La clasificación de oficinas de turismo extranjeras está encabezada por Francia y a continuación Portugal. Entre las comunidades autónomas es Galicia la que obtiene mejor valoración, seguida de Andalucía y Cataluña, empatadas en la segunda posición.

Novedades

Una de las novedades analizadas en la encuesta de este año es el uso de Internet. El 82% de los periodistas confiesa que

consulta las páginas web de las empresas de turismo y un 69% que las utiliza como fuente de información.

Este año se ha valorado también a los profesionales del sector con mejor imagen, resultando ganador Antonio Catalán, seguido de Sebastián Escarrer y Gonzalo Pascual.

Premios

Asimismo, María Asenjo, directora de Power Comunicación, anunció la creación de los premios Borrasca y Anticiclón, que se han concedido, simbólicamente, por primera vez este año a las empresas que encabezan la lista de las más votadas y a las que se sitúan en el final de la lista, respectivamente.