



WILLIE WALSH
Posible compra

PÁG. 6 / IAG se plantea comprar el 100% de Norwegian Airlines



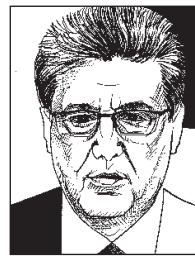
LUIS MAROTO
Plataforma integrada

PÁG. 13 / Amadeus avanza en una solución que integrará el NDC



MIGUEL MIRONES
Primer banco con la 'Q'

PÁG. 10 / Sabadell, primer banco certificado con la 'Q' de Calidad



MARTÍ SARRATE
Enmiendas al proyecto

PÁG. 12 / Preocupación por la nueva Ley de Viajes Combinados



LUIS FELIPE ANTOJA
IAG se ha precipitado

PÁG. 6 / "IAG se ha equivocado en las formas" con el nuevo NDC

Globalia factura 3.667 millones con 16,5 millones de beneficios

Deja atrás dos años de balance negativo y sus ingresos crecen cerca de un 3%

Globalia vuelve a los beneficios en 2017, tras dos años de pérdidas provocadas sobre todo por la provisión de fondos retenidos en Venezuela. Así su beneficio neto

ha ascendido a 16,5 millones de euros. Los ingresos se han situado en 3.667 millones de euros, lo que supone un incremento del 2,7% respecto al ejercicio de 2016.



Francisco Farras dirige Avis Budget.

Avis Budget ha crecido 'por encima' del sector

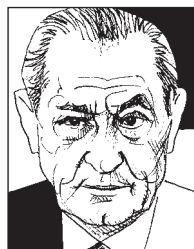
"Hemos crecido a doble dígito, cumpliendo las previsiones", según el director general de Avis Budget Group Iberia. **Pág. 4**

Canarias incrementará avales de las agencias

Canarias revisará al alza los avales de las agencias en la modificación del Decreto de Intermediación Turística. **Pág. 11**

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. **Pág. 23**

En 2017, Globalia ha registrado un beneficio neto de 16,5 millones de euros. Cifra que contrasta con las pérdidas de 17,9 millones de 2016 y de 14,9 millones de 2015, provocadas en gran medida por la provisión de fondos retenidos en Venezuela.



Juan José Hidalgo



Javier Hidalgo

Los ingresos crecen un 2,7% hasta los 3.667 millones de euros. Detrás de estos buenos resultados están la buena marcha de Air Europa, así como el crecimiento de Be Live Hotels y Groundforce.

Escapate en pág. 5

El congreso de UNAV pone de relieve el papel de la agencia

En el XXI Congreso de Turismo de UNAV, celebrado del 11 al 13 de abril en Cuenca, los grandes proveedores han insistido en el papel crucial de los agentes en todas las fases del viaje. Según el CEO de InterMundial, Manuel López, las agencias "que no inspiraban al cliente ya han cerrado", mientras las



Carlos Garrido

de ventas verdaderamente omnicanal. "La figura del asesor de viajes va a seguir siendo fundamental y eso no lo va a suplantar Internet", subraya el *senior manager* de Iberia, Adolfo García. Tanto Viajes Carrefour como Viajes El Corte Inglés han mostrado en el congreso de UNAV su apuesta por una estrategia **Escapate en pág. 7**



El foro AgentLab abrió del Salón TurNexoMadrid, en el Mayorazgo.

La Ley de Viajes Combinados a debate en el foro AgentLab

Las consecuencias de la nueva Ley de Viajes Combinados y el moderado optimismo del Sector han centrado los debates de los foros AgentLab y NEXOTUR, antecelas de los Salones TurNexo Madrid y TurNexoValencia. **Escapate en págs. 8 y 9**

El Sector denuncia el sistema de entradas de la Alhambra

La Alhambra "es el monumento del mundo en el que la reserva de entradas es la más enrevesada, complicada e irracional", afirman las agencias a través de CEAV, AEDAV (Andalucía) y AAVV (Granada). Denuncian que "tras varios años de cambios continuos de normativas y de infructuosas negociaciones con el



Rafael Gallego

Patronato de la Alhambra y el Generalife, el sistema ha llegado a un colapso real", y piden a las administraciones implicadas que "tomen cuanto antes las medidas oportunas". Además a partir del 1 de mayo el PAG implantará las entradas nominativas, lo que complicará más el proceso. **Escapate en pág. 10**

Puente de Mayo

27 de abril - 5 de mayo



DESTINO	SALIDAS	PRECIO	DESTINO	SALIDAS	PRECIO	DESTINO	SALIDAS	PRECIO
Dubai (circuito)	MAD y BCN	Desde 1.040 €	Berlín	MAD y BCN	Desde 740 €	Atenas	BCN	Desde 660 €
Eslovenia	MAD y VLC	Desde 764 €	Lisboa	MAD	Desde 470 €	Praga	BCN	Desde 675 €
Grecia	MAD	Desde 963 €	Chipre	MAD	Desde 655 €	Florenia	BCN	Desde 595 €
Thailandia	MAD y BCN	Desde 1.325 €	Bruselas	MAD	Desde 755 €	Nápoles	BCN	Desde 460 €
Sicilia	VLC y MAD	Desde 399 €	Dubai	MAD y BCN	Desde 815 €	Roma	BCN	Desde 599 €

* Todos los precios incluyen vuelo + traslados + hotel + tasas de aeropuerto. Viajes combinados sujetos a Condiciones Económicas Especiales de Contratación (C.E.E.C.). Consultar fechas de salida. Información y reservas en su agencia o en www.politours.com

■ CLAVES

La Mancha, 'slow tourism'

HEMOS PASADO TRES días en La Mancha descontaminándonos del mundanal ruido, elegimos como centro de operaciones

Almagro y su Parador un oasis de paz con las luces y sombras de un edificio enorme donde como ya es tradicional su comedor deja bastante que desear, pues pudiendo ser un oasis de la gastronomía manchega, nuestros paladares lo calificaron de pasable, mientras proclamaban notable a un restaurante del pueblo: El Corregidor.



☞ ANTONIO CABALLOS

El que fuese ciudad importante y universitaria en el XVI guarda monumentos notables, gentes acogedoras deseosas de pegar el hilo contigo y monumentos interesantes con empleados cordiales.

Si uno quiere moverse tiene numerosas posibilidades a tiro de piedra. Nosotros paseamos por Ciudad Real, una ciudad de tamaño humano, donde disfrutar de aquellas cosas olvidadas o entrañables de lo que fueron muchas de nuestras capitales, monumentos y museos, si se quieren, y un Ayuntamiento, un edificio notable que sería muy vistoso, pero... en Nueva York.

La gran sorpresa la recibimos al regresar por Viso del Marqués (antes El Viso...) debido a esa inquisitorial manía de quitar artículos y preposiciones de nuestro idioma, allí el Palacio de D. Álvaro de Bazán, un espejismo renacentista romano en Castilla la Mancha y uno de los lugares más sorprendentes del país, que aparte de guardar la memoria de este gran hombre, guarda en el Archivo General de la Marina, los secretos de nuestra Armada.

Ya de regreso Puerto Lapice y su sorprendente Venta y Campo de Criptana un verdadero lugar cervantino donde no es necesario imaginar El Quijote, ahora que en el paisaje manchego han crecido molinos como setas, hay lugares como éste que nos recuerdan la Mancha de la que se enamora Cervantes... y nosotros también gracias a nuestra guía Marian y al entusiasmo que nos transmitió por su pueblo, al que volveremos.

Un lugar como éste, como hito turístico y fuente de riqueza, merecería una mejor señalización e infraestructura para alcanzar un cerro en donde hasta un GPS se pierde. Sus ediles deberían al menos obligar a uno de los establecimientos hosteleros situados allí a estar abiertos pues a las gentes que prefieren el Turismo tranquilo, les gustaría disfrutarlo y solazarse.

☞ Antonio Caballos García es agente de viajes.

E'n Costa Rica el Turismo se ha posicionado como un generador de inversiones, empleo, desarrollo y representa la punta de lanza para la promoción de la identidad costarricense, facilita la creación de emprendimientos', destaca el ministro de Turismo de Costa Rica

TRIBUNA



☞ MAURICIO VENTURA

Costa Rica, cuna de experiencias auténticas de viaje

COSTA RICA ES un pequeño territorio, ubicado en el corazón del continente americano, en el que el Turismo se ha convertido en el motor del desarrollo social y económico del país. Actualmente recibe casi tres millones de visitantes anuales, genera 600 mil empleos entre directos e indirectos y contabiliza casi cuatro mil millones de dólares en divisas.

De esta manera, el Turismo se ha posicionado como un generador de inversiones, empleo, desarrollo y representa la punta de lanza para la promoción de la identidad costarricense, facilita la creación de emprendimientos y encadenamientos productivos y fomenta la superación de los pueblos. Costa Rica es un destino que ha sido ejemplo para las naciones por ser un país de oportunidades y estabilidad social.

La democracia ha sido uno de sus principales baluartes por más de 120 años. Una república libre e independiente, que cambió las armas por los libros, que abolió el ejército desde hace 70 años y es reconocida mundialmente por su sistema educativo gratuito y obligatorio y por la seguridad social que garantiza la asistencia médica (preventiva y curativa), para todos los costarricenses.

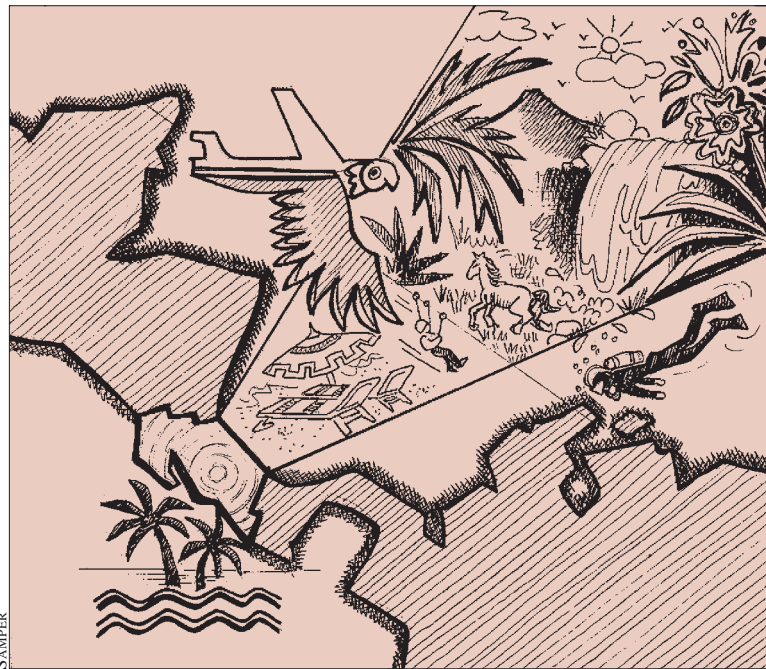
Este destino ha procurado asegurar la competitividad de su territorio al contar con un moderno sistema de telecomunicaciones, más del 98% de cobertura eléctrica a nivel nacional y 99% del abastecimiento de agua potable.

Pero además, Costa Rica sobresale como un referente mundial en Turismo sostenible. Un territorio que cubre solo el 0,03% de la superficie del planeta, pero posee el 5% de la biodiversidad existente en todo el mundo y el 26% del territorio está protegido bajo diversas formas de conservación.

En general, el clima en Costa Rica es muy agradable tanto en la época seca que se extiende de diciembre a abril como en la época lluviosa, que comprende los meses de mayo a noviembre. En esta última, habitualmente se esperan lluvias en las tardes, mientras las mañanas son soleadas. Es un clima tropical con una temperatura promedio de 22° C (72° F) que sube considerablemente

en las zonas costeras. Debido a factores como la ubicación geográfica, las condiciones climáticas, la formación de cordilleras, las montañas y los valles, este país goza de diferentes subclimas que dan origen a di-

socio cultural, ambiental y económico, aportando bienestar y progreso a las comunidades. Gracias a dicho modelo se ha logrado la conservación del ambiente, la creación de un producto turístico diferenciado y la generación de de-



versos tipos de vegetación. Es un país que está valorado como uno de los destinos internacionales más visitados y alberga 500.000 especies de flora y fauna

y entre ellas, más de 850 especies de aves, 150 especies de orquídeas, 100 especies de ranas y 150 especies de murciélagos, entre otras muchas formas de vida animal. El 25,58% de su territorio está protegido por el

Sistema Nacional de Áreas de Conservación bajo diferentes formas de conservación. No pierde superficie boscosa, sino que la recupera: hace 26 años su cobertura boscosa era de solo 21%, hoy en día ocupa el 52% del país de la Pura Vida.

Además, Costa Rica cuenta con tres espacios declarados Patrimonio Mundial por la Unesco: la Isla del Coco, el Parque Nacional la Amistad y el Área de Conservación de Guanacaste.

De forma pionera, implementamos hace más de tres décadas nuestro Modelo de Desarrollo Turístico Sostenible, que contempla la implementación de la sostenibilidad de forma integral y como eje transversal, en el ámbito

sarrollo y empleo por todos los rincones del país, ofreciendo una oferta diversa y dispersa durante todo el año.

Contamos con un sistema de Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST), una herramienta para la evaluación de sostenibilidad en las empresas turísticas, que ha contribuido a consolidar la imagen de Costa Rica como un país pionero en Turismo

sostenible. Además, nos convertimos en el primer país del mundo en medir el Índice de Progreso Social en Centros Turísticos, con lo demostramos que el Turismo es una industria dinamizadora que aporta innumerables beneficios a las economías locales y sus habitantes. Gracias a esta herramienta, fuimos galardonados por la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas en los premios a la Innovación y Excelencia en Turismo.

Conscientes de la importancia del Turismo en la economía costarricense y con el fin de potenciar esta actividad, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) diseñó una estrategia turística que se basa en tres pilares fundamentales:

- Conectividad: Fortalecer la estrategia para la atracción de líneas aéreas, al contar con nuevos vuelos, más rutas y el incremento en las frecuencias. Costa Rica nunca había sido testigo de un repunte tan importante en la llegada de nuevas aerolíneas, el crecimiento de frecuencias y la creación de nuevas rutas, con lo que se ha fortalecido la conectividad de nuestro país con el resto del mundo.

Nuestro país pasó de un vuelo directo a Europa a ocho, de los cuales, la llegada de siete aerolíneas se dio en los últimos tres años (Iberia- España, British Airways y Thomson Airways desde Reino Unido, Condor desde Alemania, Air France desde Francia, Edelweiss desde Suiza, KLM desde Holanda (Países Bajos) y Lufthansa desde Alemania.

- Crecimiento sostenible: tomando en cuenta el fortalecimiento en nuevos mercados como Europa, el lanzamiento de nuestra nueva identidad turística: Costa Rica: My choice, naturally, así como ampliar nuestra oferta turística para que además de naturaleza y aventura, nos posicionemos en industrias con gran potencial como *wellness* y Turismo de reuniones, con nuestro Centro Nacional de Congresos y Convenciones como cabeza visible de esta industria, el cual se inaugurará el 5 de abril próximo.

- Inversión turística: Costa Rica posee espacio para crecer, áreas por desarrollar, destinos por consolidar y zonas por descubrir; por ello, desarrollamos la primera

Conferencia de Inversión Turística Sostenible, la cual posicionó a Costa Rica en el mapa mundial de la inversión turística, al congregar a alrededor de 200 ejecutivos y presidentes de las principales marcas hoteleras, fondos de inversión, desarrolladores inmobiliarios turísticos, entre otros actores relevantes.

Sin duda, Costa Rica es un destino generador de experiencias auténticas de viaje. Somos un referente en Turismo sostenible, el país del Pura Vida y de la gente hospitalaria. Somos el país cuyo poder transformador hace que las vacaciones se conviertan en experiencias de vida.

☞ Mauricio Ventura es ministro de Turismo de Costa Rica.

Costa Rica sobresale como referente mundial en Turismo sostenible con el 5% de biodiversidad

Sin duda, Costa Rica es un destino generador de experiencias auténticas de viaje

OPINION

NEXOTUR

PERIODICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZ

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

DIRECTOR ADJUNTO: CARLOS ORTIZ RODRIGO
COORDINADORA GENERAL: MARGA GONZÁLEZ

SECCIONES: MIGUEL PRAGA LÍBANO (ESCAPARATE Y MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA BÁEZ (REUNIONES), DANIEL GALLEGO ALIAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), GERMÁN RUIZ (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), GERGA ORLINOVA (EVENTOS), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN), MAMEN MARTINEZ (DISEÑO) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR).
COLUMNISTAS: JULIO C. ABREU STAUD, ISABEL ALBERT PIÑOLÉ, DR. VENANCIO BOTE, ANTONIO CABALLOS, MÓNICA FIGUEROLA, COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO, MANUEL FIGUEROLA PALOMO, ENRIQUE HERNÁNDEZ, JUAN CARLOS MAÑAS Y CLAUDIO MEFFERT
CONSEJO ASESOR (DIRECTORES): FRANCISCO VÁZQUEZ (CIMET), CLAUDIO MEFFERT (FUTURALIA) Y JULIO C. ABREU (NEXOBUSINESS)

NEXO
editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:
LOPE DE VEGA 13. 28014 MADRID
TELÉF. + 34 913 694 100 (10 LÍNEAS)
E-MAIL: REDACCION@NEXOTUR.COM

DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO: JAVIER CONTRERAS
DIRECTOR JURÍDICO GRUPO NEXO: SANTIAGO MORATALLA SALVADOR
DIRECTOR DE INFORMATIZACIÓN Y PROCESOS: JOSÉ MANUEL DÁVILA
DIRECTOR DE PLATAFORMA DIGITAL Y WEBSITE: JOAQUÍN ABAD
DEPARTAMENTOS | PROPIEDAD INDUSTRIAL: HERRERO Y ASOCIADOS
FACTURACIÓN: MARÍA JOSÉ GONZÁLEZ / PERSONAL: ALEJANDRO LÓPEZ
DISTRIBUCIÓN: MERCEDES LEÓN / ADMINISTRACIÓN: JORGE DE JORGE
SUSCRIPCIONES: MAR FERNÁNDEZ / BASES DE DATOS: NEXODATA
PUBLICIDAD/DEPARTAMENTO PROPIO: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO) MADRID:
MERCEDES LEÓN, FERNANDO GONZÁLEZ / BARCELONA: PEPITA HERNÁNDEZ

SERVICIOS EDITORIALES: ABORDA (ASESORÍA), NEXOPUBLIC (CONSULTORÍA), NEXO CREATIVO (CREATIVIDAD PUBLICITARIA), TURNEXO Y NEXOBUSINESS (FERIAS), NEXOTEL (COMUNICACIÓN), NEXODATA (BASES DE DATOS), GRÁFICAS DE PRENSA DIARIA (IMPRESIÓN, PAPEL Y EMBLÍSTADO) Y CORREOS (DISTRIBUCIÓN)

NEXOTUR, PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA AGENCIA DE VIAJES, ES UN SEMANARIO INDEPENDIENTE DE LOS INTERESES DEL SECTOR TURÍSTICO
NEXOTUR ES UNA MARCA REGISTRADA DE NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)
COPYRIGHT: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO) / DERECHOS RESERVADOS

DEPÓSITO LEGAL: M-8043-2012/IMPRESO EN ESPAÑA
ISSN (INTERNACIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

▲ CHECK-IN / GLOBALIA

El grupo líder vuelve a beneficios

Tras dos ejercicios con balance negativo, Globalia da la vuelta a sus resultados. El primer grupo turístico español cierra 2017 con un beneficio neto de 16,5 millones de euros, confirmando así el anuncio del CEO del grupo, Javier Hidalgo, que esperaba una "mejora sustancial" de los resultados

Esta cifra contrasta con las pérdidas de 17,9 millones de 2016 y de 14,9 millones de 2015, que fueron provocadas en gran medida por la provisión de fondos retenidos en Venezuela. Un año antes, en 2014, había ganado casi 28 millones de euros.

Globalia incrementa también su facturación, ya que los ingresos del primer grupo turístico vertical del país, ascienden a 3.667 millones de euros, lo que representa un incremento del 2,7% en comparación con los 3.570,8 millones que facturó en 2016.

Tras estos buenos resultados está, principalmente, la buena marcha de Air Europa, así como el crecimiento protagonizado por Be Live Hotels y Groundforce. Como publicó NEXOTUR, el consejero delegado de Globalia, Javier Hidalgo, ya avanzó que "los resultados del grupo iban a ser mejorados de forma sustancial, especialmente en hoteles y aeropuertos".

Globalia recupera así la senda de los beneficios mientras amplía y refuerza su equipo directivo, con incorporaciones como la de Rafael Brull, que ha liderado los procesos de integración digital de grandes empresas de telecomunicación como Vodafone y ONO, ahora al cargo de la dirección de marketing corporativo, con el objetivo de reforzar la marca del grupo líder del mercado español.

Crece el emisor, entre la dualidad y la bipolaridad

UNA SEMANA SANTA AGRIDULCE. Ya sea por la climatología adversa o por llegar adelantada, las ventas de la Semana Santa no han satisfecho al Sector. De hecho, por vez primera, los resultados ofrecidos por las Asociaciones son contradictorios: oscilando entre una caída del 5% (según UNAV) y del 2,5% al 3% de crecimiento (según Fetave). No obstante, el acumulado del primer trimestre es claramente positivo. Otra cosa es el arranque de las ventas de la temporada de verano, que todavía no se ha producido, a la espera del puente de mayo y de que la llegada del buen tiempo anime la demanda.

La dualidad de la demanda doméstica, con las reservas animadas por funcionarios y clases altas, mientras buena parte de las familias optan por renunciar o reducir

sus vacaciones y recurrir a las segundas residencias familiares, se pone de manifiesto en el auge de los viajes al extranjero. El gasto de los españoles en viajes al exterior ha alcanzado niveles precrisis, mientras en España continúa deprimido. Las causas de que viajemos fuera más que nunca mientras renunciamos a los destinos nacionales hay que buscarlas en el abaratamiento real y relativo de los viajes de media y, sobre todo, de larga distancia. Real, por un bajo precio del petróleo que incide en el coste del transporte, tanto aéreo como terrestre. Y relativo, porque el precio del producto nacional continúa disparado por las tarifas de los hoteles.

Es precisamente el elevado coste de nuestra hotelería el factor que condicionará el comportamiento del emisor de cara a la temporada de verano. Los grandes turoperadores, como el alemán TUI, advirtieron a los hoteleros que este

verano desviarían hacia Turquía, Egipto o Túnez parte de los turistas prestados a España a raíz de la inseguridad surgida tras la Primavera Árabe. Una advertencia que se interpretó como una forma de presionar para bajar precios a la hora de contratar. Aunque cadenas españolas

con hoteles en estos países confirman que la recuperación de reservas es un hecho, aún le queda mucho recorrido.

Una hipótesis que se baraja en caso de que se confirme una cierta recuperación de destinos competidores del Mediterráneo, es que un eventual descenso en la ocupación de nuestra hotelería (más en costas que en islas), generaría una reducción de precios de última hora. Escenario que, de producirse, podría hacer que el emisor volviera a las andadas

alentando la venta de última hora en detrimento de la reserva anticipada, ya fuese al inicio de este verano o, con más probabilidad, en la temporada alta de 2019.

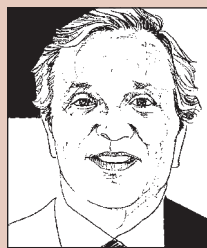
Con todo, frente a esta volatilidad del emisor, preso de una doble dualidad (de una demanda bipolar y del auge en los viajes al extranjero a costa de los domésticos) sube con fuerza el segmento corporativo, tanto MICE como *business travel*. Un mercado que empuja a las agencias, en especial las independientes, hacia la especialización y que impulsa productos que requieren de tecnología, como el 'paquete' dinámico, o el vuelo barato más hotel, impulsando la reserva en bancos de camas, o los seguros, incluso de cancelación, a la espera de la recuperación de los salarios y del crédito al consumo.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

El crecimiento del emisor español en los viajes al extranjero es a costa de los destinos nacionales, lastrados por el alto precio de los hoteles y por una demanda dual, causada por la desigualdad

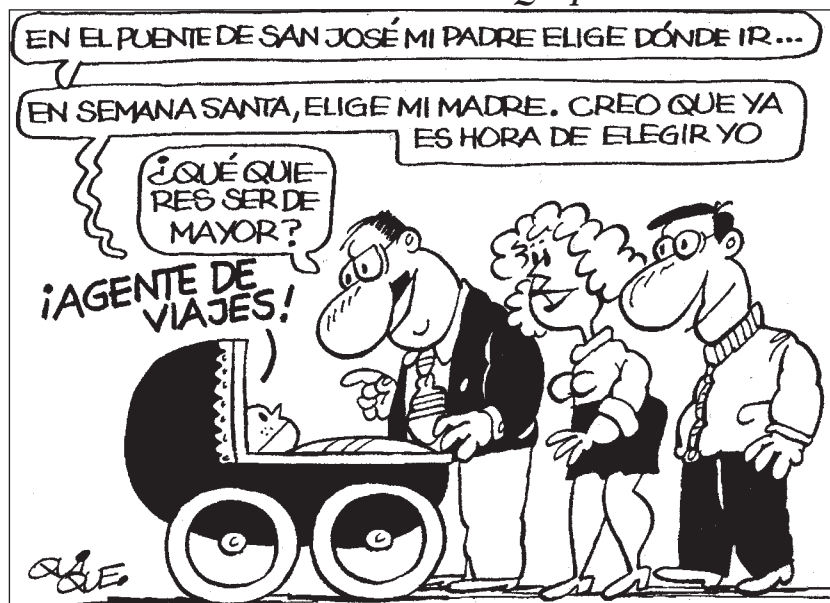
★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Carlos Garrido

El nuevo presidente de la decana Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) es un agente de viajes de segunda generación comprometido con el Asociacionismo empresarial, que ha sido muy bien recibido tanto por las agencias de



UNAV como por CEAV y el resto del Sector. Garrido aporta solvencia y seriedad a un Sector que necesita relevos con garantías en sus cúpulas, para afrontar la dinamización tanto de las Asociaciones como de los Grupos comerciales.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / CIBERDELINCUENCIA

Contra la delincuencia en la Red

El Turismo es el tercer proveedor en importancia de información y reservas en Internet y, para no pocos expertos, las compañías de transporte son los principales proveedores de productos *online*.

Precisamente por este relevante posicionamiento, las empresas y destinos turísticos son especialmente vulnerables a la ciberdelincuencia y los ataques de *hacker* a sus 'portales' y *websites*.

El mismísimo ministro de Justicia del Gobierno de España, Rafael Catalá, tras presidir el almuerzo de clausura del Congreso de Turismo de UNAV celebrado en Cuenca (Catalá es diputado por Cuenca), se refirió en declaraciones a NEXOTUR, a la vulnerabilidad del Turismo en la Red.

Catalá reconoció que "en torno a los elementos positivos de Internet, surgen también las amenazas, los riesgos y el delito, que afectan a la seguridad y la protección de datos" en sectores como el Turismo. Para el ministro de Justicia, estos riesgos "constituyen para el Gobierno un objetivo fundamental", enfocándose en "la lucha contra el cibercrimen". El titular de Justicia asume en declaraciones al digital Nexotur.com, que "tenemos responsabilidades en materia de elaboración de normativa y de reformas legislativas", y para la protección de las empresas y lucha contra esta delincuencia "estamos en colaboración permanente con los sectores económicos (como es el Turismo) para identificar riesgos e intentar blindarlos, en la medida de lo posible".

¿Para cuando un panel de ciberdelincuencia en los congresos y convenciones sectoriales?

El objetivo es posicionar nuestra marca con servicios innovadores que satisfagan las necesidades de los clientes y que nos diferencien por la calidad / Continuaremos con la expansión del negocio / Los buenos resultados del Turismo se han reflejado en un aumento de reservas y en el adelanto de los plazos en las que se realizan / Los últimos resultados han sido muy buenos

«El 2017 ha sido un año récord para Avis Budget Group»

Francisco Farrás / Director general de Avis Budget Group Iberia



El nuevo director general de Avis Budget Group Iberia, Francisco Farrás, da a conocer los planes de la compañía para el mercado español, cuya importancia ha crecido en los últimos años a raíz del boom del Turismo receptivo, del que se están beneficiando todas y cada una de las compañías de alquiler de vehículos.

P.- Recientemente ha sido nombrado director de Avis Budget Group para España y Portugal. ¿Qué supone para usted este nombramiento?

R.- Este nombramiento es para mí un gran reto profesional, apasionante a la vez, ya que me ofrece la oportunidad de tener una visión muy completa de toda la región, así como de las especificaciones individuales de cada país y de la evolución internacional del propio sector. Además, también es una gran oportunidad para progresar en mi carrera y un reconocimiento a todo el trabajo y esfuerzo realizados durante todo este tiempo, que además me permite volver a mis orígenes (tras tres años en Budapest) y coincidir de nuevo con compañeros que empezaron esta aventura conmigo hace ya 18 años.

P.- ¿Qué objetivos se ha marcado al frente de la empresa?

R.- Como nuevo director general de Avis Budget Group Iberia mi labor principal es que nuestra compañía lidere la excelencia en el servicio de alquiler y el crecimiento de nuestro negocio en España y Portugal. El principal objetivo es posicionar nuestra marca con servicios innovadores que satisfagan las necesidades de nuestros clientes y que nos diferencien por la calidad en los mismos. Queremos seguir esforzándonos cada día por ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia de movilidad mediante un servicio personalizado con múltiples opciones de flota y flexibilidad para satisfacer sus necesidades.

De cara al 2018 continuaremos con nuestra expansión de negocio que incluye nuevas aperturas de oficinas para estar más cerca de nuestros clientes, y seguiremos trabajando en el desarrollo de nuestras múltiples marcas Avis, Budget, Avancar y Maggiore. Contaremos este año con nuevas incorporaciones exclusivas a nuestra flota de vehículos de lujo y comerciales; como la cuarta generación del Audi A8, más vanguardista y sofisticada que cuenta con los últimos avances tecnológicos. Además introduciremos más y más vehículos ECO, tanto modelos eléctricos como híbridos, en línea con la concienciación de nuestra compañía por proteger el medio ambiente.

Apostaremos también por iniciativas innovadoras como la flota conectada, que permitirá disponer de

información en tiempo real del estado de nuestros vehículos. Y por supuesto, seguiremos trabajando por conseguir la experiencia de alquiler perfecto con propuestas de valor añadido, en la gama premium con Avis Preferred y la app de Avis que hará que reservar y gestionar los alquileres resulte más fácil y con más ventajas que nunca. Por su parte, con Budget, seguiremos ofreciendo un alquiler de calidad al mejor precio

para que los clientes disfruten de las mejores experiencias de viaje con nuestros exclusivos productos Budget Surf, Budget Snow o Budget List, la herramienta interactiva que permite a los usuarios pla-

nificar su verano en torno a los eventos culturales, gastronómicos y deportivos más potentes en redes sociales de España y Europa.

P.- ¿Cómo ha cerrado Avis el año 2017 en el mercado español?

R.- Los buenos resultados obtenidos en el Turismo en España durante 2017, en especial el pasado verano, con récord en la llegada de turistas extranjeros a nuestro país y el aumento del Turismo doméstico a causa principalmente de la mejora de la economía y el poder adquisitivo de la población, se han reflejado en un aumento de reservas y adelanto de los plazos en las que se realizan. Teniendo en cuenta estos buenos resultados del contexto económico y del panorama turístico de nuestro país, podemos destacar que los últimos resultados han sido muy buenos. El 2017 ha

sido un año récord para Avis Budget Group, en el que hemos crecido a dos dígitos, por encima del 8,9% del sector, cumpliendo así las previsiones para España y para el resto de Europa. Estos resultados son fruto de nuestra apuesta por la innovación y por ofrecer a nuestros clientes un servicio diferenciador que satisfaga las necesidades de movilidad que demanda el mercado.

P.- ¿Qué importancia tiene el business travel y el sector MICE para la compañía? ¿Qué porcentaje del volumen de negocio total representan estos sectores?

R.- Para nosotros los sectores MICE y Business Travel son parte

de lo que consideramos cliente corporativo, que supone un 30% del volumen del negocio. En este sentido, las perspectivas son cada vez mejores gracias al repunte de la economía española y por tanto, de la actividad de las empresas y compañías. Avis España ha llegado a un acuerdo con DriiveMe, una plataforma de economía colaborativa que ofrece servicios de alquiler de vehículos a particulares entre dos ciudades a precios económicos. ¿En qué consiste esta alianza?

DriiveMe conecta a las agencias de alquiler, que necesitan mover sus vehículos para devolverlos a sus estaciones de origen, con los usuarios de la aplicación que desean hacer el mismo recorrido. Al unirnos a plataformas como esta, lo que queremos estar más cerca de nuestros clientes e ir de la mano de las nuevas necesidades y tendencias que se presentan en materia de movilidad, así como aprovechar de la mejor forma posible las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías al volante, que nos permiten disponer de nuevas plataformas con las que llegar a más clientes.

P.- Actualmente, ¿cuántas oficinas tienen en España? ¿Cuántos vehículos componen su flota?

R.- Nuestra compañía es uno de los líderes a nivel internacional en el sector de alquiler de vehículos, ofreciendo servicios de movilidad a través de sus diferentes marcas de rent a car, Avis y Budget, con más de 11.000 puntos de alquiler en aproximadamente 180 países de

todo el mundo. En la actualidad, en el territorio español contamos 125 puntos de alquiler distribuidos por todo el país, con una flota de 30.000 vehículos, entre los que se incluyen los últimos modelos de primeras marcas

como Audi, Mercedes o Infiniti, vehículos adaptados para la conducción sobre nieve como el Nissan Xtrail, vehículos híbridos como toda la gama Toyota y vehículos eléctricos, entre otros.

P.- ¿Tienen previsto abrir alguna oficina más a corto plazo?

R.- Como empresa multinacional no podemos comentar sobre posibles acciones futuras, incluidas próximas aperturas, pero sí podemos afirmar que vamos a abrir oficinas en aquellas zonas del país donde veamos una demanda en el mercado. En este sentido, en 2018 potenciaremos nuestra presencia en cinco provincias del interior del país ya que en los últimos años hemos detectado que ha habido un repunte del Turismo hacia estas zonas. En definitiva, el objetivo de estas aperturas es poder ofrecer el mejor servicio a los clientes y acercarles las soluciones de movilidad más adecuadas para sus necesidades.

Hemos crecido a doble dígito, cumpliendo así las previsiones para España y el resto de Europa

Seguiremos trabajando por conseguir la experiencia de alquiler perfecto con valor añadido

Estrategia orientada al cliente y a la innovación

Como parte de nuestra estrategia orientada al cliente y a la innovación en los servicios y procesos ofrecidos, estamos continuamente lanzando soluciones que mejoren la experiencia. Un ejemplo de ello es el sistema 'Universal Customer', una aplicación que permite conocer toda la información sobre los produc-

tos y servicios de alquiler de la compañía en su idioma nativo (chino, inglés, ruso, alemán y francés), facilitando con ello las interacciones multilingües. Otra de las apuestas fuertes de la compañía durante este año 2018 será la inclusión de la flota conectada (el 50% de la flota de Avis serán coches conectados), lo que permitirá disponer de información en tiempo real del estado de nuestros vehículos. A su vez, proporcionará a los viajeros un mayor control y comodidad sobre su experiencia de alquiler al mismo



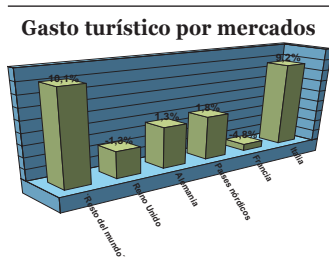
FRANCISCO FARRÁS

tiempo que ofrecerá eficiencias operacionales. De cara a 2018, contaremos con novedades en flota con adquisiciones que incorporarán las últimas novedades tecnológicas. Y por supuesto, seguiremos trabajando por conseguir la experiencia de alquiler perfecto con propuestas de valor añadido.

ESCAPARATE

El gasto turístico en febrero aumenta cerca de un 5%

El gasto turístico ha crecido un 4,7% en febrero. Los países más lejanos, que el INE engloba dentro de 'Resto del mundo', son los que más crecen, un 10,1%, pero su estancia media ha caído un importante 11,6%. **Pág. 32**



Cataluña vuelve a registrar un incremento de turistas

Cataluña dejando atrás las caídas que sufrió a finales de 2017 por la inestabilidad política tras el referéndum del 1 de octubre. El destino suma en los dos primeros meses de 2018 un 2,4% más de turistas extranjeros. **Pág. 12**



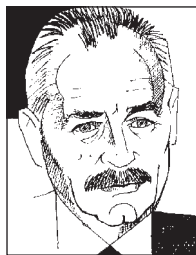
La mayoría de fraude 'online' se da en billetes

Los billetes de avión y las reservas de alojamiento representan el 85% de todos los casos de fraude online, según destaca la Asociación de Agencias de Viajes de Reino Unido (ABTA) en un estudio. **Pág. 19**

PRONTUARIO

Que la Realidad sea real

QUÉ FÁCIL ES tergiversar la realidad en cualquier medio que usemos tanto dirigido a las redes comercializadoras como al consumidor final. Y ahora más que nunca a través de todos los medios virtuales que tenemos a nuestra disposición y servicio! ¡Cuánto daño hace a la credibilidad, la imagen, al producto, a su destino y en definitiva a la continuidad que es siempre nuestra prioridad!



CLAUDIO MEFFERT

Exagerar, maquillar y falsear la realidad no conduce a nada bueno y cometer uno de los peores pecados, que es hacer juicios de valor sobre lo que promocionamos,

vendemos o informamos, sólo nos conduce al desprestigio final a medio y definitivamente a largo plazo, y todos sabemos lo difícil, por no decir imposible, que es restablecer el prestigio y credibilidad.

Lo más peligroso es que no podemos impedir que algunos iluminados lo hagan con nocturnidad y alevosía sólo pensando en su beneficio inmediato. Porque el que lo hace no le importa, porque lo sabe perfectamente, que su engaño repercute negativamente en todos. En las últimas columnas que escribí hablaba de la necesidad de mantener e incrementar la singularidad e identidad de un destino que naturalmente es totalmente válido también para cada producto y empresa. Si no lo hacemos y además falseamos... "apaga y vámonos...".

Que lo ofertado sea lo que el cliente recibe, percibe y espera, debe ser siempre nuestro objetivo. Y eso sólo se consigue con veracidad, profesionalidad y atención personal. Y eso ha sido y siempre seguirá siendo nuestra seña de identidad.

Claudio Meffert es miembro del Consejo asesor de CONEXO.

Globalia deja atrás las pérdidas y gana más de 16 millones de euros en el ejercicio de 2017

El consejero delegado de Globalia, Javier Hidalgo, esperaba una 'mejora sustancial' de los resultados

Tras dos años registrando un balance negativo, Globalia ha finalizado el ejercicio de 2017 con un beneficio neto de 16,5 millones de euros.

Los ingresos aumentan un 2,7%, hasta los 3.667 millones de euros. La buena marcha de Air Europa, así como el crecimiento protagoni-

zado por Be Live Hotels y Groundforce son algunas de las razones de los buenos resultados obtenidos por el grupo turístico.

Globalia da la vuelta a sus resultados. Tras dos ejercicios con balance negativo, el grupo turístico cierra 2017 con un beneficio neto de 16,5 millones de euros, según fuentes consultadas por NEXOTUR.

Esta cifra contrasta con las pérdidas de 17,9 millones de 2016 y de 14,9 millones de 2015, provocadas en gran medida por la provisión de fondos retenidos en Venezuela. Un año antes, en 2014, ganó cerca de 28 millones de euros.

Los ingresos del primer grupo turístico vertical del país, liderado desde finales de 2016 por Javier Hidalgo, ascienden a 3.667 millones de

euros. Se trata de un incremento del 2,7% en comparación con los 3.570,8 millones que facturó en 2016.

Buena marcha

Detrás de estos buenos resultados está, principalmente, la buena marcha de Air Europa, así como el crecimiento protagonizado por Be Live Hotels y Groundforce. Como publicó NEXOTUR, el consejero delegado de Globalia, Javier Hidalgo, ya avanzó que los resultados del grupo iban a "ser mejorados de forma sustancial, especialmente en hoteles y aeropuertos".



Javier Hidalgo y Juan José Hidalgo.

Las ventas BSP de agencias de viajes descienden por primera vez en 2018 durante el mes de marzo

La producción se incrementa por encima del 7% en el periodo acumulado del primer trimestre del año

Tras protagonizar un gran arranque de año, con sendos crecimientos de dos dígitos en enero y febrero, la producción BSP de las agencias

de viajes españolas con título IATA retrocede un 3% durante el mes de marzo. También baja un 3,4% el número de billetes distribuidos.

Gracias al gran arranque de 2018, los datos del primer trimestre son positivos, con una tasa interanual del 7,5%, hasta los 1.273 millones.

La producción aérea de las agencias de viajes españolas con título de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) experimenta durante el mes de marzo la primera caída de 2018. Según los últimos datos a los que ha tenido acceso NEXOTUR, asciende a 452 millones de euros, lo que supone un retroceso del 3% en comparación con los 466 millones alcanzados el mismo mes de 2017.

Este descenso contrasta con las fuertes subidas registradas en los dos primeros meses del año, en los que la producción se situó en 821 millones de euros, un 14,3% por encima de los 718,5 millones del ejercicio anterior. Gracias al gran arranque de 2018, los datos del pri-

mer trimestre son positivos, con una tasa interanual del 7,5%, hasta los 1.273 millones de euros.

Más de un 3% menos

Echando la vista atrás, la producción BSP ha mostrado una tendencia favorable en los últimos cinco años. En el global de 2017 ascendió a 4.727 millones de euros, lo que supone un aumento interanual del 2,8%. Un año antes se llegó a 4.597,9 millones, con una tasa del 1,8%, mientras que en 2015 también se produjo un tímido incremento del 1,4%, hasta 4.514,9 millones. Mucho mayores fueron las subidas de 2013 y 2014, del 13,9% y del 4,5%, respectivamente.



La producción asciende a 1.273 millones de euros en el primer trimestre.

En lo que respecta al número de billetes vendidos, las agencias también sufren una caída interanual en marzo. Han distribuido 1,7 millones, un 3,4%

por debajo del mismo mes de 2017. En los tres primeros meses la cifra se eleva a 5,1 millones, un 6,7% más que en el mismo trimestre del año anterior.

IAG se plantea comprar el 100% de Norwegian

International Airlines Group (IAG) ha comunicado la operación de compra de una participación del 4,61% en Norwegian Air Shuttle Asa y ha admitido estar valorando la opción de la compra completa de la aerolínea noruega. Puntualiza que la operación no es una oferta pública formal de adquisición de acuerdo con las normas de la Bolsa de Oslo, ni tienen la firme intención de presentar una oferta.

IALIA Viajes firma el contrato de gestión de AGE

IALIA Viajes, la Unión Temporal de Empresas (UTE) formada por IAG7 y Nautalia Viajes para la gestión de los viajes de los Ministerios de Defensa e Interior, ha firmado el contrato con la Administración General del Estado (AGE) en la sede de la Dirección General de Racionalización y Centralización de Contratación de la Administración Pública.

TravelPerk mejorará su oferta para el 'corporate'

Fundada en Barcelona en 2015 por Avi Meir y Javier Juárez, la plataforma TravelPerk, diseñada para la gestión integral de los viajes de negocios, mejorará su oferta y servicios y se expandirá a nivel mundial gracias a los 21 millones de dólares conseguidos en una segunda ronda de financiación, que junto a la primera suman cerca de 30.

Qatar Airways renueva la imagen de Privilege Club

Qatar Airways ha anunciado el lanzamiento de la nueva identidad de marca de su programa de viajero frecuente Privilege Club. Bajo el lema 'No solo acumules millas, acumula recuerdos', la compañía presentará una variedad de nuevas mejoras que otorgará al programa un nuevo aspecto y sensación de lujo, en la línea con la marca y concepto de Qatar Airways.

El 25 de abril expira el plazo para que las agencias obtengan el PCI DSS

Solo han completado la autoevaluación requerida el 20% de las agencias de viajes

Últimos días para que las agencias de viajes obtengan la certificación PCI DSS de IATA, que será obligatoria para todas aquellas agencias que acepten transac-

ciones con tarjeta o emitan transacciones de tarjeta BSP. Hasta el momento, solo un 20% de las agencias han completado la autoevaluación requerida.

Cuenta atrás para la entrada en vigor del sistema Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS) de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA). Según ha avanzado en su intervención en el Congreso de Turismo de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) el regional sales de Advantio, Manuel Fernández, el 25 de abril expira el plazo para obtener esta certificación, que desde entonces será necesaria para todas aquellas agencias que acepten transacciones con tarjeta o emitan transacciones de tarjeta BSP.

En declaraciones a NEXOTUR, Fernández explica que hasta el momento el número de empresas certificadas es mucho menor de lo esperado, con un porcentaje que rondaría el 20%. "Resulta sorprendente que tan pocas hayan dado este paso teniendo en cuenta que con la ayuda de empresas externas se tarda aproximadamente una hora en cumplimentar la información requerida", añade Fernández.



El número de empresas certificadas rondaría el 20%.

Como publicó NEXOTUR, con la puesta en marcha del PCI DSS, cuyo alcance es global, IATA pretende minimizar el impacto que supone para la industria aérea el fraude y la piratería, que le cuesta cada año unos 1.000 millones de dólares. Las agencias pueden optar por dos opciones para conseguir la citada certificación.

La primera es realizar una autoevaluación mediante un cuestionario (SAQ), así como un test

cuatrimestral realizado por un Qualified Security Assesor (QSA). Ante la complejidad de dicho proceso (el cuestionario de autoevaluación consta de 364 preguntas), existen empresas que han desarrollado sistemas para simplificarlo, como es el caso de Advantio. La segunda opción es obtener una certificación de un QSA, si bien el coste es mayor.

Factores externos impactan en las cuentas de las 'rent a car'

Pese a la repercusión positiva que ha tenido en el sector *rent a car* el espectacular crecimiento del Turismo receptivo, el director general de Europcar en España, José María González, advierte de la existencia de factores externos que impactarán en las cuentas de resultados de estas empresas. "El aspecto negativo lo pone el incremento de costes que supone el nuevo periodo concesional de los aeropuertos", apunta.

Según sus estimaciones, "el sector podría estar pagando entre 30 y 40 millones de coste adicional en un solo año". "Esto dreña recursos para la inversión y modernización del mismo y, por supuesto, supone una pérdida de competitividad con otros países de nuestro entorno", lamenta. También avisa que el factor de los aeropuertos, que supone "unos costes más elevados para los próximos siete años", intervendrá "en el precio final, uno de los factores clave para el éxito del *rent a car* turístico".

Perfil del turista

Otro factor que no acompaña es el hecho de que "el perfil del turista de las últimas oleadas haya



El director general de Europcar en España, José María González.

virado hacia el de una persona que alquila menos vehículos", revela González. "Esto, como es lógico, ha de repercutir en nuestra cuenta de resultados", añade. Por todo ello, las cifras de negocio positivas registradas en los últimos años, anunciadas por la Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos (Feneval), "se deben fundamentalmente a un incremento de volumen", detalla el director de Europcar. Y a todo ello se suma "la enorme competitividad sectorial con incrementos de flota por encima de la demanda", sentencia.

'International Airlines Group se ha equivocado en las formas' con el NDC, afirma el presidente de AVASA

Luis Felipe Antoja pide a las Asociaciones empresariales 'menos crítica y más colaboración constructiva'

El presidente de Avasa entiende que IAG se precipitó con su estrategia de distribución. A su juicio, el gigante aéreo "se ha equivocado en las formas" por no haber presentado "un modelo que conjugara" las necesidades de todos.

Avasa se convirtió en la recta final de 2017 en el primer Grupo comercial en anunciar su adhesión al New Distribution Capability (NDC) de Iberia y British Airways. El acuerdo permitía a sus cerca de dos centenares de puntos de venta quedar exentos del suplemento de 9,5 euros por cada componente de tarifa introducido por las dos aerolíneas de International Airlines Group (IAG) desde el pasado 1 de noviembre de 2017.

Preguntado por esta decisión, su presidente, Luis Felipe Antoja, explica que "nuestra obligación como grupo es el que las agencias tengan las mejores y más variadas herramientas tecnológicas y de todo tipo para poder conseguir una mejor rentabilidad". Esto les llevó a "adherimos como Avasa Viajes al NDC de Iberia para que nuestras agencias, si lo desean, puedan utilizarlo", argumenta.

IAG 'se ha precipitado'

Pese a ello, Antoja, al igual que muchos otros empresarios y directivos del Sector de agencias, opina que IAG "se ha equivocado, no tanto en el fondo como en las for-

mas", por el hecho de penalizar las ventas a través de GDS. "Se han precipitado y no han presentado un modelo de distribución que conjugara las necesidades de Iberia-British, agencias de viajes y al mismo tiempo de los GDS", lamenta Antoja.

En su opinión, "se necesita un sistema que integre a las compañías aéreas y a los GDS y que en su desarrollo cuente con la colaboración de las agencias de viajes". "Ahí podrían desarrollar un importante papel las Asociaciones empresariales con iniciativas de menos crítica y más colaboración constructiva con las nuevas iniciativas que van surgiendo", concluye el presidente de Avasa.



El presidente de Avasa, Luis Felipe Antoja.

Proveedores de primer nivel insisten en el papel crucial de la agencia convencional en el XXI Congreso de UNAV

Cerca de 200 personas asisten al congreso de UNAV que ha celebrado su XXI edición en Cuenca

El XXI Congreso de Turismo de UNAV han congregado a cerca de 200 profesionales del Sector Turístico en Cuenca entre los días 11 y 13 de abril. Además de las tradicionales intervenciones

sobre temas de especial relevancia para los profesionales del Sector, ha albergado un gran debate en el que los grandes proveedores han reiterado su apuesta y compromiso con el canal de

agencias de viajes, destacando el factor humano, el conocimiento y la profesionalidad como sus principales fortalezas. En el Congreso también se ha hecho oficial el cambio en la presidencia.

La ciudad de Cuenca ha albergado entre el 11 y 13 de abril el XXI Congreso de Turismo de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV). Las jornadas de trabajo han contado con intervenciones sobre temas de especial relevancia para los profesionales del Sector, como son el PCI/DSS de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) y las novedades en materia fiscal para las agencias de viajes.

La novedad ha sido un gran debate en el que se han dado cita directivos de empresas punteras del Sector. Durante aproximadamente dos horas se han analizado temas técnicos y comerciales que afectan a planteamientos, tratamiento y tendencias del viajero actual. El objetivo ha sido profundizar en la nueva manera de pensar del cliente, los modelos de venta y la incidencia de la economía colaborativa, entre muchos otros asuntos. Han participado representantes de Amadeus, Aon, Beroni, Carrefour Viajes, Catai, Iberia, InterMundial, Movelia, Renfe, Travelport, UNAV Legal y Viajes El Corte Inglés.

Apuesta por la agencia

Así, los grandes proveedores reiteran su apuesta y compromiso con el canal de agencias de viajes, destacando el factor humano, el conocimiento y la profesionalidad como sus principales fortalezas. Durante el gran debate han insistido en el

papel crucial de los agentes en todas las fases del viaje.

Para el CEO de InterMundial, Manuel López, aquellas agencias "que no inspiraban al cliente ya han cerrado", mientras que las que sí lo hacían "son las que siguen". Pese a remarcar la importancia de los puntos de venta físicos, reconoce que "hay determinadas reservas que no son de las agencias convencionales". "Hay que ocupar un nicho y apostar por la especialización", sugiere.

En términos similares se expresa el director general de Catai, Fernando Sánchez, para quien "no se puede generalizar". "Hay canales para unas cosas y canales para otras", apunta. A su juicio, las tradicionales "tienen la capacidad de ordenar y optimizar" el gran volumen de información que el cliente obtiene a través de Internet. Además, se muestra convencido de que "siguen siendo vitales en la fase de inspiración".

En palabras del director comercial de Renfe, Francisco Cañamero, "la venta por Internet tiene una cuota muy importante en nuestro negocio" debido a lo simplificado del producto. Sin embargo, "desde hace muchos años el peso de las agencias se mantiene intacto, rondando en la actualidad el 32%". Esto le lleva a afirmar que "la agencia sigue teniendo y va a tener un papel muy importante en la distribución turística".

Por su parte, el *senior manager* de Iberia, Adolfo García, se muestra

convencido de que la agencia convencional, utilizando los avances tecnológicos a su alcance, "puede aprovechar que los viajeros en muchas ocasiones no tienen tiempo para digerir toda la información que circula en la Red". "La figura del asesor de viajes va a seguir siendo fundamental y eso no lo va a suplantar Internet", subraya.

Masificación de la información

También el *head of sales management* de Amadeus, David Vidal, hace hincapié en la "importancia de saber gestionar y poner en orden toda la información" que existe en el entorno *online*. "La masificación de la información es brutal", apunta, afirmando que el agente de viajes "va a ser un gestor de ocio". Sobre la transformación digital, opina que "aquellos que se adapten darán un mayor valor añadido al cliente".

Prosiguiendo con la importancia de aprovechar los avances tecnológicos, el director general de Movelia, Santiago Vallejo, destaca que "cada vez más proveedores ponen a su disposición tecnología de manera gratuita". "Hay tecnología al alcance de todo el mundo", añade. Por su parte, el director general de Travelport España, Fredric Lindgren, señala a "la multicanalidad y la modernización" como dos elementos claves para la agencia. "Aquellas que no lo entiendan



El Congreso ha reunido a cerca de 200 profesionales del Sector Turístico.

nunca llegarán a un determinado perfil de cliente", avisa.

En representación de las agencias, tanto Viajes Carrefour como Viajes El Corte Inglés muestran su apuesta por una estrategia verdaderamente omnicanal. En el caso de la primera, su director general, David Villarino, explica que en su red de distribución se ha implementado un modelo multicanal que permite al cliente decidir qué fases de la contratación hace en el canal *online* u *offline*. "La complejidad del producto suele marcar la diferencia a la hora de elegir uno u otro".

Mientras tanto, la directora de ventas vacacional de Viajes El Corte Inglés, María Olias, revela que

"la omnicanalidad es el reto de nuestra agencia para los próximos años". Tenemos parte del inventario en todos los canales, pero estamos trabajando para llegar a una omnicanalidad completa", señala.

Durante el Congreso también se ha hecho oficial el cambio en la presidencia. Como adelantó NEXOTUR, José Luis Prieto renunció a presentar su candidatura al cargo que ha ocupado durante los últimos 24 años. Su sucesor es Carlos Garrido, quien ha combinado en los últimos años su labor empresarial en Viajes Dos, agencia de la que es propietario, y Viajes Excelsior, con una encomiable implicación en el mundo Asociativo.



Haz que tus clientes Viajen Seguros a una primavera inolvidable.

Este primavera, asegúrate de que tus clientes viajen con la tranquilidad y las coberturas más completas que le ofrece el especialista en seguros de viajes: Equipajes, retrasos, anulación, accidentes, asistencia médica, repatriación, responsabilidad civil...

Estas vacaciones protege a tus clientes con ERV, la aseguradora número uno en calidad de servicio. Con ERV, esta primavera, viajarán seguros.

Asegura sus viajes con el especialista en Seguros de Viaje.



ERV, un año más en el top ranking de las aseguradoras mejor valoradas. Barómetro ADECOSE 2017.



Premio Aseguradora más vendida por los agentes de viaje. Medalla al Mérito en el Seguro

www.erv.es



The travel insurer of ERGO



You travel. We care.

Moderado optimismo de las agencias de viajes de Valencia tras un primer trimestre positivo

El intrusismo 'hace mucho daño' a las agencias de viajes, destacan en el Foro NEXOTUR

A pesar de la progresiva reactivación de la demanda, hay varios baches en el camino de la recuperación de las agencias. Los participantes en el Foro NEXOTUR del TurNexo Valencia se-

ñalan a la baja rentabilidad, el intrusismo y la deslealtad de los proveedores. Pese a todo ello, la evolución del negocio es positiva. Tras la conclusión del debate y el tradicional corte de

cinta, los agentes de viajes de la Comunidad Valenciana han tenido oportunidad de conocer de primera mano las propuestas y novedades de un selecto grupo de proveedores turísticos.

Si hace justamente un año las agencias de viajes de la Comunidad Valenciana se mostraban especialmente optimistas de cara al verano, las previsiones para la presente temporada son más moderadas. Los directivos, empresarios y representantes de Asociaciones que han participado en el Foro NEXOTUR del Salón TurNexo Valencia, celebrado en el Hotel Ayre Astoria Palace de Valencia, han coincidido en señalar que la evolución de las ventas en el primer trimestre ha sido positiva en comparación al ejercicio anterior, si bien no se han producido grandes subidas.

Para la presidenta del Grupo L&T, Teresa Altarejos, mientras que el receptivo "se ha fortalecido y registra cifras muy interesantes", en el emisor "la tendencia es que no se crece a gran velocidad". Los mismo opina el presidente de la Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes (AEVAV), Miguel Jiménez, que habla de un ritmo de crecimiento "mínimo" y de la ralentización de la demanda en el mes de marzo, en lo que coinciden

los otros dos representantes de dicha Organización, Jorge Lamirán y Manuel León. Más optimista se muestra Jorge Torres, de Europa Viajes, para quien el comportamiento de la demanda en el conjunto del trimestre "ha sido bueno, sobre todo en los grandes viajes".

Prácticas desleales

Por otro lado, mientras que en otros negocios la recuperación de la demanda ha propiciado un aumento de precios, con la consecuente mejora en términos de rentabilidad, algunos de los presentes han incidido en los escasos avances logrados en este sentido. Por ejemplo, la consejera delegada de Europa Travel y vicepresidenta de relaciones internacionales de CEAV, Eva Blasco, estima que "la rentabilidad de las agencias está en torno al 1%".

Además de compartir su visión de la evolución del negocio, otros de los temas abordados han sido el intrusismo y las prácticas desleales de los proveedores. Sobre el primero, los participantes en el

Foro NEXOTUR denuncian que es una práctica muy extendida y que "hace mucho daño" a las agencias de viajes. Y en relación al segundo, lamentan que cada vez es más complicado encontrar proveedores que realmente colaboren de forma transparente con el canal de agencias.

En cuanto al receptivo, las previsiones tanto de la Administración turística como de los empresarios del Sector son muy positivas. Al incremento de la llegada de turistas se suma el creciente interés por la oferta de interior, cuestión clave para reducir la excesiva dependencia del 'sol y playa'. En este sentido, la directora general de Turismo de la Comunidad Valenciana, Raquel Huete, remarca que "hay que acabar con la estacionalidad".

Por su parte, el director de la Fundación Turismo Valencia, Antonio Bernabé, añade que "se necesita un Turismo de mayor calidad y que genere más ingresos", para lo que considera importante "seguir ampliando mercados". Para el director del Patronato de Turismo, Evarist



El Foro NEXOTUR ha precedido a el Salón TurNexo Valencia.

Caselles, otro aspecto crucial es ampliar las experiencias en destino y la oferta complementaria, adaptándose así a un perfil de turista que ha cambiado. Por último, tanto el director general de Valencia Bus Turistic, Francisco Tomás, como el presidente de la Unión Hotelera de Valencia, Ximo Sola, destacan los buenos resultados cosechados en el apartado receptivo en lo que va de año,

así como los avances para desestacionalizar la demanda.

Tras la conclusión del debate y el tradicional corte de cinta, los agentes de viajes de la Comunidad Valenciana han tenido oportunidad de conocer de primera mano las propuestas y novedades de un selecto grupo de proveedores turísticos (turoperadores, compañías aéreas, cadenas hoteleras, compañías de seguros, etc.).



El director de la Fundación Turismo Valencia, Antonio Bernabé, y la directora general de Turismo de la Generalitat Valenciana, Raquel Huete, han inaugurado el Salón TurNexo Valencia.



Una selección de proveedores han asistido al Salón TurNexo Valencia como turoperadores, compañías aéreas, cadenas hoteleras, compañías de seguros, etc.



Los profesionales del Sector que se han acercado al Hotel Ayre Astoria Palace al Salón TurNexo Valencia, también han podido disfrutar del intercambio de ideas con sus colegas.



Como ya es tradicional en todos los Salones TurNexo, el de Valencia finalizó con la celebración de un cóctel para proveedores y agentes de viajes participantes.

FETAVE acusa a Consumo de 'cerrarse en banda' a atender las demandas del Sector en el marco del Foro AgentLab

'Estamos asistiendo a una recuperación paulatina del Sector', asegura el director comercial de Amadeus España

El Hotel Mayorazgo ha albergado el pasado martes 17 de abril el Salón TurNexoMadrid, que ha contado con proveedores turísticos de primer nivel, como Air Europa, Amadeus,

ERV Seguros de Viaje, Geomoon, Iberia, Politours, Renfe y Travelplan, así como grupos comerciales como Airmet o el Patronato de Turismo de Córdoba y Turismo de Extremadura.

Precediendo al Salón organizado por el grupo NEXO, se ha celebrado a puerta cerrada el Foro AgentLab con la presencia de diferentes representantes del Sector.

Uno de los temas abordados en el Foro AgentLab, que ha reunido a representantes de empresas y Asociaciones antes del inicio del Salón TurNexo Madrid, celebrado el pasado martes 17 de abril en el Hotel Mayorazgo, ha sido el proceso de transposición de la Directiva de Viajes Combinados. Como avanzó NEXOTUR, la última oportunidad para que se tengan en cuenta las demandas de los principales afectados, agencias de viajes y turoperadores, es la próxima votación en el Congreso de los Diputados.

En su intervención en el debate, el presidente de FETAVE, César Gutiérrez, ha asegurado tener "esperanzas de que alguna de nuestras enmiendas salga adelante", a lo que podría contribuir que "no exista una mayoría absoluta en la Cámara Baja". De momento, afirma que cuentan con el respaldo de responsables políticos ligados al Sector. "Turismo está de nuestro lado, pero aún no hemos hablado con Consumo", reconoce.

Y es que el gran problema que se están encontrando las Organizaciones empresariales del Sector es el hecho de que el proyecto haya sido elaborado por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (Aecosan), adscrita al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, en vez de por la Secretaría de Estado de Turismo. Al respecto Gutiérrez acusa a Consumo de "no haber recibido a ninguna Asociación sectorial; se han cerrado en banda". Además, sostiene que "Consumo y Turismo prácticamente no se hablan". Todo ello ha provocado que hasta el momento "no hayan tenido en cuenta ninguna de nuestras alegaciones", lamenta.

Profundizando en el contenido del proyecto de modificación de la actual normativa de viajes combinados, uno de los puntos que más preocupa a FETAVE es la inclusión de la

responsabilidad solidaria para las agencias de viajes vendedoras y organizadoras del viaje. Grosso modo, el proyecto de Ley, que será sometido a votación en el Congreso de los Diputados durante las próximas semanas, establece la agencia vendadora tenga que responder de todos y cada uno de los incumplimientos producidos en los servicios incluidos en el viaje combinado. Sobre esta cuestión, Gutiérrez opina que "en ningún caso se puede hacer responsable a la agencia de algo que queda fuera de su ámbito de actuación".

También llama la atención sobre el posible incremento del intrusismo que podría generar la permisividad con aquellas entidades que organizan viajes combinados sin ánimo de lucro, tales como parroquias, peñas o asociaciones. Según el texto aprobado por el Consejo de Ministros, todos ellos quedan al margen de la Directiva de Viajes Combinados.

Factor humano y especialización

La recuperación de la economía española lleva ya unos años repercutiendo positivamente, aunque de forma moderada, en el Sector de agencias de viajes, lo que se refleja tanto en los volúmenes de venta como en el número ascendente de puntos de venta. En su intervención en el Foro AgentLab, el director comercial de Amadeus España, David Vidal, ha reconocido que "estamos asistiendo a una recuperación paulatina del Sector de agencias".

Aunque prefiere no dar estimaciones sobre la evolución del número de puntos de venta que operan en el territorio español, revela que, en el caso concreto de su empresa, "cada vez damos de alta a más agencias", siendo en los últimos tiempos superior el número de nuevas agencias conectadas a su sistema de reservas, que el de bajas. Detrás

de estas nuevas aperturas están, en gran medida, el fuerte crecimiento en el autoempleo, un perfil cada vez más habitual en el Sector.

El directivo también hace referencia al "repunte espectacular" de las reservas "en los últimos dos o tres años", especialmente en el *business travel*. Sin ir más lejos, apunta que en Semana Santa, a pesar del efecto negativo que trae consigo el adelanto de la festividad, se ha registrado un "incremento absoluto de venta de billetes tanto a destinos nacionales como internacionales". "El mercado emisor está creciendo de una forma importante", prosigue.

Preguntado por los puntos fuertes de la agencia de viajes convencional, además de la experiencia y profesionalidad, Vidal hace especial hincapié en "el factor humano". "Es el gran valor de la agencia, que puede y debe encargarse en la gestión del ocio de unos clientes en ocasiones saturados por la gran cantidad de información que encuentran en Internet", indica.

Por su parte, el presidente de Star Viajes, Manuel Benavides, también incide en la importancia de la especialización, una tendencia creciente en un Sector en el que el producto generalista cada vez está más dominado por las grandes redes y las agencias *online*. "Las agencias de viajes tradicionales tienden hacia la especialización, dejando en muchas ocasiones de vender productos que no son interesantes", explica. Incluso afirma que hay casos puntuales en los que las agencias han comenzado a cobrar por asesorar a sus clientes, algo que ocurre en una de las agencias que forman parte de su Grupo comercial.

En términos similares se expresa el presidente de la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT), Santiago Aguilar, para



El Foro AgentLab ha precedido al Salón TurNexoMadrid.

quien "es clave especializarse y ofrecer un servicio personalizado". "El verdadero futuro de la agencia es convertirse en un asesor o consultor de viajes", remarca. Además, avisa que "si no existe este valor añadido, tanto el cliente como el proveedor acabarán por saltarse a los intermediarios turísticos".

Recuperación con matices

Recuperación sí, pero con matices. De los participantes en el Foro, una de las voces más críticas respecto a la situación que atraviesa el Sector es la del gerente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Méndez. Aunque coincide con el resto en la tendencia al alza de la demanda, avisa de la "situación muy delicada" de las agencias.

"Se vende más, pero la rentabilidad sigue a la baja y ganamos incluso menos", alerta. En este sentido, calcula que "en el mejor de los casos estamos hablando de una rentabilidad del 1%", lo que "merma la

capacidad de las agencias" en cuestiones como acceso a innovación, modernización o utilización de nuevas herramientas tecnológicas.

Además, avisa que el incremento de las garantías —el importe mínimo a avalar pasará de 60.000 a 100.000 euros— será una nueva piedra "en el camino de la rentabilidad". Esta medida, que ya ha entrado en vigor en varias Comunidades autónomas, se suman a otra como "el PCIDSS de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), el intrusismo y la infidelidad de los proveedores, entre otras", lamenta Méndez.

Cambiando de tercio, el gerente de UNAV estima que las ventas para Semana Santa "han bajado entre un 5% y un 6%", tendencia en la que habría influido las malas condiciones climatológicas y el adelanto de la festividad. Sin embargo, en el conjunto del primer trimestre se ha producido un crecimiento que oscila entre el 2% y el 3%, con un mejor comportamiento del *business travel*.



El Hotel Mayorazgo ha acogido el Salón TurNexoMadrid, que ha sido inaugurado por el presidente de FETAVE, César Gutiérrez, y el gerente de UNAV, José Luis Méndez.



Los profesionales del Sector que se han acercado al Salón que organiza el Grupo NEXO desde hace más de una década han podido conocer las novedades de los proveedores turísticos para el verano.

Globalia Corporate Travel entra en GEBTA

Globalia Corporate Travel se acaba de incorporar al consorcio de agencias de viajes especializadas GEBTA España. Tras esta incorporación, el grupo amplía su representatividad del sector del Business Travel nacional y en la actualidad sus agencias gestionarían más del 80% del total de viajes corporativos del mercado español y tendrían una facturación superior a los 3.500 millones de euros.

Sabadell, primer banco certificado con la 'Q'

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) ha otorgado la 'Q' de Calidad Turística a la dirección de negocio turístico-hotelero del Banco Sabadell. Se convierte así en la primera entidad bancaria que recibe este distintivo. El presidente del ICTE, Miguel Mirones, destaca "el interés demostrado por el Banco Sabadell, que ha entendido el valor añadido que le puede aportar la marca 'Q'".

Julià Travel se adentra en el Turismo LGBT

Julià Travel suscribe un acuerdo con Rainbow Gay Tours para la creación de la joint venture Rainbow Tours. La nueva sociedad, que requerirá una inversión de 300.000 euros durante los próximos cinco años, estará especializada en el Turismo receptivo LGBT. Desarrollará su actividad desde ciudades donde la división del Grupo Julià ya está presente.

Viajes Carrefour presente en Expofranquicia

Viajes Carrefour ha participado por primera vez en Expofranquicia, que ha tenido lugar del 19 al 21 de abril en Ifema y ha congregado a más de 170 expositores de siete países. Viajes Carrefour ha estado presente en el stand 4D15 del pabellón 4, donde sus directivos han ofrecido información sobre los diferentes modelos de franquicia y asociación que ofrecen a las agencias que ya están en funcionamiento.

Pangea abre 'la tienda de viajes más grande del mundo' en Barcelona

La 'megastore', ubicada en el Club Coliseum de Barcelona, contará con más de 30 asesores

Pangea cumple los plazos que se fijó y desembarca en Barcelona con la que asegura que es "la tienda de viajes más grande del mundo". La segunda flagship de la

agencia, que abrirá sus puertas el próximo 21 de abril, está ubicada en el antiguo cine Club Coliseum (Rambla de Catalunya 23), ocupando un espacio de 1.700 m².

Como parte del homenaje de la empresa a la anterior actividad del local, se ha mantenido la pantalla de cine, donde se podrán ver contenidos de viaje de la marca. También se encuentra un enorme globo aerostático o un tobogán, entre otras sorpresas. "El viaje comienza antes de tomar un avión, empieza con la organización y la ilusión que genera, por eso nuestra máxima es que el viajero encuentre en Pangea el lugar perfecto para inspirarse, divertirse y, por qué no, reservar un viaje o comprar cualquier artículo que necesite para una escapada", explica el CEO, David Hernández.

La tienda contará con más de 30 asesores expertos, que serán los encargados de recomendar las experiencias y destinos a los clientes. Todos ellos cuentan con la experiencia de haber vivido cada una de las actividades o destinos que recomiendan, y, por lo tanto, poder segmentarlas en función del tipo de viajero sin utilizar los típicos folletos de los viajes organizados (utili-



El espacio tiene 1.700 metros cuadrados.

zan vídeos y fotografías propias durante el proceso de inspiración).

En palabras de la responsable de la megastore, Itziar Cacho, "nuestros compañeros están especializados en destinos o estilos de viajes, para organizar la ruta con respecto al viajero y lo que busca, y no siguiendo un plan ya establecido". Prueba de ello es que un 70% del producto que se distribuye es pro-

pio, creado por los mismos asesores. Además de la distribución de viajes, en la tienda habrá una librería especializada (Casa del Llibre). Al respecto, el director de retail de la empresa, Francisco Calderón Cernuda, apunta que "los viajes son un gran momento para dedicarse a la lectura y disfrutarla y, a la vez, también podemos decir que los libros te invitan a viajar".

Exitosa segunda edición del Talent for Tourism

Talent for Tourism (t4t) cierra su segunda edición con un récord de participación. Celebrada en el Hotel NH Collection Constanza de Barcelona, la conferencia ha superado los 250 participantes, contando con profesionales y directivos de referencia vinculados al Turismo.

Bajo el lema 'Consumer Centricity, la estrategia definitiva para toda empresa del Sector Turístico', ha arrancado con la ponencia 'Ventas para cracks' de Victor Küppers, en la que el experto ha transmitido a los asistentes la fórmula para conseguir la satisfacción y la fidelización del cliente, haciendo hincapié en que "vivir con alegría es una decisión y es la única forma de enamorarlo". Le ha seguido la ponencia 'Cautivar al consumidor', de Antonio Ruíz, centrada en entender los procesos mentales del consumidor en su decisión de compra a través de la neurociencia. Mago More, por su parte, ha culminado el congreso con la ponencia 'El poder positivo del cambio', en la que ha demostrado que descubrir y conseguir lo que quiere el cliente es cuestión de magia.

El congreso de Turijobs también ha contado con una mesa



Ha sido en NH Collection Constanza.

redonda moderada en la que se han dado cita empresas punteras: Sandra Pérez de NH Hotel Group, Tomeu Bannasar de Logitravel, Pello Meaurio de Ávoris, Joana Sánchez de Íncipy y David Hernández de Pangea. Los congresistas han debatido sobre prácticas innovadoras del Sector Turístico, nuevos modelos y nuevas experiencias. Todos ellos han coincidido en la importancia de aprovechar los nuevos avances tecnológicos, subrayando que "la gran empresa no se come a la pequeña", sino que "es la rápida la que se come a la lenta".

El caótico sistema de reservas de la Alhambra indigna al Sector

'No existe una mínima garantía para los agentes de viajes', como exponen CEAV, AEDAV y AAVV

Persisten los problemas con el sistema de venta de entradas del conjunto monumental de la Alhambra y el Generalife. Las agencias de viajes, a través de CEAV, AEDAV (Andalucía) y AAVV (Granada), denuncian que "tras varios años de cambios continuos de normativas y de infructuosas negociaciones con el Patronato de la Alhambra y el Generalife (PAG), el sistema ha llegado a un colapso real". "Es el monumento del mundo en el que la reserva de entradas es la más enrevesada, complicada e irracional", afirman.

Según detallan, debido a las carencias del sistema, "no existe una mínima garantía para los agentes de viajes de garantizar que sus programas y circuitos por Andalucía y España se cumplan". Es más, aseguran que "las agencias locales, nacionales y turoperadores internacionales cancelan a diario visitas a Granada,

circuitos por Andalucía y España, debido a los inextricables trámites burocráticos, la ineficacia del sistema y la continua incertidumbre que atañen a la reserva de entradas para el monumento más visitado de Andalucía".

Entradas nominativas

Además de las deficiencias del sistema, el Patronato de la Alhambra y el Generalife ha anunciado la implantación de entradas nominativas a partir del próximo 1 de mayo de 2018, lo que provocará que sea "el primer monumento en exigir a las agencias el nombre, documento de identidad, sexo y edad, de cada uno de los integrantes de cada uno de sus grupos o clientes". Para las tres Organizaciones empresariales, "ninguno de los argumentos esgrimidos para intentar imponer tal control de aforo y las entradas nomi-

nativas, pueden ser convincentes". "No se pueden aducir, tal como se ha anunciado, falsos motivos de seguridad, porque son una falacia", prosiguen. Además, aclaran que "existen en muchos países de nuestro entorno leyes muy estrictas sobre protección de datos, que nos impiden compartir datos de nuestros clientes con otras partes".

Por otro lado, también critican los "fallos constantes" del nuevo sistema informático y la nueva plataforma de compra de entradas, puesta en marcha el 1 de enero de 2018, como por ejemplo la anulación de entradas asignadas y pagadas al 100% o la asignación de entradas en horas y fechas completamente distintas a las solicitadas.

Por todo lo expuesto, CEAV, AEDAV y AAVV hacen un llamamiento a todas las administraciones implicadas para que "se inicien las consul-



CEAV, AEDAV y AAVV llaman al diálogo para buscar una solución.

tas necesarias y se tomen cuanto antes las medidas oportunas". "Llamamos a un diálogo constructivo y necesario entre las diversas administraciones implicadas, los profesionales del Sector y los expertos en patrimo-

nio, para adoptar conjuntamente y de forma consensuada todas las medidas que sirvan para compaginar la necesaria conservación del patrimonio y el desarrollo de un Turismo verdaderamente sostenible", sentencian.

AEPT quiere potenciar su posición en el Sector

La Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) quiere recuperar su peso en el Turismo. Así lo ha reflejado en su XXXIX Asamblea General Ordinaria, donde el reelegido presidente de la Asociación, Santiago Aguilar, ha expresado que quieren "volver a ser el referente que hemos sido y que debemos continuar siendo dentro del Sector Turístico español".

Binter se expande con sus vuelos nacionales

Binter se estrena el 2 de mayo en vuelos nacionales con la ruta que unirá Mallorca con Gran Canarias y Tenerife. "Para ambos archipiélagos la conectividad es vital", expresa el presidente de la aerolínea canaria, Agustín del Castillo. También destaca que "tenemos las mismas necesidades de movilidad dentro del propio territorio insular y entre las islas y la Península".

Aervio facturará más de ocho millones en 2018

Aervio, la plataforma de gestión de viajes de empresa fundada en 2016, tiene previsto incrementar considerablemente su facturación en 2018, pasando del millón de euros que ingresó en 2017 a más de ocho millones en este ejercicio. La compañía cuenta en la actualidad con 12 personas en plantilla (ocho en Madrid y cuatro en Barcelona) y tiene una cartera de clientes formada por 80 empresas.

Bruselas presenta dos importantes Directivas

La Oficina del Parlamento Europeo en España ha organizado en Madrid un seminario para presentar dos nuevas directivas que se están negociando en Bruselas: una sobre las condiciones de trabajo de los conductores en el Sector del transporte por carretera, y otra sobre las normas comunes de acceso al mercado internacional de autocares y autobuses.

Canarias revisará al alza los avales de las agencias de viajes en las próximas semanas

‘Los vigentes importes de las garantías son muy bajos’, argumentan desde el gobierno canario

El Gobierno de Canarias saca a información pública la modificación del Decreto de Intermediación Turística. Con este cambio normativo, consensado por todas las Comunidades, pero hasta ahora solo aprobado por unas pocas (Andalucía, Cataluña, Galicia y La Rioja, entre otras), se persigue reforzar las garantías de los consumidores en la prestación de los servicios que ofrecen estas empresas.

Según la información publicada por la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes de Canarias, el plazo para

presentar alegaciones es de ocho días (expira el 24 de abril) al ser una tramitación urgente. El siguiente paso será su publicación en el Boletín Oficial de Canarias, tras lo cual las agencias dispondrán de dos meses para constituir o complementar, en su caso, las garantías establecidas en esta norma.

El cambio más significativo es el aumento de avales, que a priori será el mismo en todas las Comunidades autónomas, tal y como se acordó en la Mesa de Directores Generales de Turismo. Una vez entre en vigor el nue-

vo decreto, el importe a garantizar será el correspondiente a un 5% del volumen de negocios derivado de los ingresos por venta de viajes combinados, con un mínimo de 100.000 euros.

Mayor protección

Hasta ahora, en la práctica totalidad de las Comunidades se requería avales por importe de 60.000 euros a las minoristas, 120.000 a las mayoristas y 180.000 a las minoristas-mayoristas. Al respecto, el Gobierno canario argu-

menta que "los vigentes importes de las garantías son muy bajos en comparación con los pagos que cabe esperar reciban muchas agencias de viajes, e inadecuados en el caso de pequeñas y medianas empresas, que podían perderse en supuestos de quiebra e insolvencia".

Con esta normativa se pretende lograr que exista un sistema de garantías que permita la repatriación de todos los consumidores afectados por la insolvencia o quiebra de un organizador o detallista, así como el reem-

bolso completo de los pagos anticipados a todos los consumidores afectados por la insolvencia o quiebra. La insolvencia se entenderá producida tan pronto como, a consecuencia de los problemas de liquidez del organizador o del minorista, los servicios de viaje dejen de ejecutarse, no vayan a ejecutarse, o vayan a ejecutarse solo en parte, o cuando los prestadores de servicios exijan su pago a los viajeros. Producida la insolvencia, la garantía deberá estar disponible, pudiendo el viajero acceder fácilmente a la protección.



VISA GEA BBVA

YA DISPONIBLE PARA LAS AGENCIAS GEA Y SUS CLIENTES



- **Universal.** Aceptada en más de 20 millones de comercios de 180 países.
- **Sin cuota de emisión ni renovación.**
- **Libre domiciliación bancaria.**
- **Flexibilidad en los pagos.**
- **Financiación hasta en 6 meses sin intereses en agencias GEA. Comisión de apertura 2,50%. TIN 0% TAE 9,10%*.**
- **2% bonificación de tus compras en agencias de viajes Grupo GEA****
- **Seguros de atraco en cajeros y de Accidentes en viajes.**

* Tarjeta Visa GEA emitida por Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. Concesión sometida a estudio y aprobación del Banco. Financiación sin intereses exclusivamente para compras en Agencias de Viaje asociadas a GEA. *Ejemplo de financiación para una compra de 1.000€ a un plazo de 6 meses, 1- cuota mensual 191,67 € y 5 cuotas mensuales de 166,67 € cada cuota. Comisión de apertura no financiada, incluida en la primera cuota 25€ (2,50%) TIN 0%, TAE 9,10% Importe financiado de 1.000€, importe total a devolver 1.025€. La Tarjeta Visa GEA se emite con la forma de pago cuota fija mensual 30€ que el titular podrá modificar.** Bonificación del 2% aplicable a compras realizadas en Agencias asociadas a GEA, en todo caso netas de devoluciones y amortizaciones. Esta bonificación se abonará por BBVA al Cliente en el extracto del mes siguiente. Oferta válida hasta diciembre 2018. Más información en www.grupogea.com.

La innovación, eje de la convención de Unida

Más de 60 agencias de viajes se han dado cita en la Convención de Unida. Celebrada en Segovia bajo el lema 'Iniciativas de Valor Añadido', ha dedicado especial atención al uso eficiente de los datos de los clientes, la necesidad de innovación y el reto de encarar el futuro con una visión actual. Se ha presentado la nueva *app* diseñada por el Grupo comercial.

Las ciudades más baratas para escapada en España

Para ayudar a los amantes de los viajes de fin de semana, Musement ha calculado cuánto cuesta, de media, una escapada en 15 ciudades españolas. Han tenido en cuenta el precio medio de dos noches de hotel, un billete de autobús, un menú, una caña y una atracción turística en cada ciudad analizada. Y las cinco ciudades más caras son Barcelona, Bilbao, Madrid, Málaga y Valencia.

Centauro sigue creciendo en el segmento de AVE

La compañía española Centauro Rent a Car continúa su expansión en el segmento de AVE con su reciente apertura en la Estación de Sants en Barcelona. Es su segunda oficina en la Ciudad Condal —la primera en el Aeropuerto de El Prat— y la tercera en el segmento de AVE después de estrenar oficinas en Sevilla (Estación de Santa Justa) y Málaga (Estación María Zambrano).

Autocares NR Ruiz celebra su 60 aniversario

Ágatha Ruiz de la Prada ha diseñado el exterior de un autocar para Autocares NR Ruiz, que ha comenzado a recorrer las carreteras tras su presentación en público el pasado 13 de abril en el Palacio de la Magdalena en el evento con el que la compañía celebra sus seis décadas de existencia. El modelo Irizar i8 se trata de un turismo de lujo para largo recorrido.

ACAVE manifiesta su preocupación ante el contenido de la nueva Ley de Viajes Combinados

La Asociación muestra una 'frontal oposición' a la incorporación de una garantía adicional

La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) se suma a las críticas contra la polémica transposición de la Directiva de Viajes Combinados. La Or-

ganización ha presentado un total de 16 enmiendas al proyecto de ley que, tras su aprobación por parte del Consejo de Ministros, se encuentra en trámite parlamentario de urgen-

cia en el Congreso de los Diputados. Se opone a la incorporación de una garantía adicional e insta al Gobierno a respetar el plazo de seis meses de adaptación previsto en la Directiva.

Al igual que CEAV, que incluso amenazó con denunciar al Gobierno, ACAVE muestra su "frontal oposición" a la incorporación de una garantía adicional de responsabilidad contractual. Según argumenta, la nueva Directiva comunitaria "es de máximos, lo que implica que los gobiernos de los Estados miembros no pueden ir más allá", como estaría haciendo el Ejecutivo español con esta disposición.

Además, ninguno de los países en los que ya se ha transpuesto la Directiva han incorporado una garantía de este tipo, motivo por el cual existe el riesgo de que las agencias de viajes españolas sufran una desventaja competitiva respecto a las empresas establecidas en cualquier otro punto de la Unión Europea. Por todo ello, ACAVE solicita

la eliminación de la garantía de responsabilidad contractual incluida en el proyecto de Ley, solicitando que se mantenga solamente la garantía de insolvencia financiera.

Retraso en la transposición

Otra de sus peticiones es que se establezca, tal y como autoriza la nueva Directiva de Viajes Combinados, un régimen de responsabilidad en función del ámbito de gestión de la agencia minorista y de la organizadora del viaje. La Asociación se opone al régimen de responsabilidad solidaria previsto en el proyecto de Ley, dado que "resulta totalmente desproporcionado hacer responder a la agencia minorista de todos los incumplimientos producidos en los servicios incluidos en el viaje com-

binado, cuando ésta actúa únicamente como intermediaria entre organizador y cliente".

Por último, insta al Gobierno a respetar el plazo de seis meses de adaptación previsto en la Directiva. Al respecto, explica que la transposición tenía que haber sido aprobada antes del 31 de diciembre de 2017, sin poder ser de aplicación antes del 1 de julio de 2018. Ante el evidente retraso, ACAVE requiere que se respete este plazo de seis meses de adaptación a la nueva normativa que implicará importantes cambios para las agencias.

"Las empresas deben disponer del tiempo suficiente para realizar la adaptación, tal como se prevé en la propia Directiva, siendo del todo impropio que en el proyecto de Ley se prevea la entrada en vigor el



El presidente de ACAVE, Martí Sarrate.

1 de julio de 2018, cuando a día de hoy se trata de una norma en proceso de trámite parlamentario, subraya el presidente de la Asociación,

Martí Sarrate, quien sentencia que "el retraso del Estado en la aprobación de la norma, no puede suponer un perjuicio para las empresas".

El destino Cataluña se sobrepone al conflicto político en enero y febrero

El destino España supera las cifras de llegadas y gasto de 2017

Cataluña vuelve a la senda del crecimiento, dejando atrás las caídas que sufrió en la recta final de 2017 como consecuencia de la inestabilidad política generada tras el referéndum del 1 de octubre. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el destino suma en los dos primeros meses de 2018 cerca de 1,9 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que supone un aumento interanual del 2,4%. Esta tendencia contrasta con los retrocesos del 4,7%, 2,3% y 13,9% que registró en los tres últimos meses del pasado año.

Solo Madrid y la Comunidad Valenciana crecen con mayor intensidad que Cataluña en el periodo comprendido entre enero y febrero. La primera alcanza el millón de entradas, experimentando un incremento interanual del 8,1%, mientras que la segunda muestra un avance del 7,8%, con 895.535 viajeros proceden-



Fuente: INE.

© NEXOTUR

tes del extranjero. En total, el destino España cierra el citado periodo con 8,3 millones de turistas, un 3,9% más que la cifra récord de 2017.

En relación al gasto turístico, Cataluña protagoniza la mayor escalada. Alcanza en los dos primeros meses la cifra de 1.942 millones de euros, un 21,6% del total y un 11,1% más que en el inicio de 2017. El se-

gundo mayor incremento corresponde a Andalucía, con una tasa del 8,8%, hasta los 1.265 millones. Le sigue la Comunidad Valenciana con una variación del 6,2%, hasta los 868 millones. Las 17 Comunidades autónomas superan la barrera de los 9.000 millones de euros, experimentando un aumento del 5,2% en comparación con el mismo tramo de 2017.

Teldar Travel supera ya las 3.000 agencias colaboradoras

Teldar Travel desembarcó en el mercado español en la recta final de 2016 con la promesa de ofrecer mayor rentabilidad que el resto de centrales Business to Business (B2B). Aproximadamente un año y medio después de su llegada, su gerente en el país,



Santiago Prims

Santiago Prims, hace balance "muy positivo" de esta etapa inicial, con resultados "por encima de las expectativas que teníamos".

"Más de 3.000 agencias han confiado en nosotros, y cada día vamos incorporando más empresas", revela el directivo. Parte fundamental de este éxito han sido sus alianzas con la mayoría de Grupos comerciales (selló acuerdos con Airmet, Gebta, Ceus, Avasa, AGC, Dit Gestión, Europa Viajes, Nego Servicios y Team Group, entre otros). Al respecto, Prims destaca que "todos los Grupos de gestión vieron muy claro desde el principio cuál era el proyecto de

Teldar Travel y las personas que lo formaban". "Nos abrieron las puertas y nos han ayudado a posicionarnos en el mercado", reconoce.

A pesar de haber superado la cifra de 3.000 oficinas colaboradoras, el directivo se muestra convencido de que "tenemos por delante un gran margen de crecimiento" y "esperamos en un tiempo no muy lejano ser el referente de las agencias de viajes". "Según vamos visitando a los clientes, éstos se van incorporando a nuestro proyecto", apunta al respecto.

Entre sus fortalezas, hace referencia a que su B2B "es la mayor web de alojamientos del mercado, con 600.000 establecimientos". "Si no encuentra un hotel en Teldar Travel, difícilmente lo puede encontrar con otra plataforma", asegura. También resalta que "nuestra tecnología es propia, lo que nos permite realizar modificaciones de la web con mucha rapidez y seguridad".

BST Events se incorpora a Travel Advisors Guild

BST Events, especializada en el Sector MICE, acaba de incorporarse a la asociación Travel Advisors Guild. Con oficinas en Barcelona y Madrid, la compañía se esfuerza desde hace nueve años en crear experiencias únicas gracias a su concepto de asociar la logística con la comunicación a través del *storytelling*, ideando acciones que den valor a la marca del cliente y aspirando a que todo comunique.

American Express GBT, sin recargo en Air France

American Express Global Business Travel (GBT) ha llegado a un acuerdo con Air France KLM para eximir del pago del recargo adicional a la agencia por reservas a través de canales indirectos como GDS y herramientas de reserva *online* (OBT). El grupo de aerolíneas anunció que a partir del 1 de abril de 2018 cobraría 11 euros por este concepto.

Turismo de Murcia integra 15 socios en el último año

Turismo de Murcia Convention Bureau ha incorporado durante el pasado año a 15 nuevos socios que abarcan diversos campos dentro de la oferta turística y de servicios de la ciudad de Murcia, como la publicidad, la mercadotecnia, agencias de medios o el alojamiento turístico, entre otros. Este año 2018 la asociación cumple su vigésimo aniversario.

Estrenan nuevo centro de congresos en México

El presidente de México, Enrique Peña Nieto, y el gobernador del Estado de Yucatán, Rolando Zapata Bello, junto al presidente de Samsung México, H. S. Jo, entre otras autoridades, han inaugurado el Centro Internacional de Congresos Powered by Samsung, un recinto que destaca por su capacidad, equipamiento tecnológico y por su certificación energética.

Amadeus avanza en el desarrollo de la solución que integrará conexiones NDC

Los agentes de viajes tendrán a su alcance en la nueva plataforma todas las tarifas en una misma pantalla

Amadeus trabaja a marchas forzadas para lanzar lo antes posible una nueva plataforma de distribución que integre todo tipo de conexiones tecnológicas, incluido el New Distribution Capability (NDC) de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA). Según fuentes consultadas por NEXOTUR, el grupo está volcado en el proyecto, al que destina numerosos efectivos y una



Luis Maroto

gran inversión. Su plan es que la citada plataforma vea la luz este mismo año, si bien prefieren no aventurarse a dar fechas concretas de lanzamiento.

Una vez operativa, permitirá a los agentes de viajes de todo el mundo acceder a todas las tarifas aéreas con independencia de la conexión utilizada por las aerolíneas. "Simplificará el trabajo de los profesionales", que de

no ser así se verían abocados a volver a un método de comparación anacrónico, teniendo que acceder a los canales propios de las compañías aéreas para evitar los recargos ya aplicados por tres de los grandes grupos aéreos de Europa: International Airlines Group (IAG), Lufthansa, y Air France KLM.

Alcance mundial

La plataforma, que tendrá alcance mundial, mostrará en una misma

pantalla todas las posibilidades para reservar un billete de avión, siendo el agente quien decida cuál es la opción que más le conviene. A priori, aquellas tarifas distribuidas con la conexión NDC podrían ser más económicas debido a no estar sujetas a suplementos, si bien las funcionalidades de éstas son todavía muy limitadas.

Aunque tanto IAG (Iberia y British Airways) como Air France KLM ya aplican los recargos a las reservas efectuadas vía GDS, son

muchas las tarifas que están exentas, medida de carácter transitorio adoptada ante las carencias en el desarrollo del NDC. Por ejemplo, ambas permiten a determinadas agencias, especialmente las *corporate*, utilizar canales privados sin recargo alguno. Asimismo, Iberia se vio obligada a ofrecer soluciones temporales tras poner en marcha su nueva estrategia de distribución el pasado mes de noviembre, quedando extenso del pago cupos de turoperadores y grupos, entre otros.

ÚNETE A UNO DE LOS GRUPOS DE AGENCIAS DE VIAJES MÁS IMPORTANTE Y HAZ VOLAR TU EMPRESA

Mejora de la rentabilidad

de la agencia gracias a nuestra tecnología y negociaciones

+5%

aumento de la productividad gracias a nuestra tecnología

Central de reservas

avión, tren y barco con tarifas especiales negociadas

Negociación con proveedores

consiguiendo las mejores condiciones del mercado

24 h

servicio 24 horas para ti y para tus clientes corporativos

+38

años de experiencia y un equipo de 25 profesionales

Formación continua

Disponemos de cientos de cursos de formación para que estés al día

Asesoramiento para tu empresa

constante para que tu empresa esté a otro nivel

Herramientas de marketing

y tecnológicas para la captación de clientes e incremento de ventas

Desde **1980**

grupo vacacional y corporativo pionero a nivel nacional

☎ 93 655 65 55

expansion@avasa.com

www.grupoavasa.com

FlixBus impulsa autocar eléctrico en larga distancia

FlixBus está invirtiendo en E-Mobility siendo la primera empresa del mundo en utilizar E-Buses en sus líneas regulares de autobuses de larga distancia. Desde este mes de abril, los primeros FlixBus totalmente eléctricos han comenzado las operaciones con la primera ruta entre París y Amiens, en Francia. Esta nueva línea ahorrará casi 140 toneladas de CO₂ al año.

Cataluña diseña un plan para potenciar el MICE

El Cataluña Convention Bureau (CCB) ha diseñado un plan específico de promoción del Turismo de Reuniones e Incentivos que tiene como objetivo principal seguir posicionando la Comunidad como un referente en el Sector MICE, tanto a nivel nacional como internacional. Para ello, con un presupuesto de casi un millón de euros, realizará numerosas acciones promocionales.

Wizz Air mejorará la comodidad a bordo

Wizz Air ha firmado un acuerdo con la empresa Geven para equipar 110 Airbus A321neo que se empezarán a entregar en enero de 2019 —y continuarán durante los próximos cinco años— con el nuevo modelo de asiento 'Essenza'. El valor de este pedido es de 44 millones de euros, aunque Geven aplicará descuentos a Wizz Air por este pedido.

CaixaBank y Murcia CB mantienen su alianza

El director del Área de negocio de CaixaBank en Murcia, Diego García-Esteller, y el presidente de Turismo de Murcia Convention Bureau, Ricardo Zamora, han renovado el convenio de colaboración suscrito entre ambas entidades. El objetivo es principalmente trabajar conjuntamente en la promoción del turismo en la ciudad de Murcia.

Los aeropuertos de Madrid y Barcelona, entre los europeos mejor conectados con el núcleo urbano

La conexión con los aeródromos españoles está entre las más económicas para llegar al centro de la ciudad

"Madrid y Barcelona cuentan con los aeropuertos mejor conectados de Europa en cuanto a la oferta de transporte hacia la ciudad, el coste y la calidad del servicio", afirma el *chief mar-*

keting officer de *liligo.com*, Guillaume Rostrand. Por ejemplo, para ir del aeropuerto de Madrid-Barajas hasta el centro de la ciudad se puede escoger entre las líneas de autobuses urbanos

200 y 101 (1,5 euros), la línea C1 del tren de cercanías (2,60 euros), el metro (cinco euros), el autobús exprés (cinco euros) o un taxi que tiene una tarifa de unos 30 euros hasta el centro.

Los aeropuertos de Madrid y Barcelona están entre los cinco terminales europeos que ofrecen una amplia gama de modalidades de transporte para llegar hasta el centro de la ciudad. Esto les convierte en los aeródromos europeos mejor conectados con el núcleo urbano, según un estudio del buscador de viajes *liligo.com*. Además, se sitúan entre los más económicos.

Por ejemplo, para ir del aeropuerto de Madrid-Barajas hasta el centro de la ciudad se puede escoger entre las líneas de autobuses urbanos 200 y 101 (1,5 euros), la línea C1 del tren de cercanías (2,60 euros), el metro (5 euros), el autobús exprés (5 euros) o un taxi que tiene una tarifa aproximada de unos 30 euros hasta el centro.

El aeropuerto El Prat de Barcelona también está muy bien conecta-

do. Se puede llegar hasta el centro en tren de cercanías (4,20 euros), autobús público número 46 o nocturno N16 (2,20 euros), el metro (4,60 euros), el autobús exprés (5,90 euros) o el taxi, que tiene una tarifa aproximada hasta el centro de 25 euros sin cargos extras.

Las conexiones más económicas

En cuanto a los precios, los aeropuertos españoles se encuentran entre los que ofrecen las conexiones más económicas para llegar hasta el centro. Como veíamos anteriormente, en Madrid es posible hacerlo desde 1,5 euros y en Barcelona desde los 2,20 euros. Solo los aeropuertos de Moscú Sheremetyevo y Antalya ofrecen alguna conexión con el centro más económica que Madrid-Barajas por 1,5 euros.

"Madrid y Barcelona cuentan con los aeropuertos mejor conectados de Europa en cuanto a la oferta de transporte hacia la ciudad, el coste y la calidad del servicio", afirma Guillaume Rostrand, Chief Marketing Officer de *liligo.com*.

La mayoría de los aeropuertos nacionales cuentan con al menos dos ofertas de transporte hacia el centro de la ciudad: autobús y taxi. El aeropuerto de Burgos es el que cuenta con el precio de línea de autobús más económico (1 euro), seguido de Almería (1,05 euros) y El Hierro (1,14 euros) y Córdoba (1,15 euros). Además de Madrid y Barcelona, solo en Valencia es posible llegar hasta el aeropuerto en metro. A su vez, los aeropuertos de Jerez y Santiago ofrecen conexión de tren hasta el centro de la ciudad.

¿Cuánto cuesta ir al centro desde el aeropuerto?

Aeropuerto	Taxi	Bus	Tren	Metro
1 Londres-Heathrow	112 €	7,50 €	13 - 24 €	6,70 €
2 París-Charles de Gaulle	55 €	12 - 17 €	10,30 €	--
3 Fráncfort del Meno	35 - 40 €	8,60 €	4,65 €	--
4 Estambul-Atatürk	12 €	2,60 €	--	0,88 €
5 Ámsterdam-Schiphol	50 €	5,00 €	4,20 €	--
6 Madrid-Barajas	30 €	1,50 - 5 €	2,60 €	4,50 €
7 Múnich-Franz Josef Strauss	90 €	10,50 €	12,80 €	--
8 Roma-Fiumicino	48 €	5,00 €	14,00 €	--
9 Londres-Gatwick	25 €	9,22 €	9,00 €	--
10 Barcelona-El Prat	25 €	2,30 - 5,9 €	4,10 €	4,10 €
11 Moscú-Domodédovo	23-25 €	1,80 €	6,00 €	--
12 Moscú-Sheremétievo	20-25 €	0,90 €	6,00 €	--
13 París-Orly	60 €	7,70 €	12,05 €	--
14 Antalya	13,5 €	0,98 €	--	--
15 Copenhague-Kastrup	40 €	4,00 €	5,00 €	5,00 €

Fuente: *Liligo.com*.

© NEXOTUR

Un centenar de profesionales MICE participan en la reunión anual del Capítulo Ibérico de ICCA

Varias sesiones y actividades mostrarán la importancia de la innovación y la creación de emociones y experiencias

El Capítulo Ibérico de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) ha celebrado entre el 11 y 13 de abril en Granada su reunión anual. Cerca de un centenar de profesionales procedentes de toda España y Portugal han analizado las últimas tendencias en el Sector MICE, con especial importancia a la innovación y la generación de experiencias.

La primera jornada se limitó a la bienvenida a los participantes y su participación en un *hammam*, un baño árabe, para prepararlos para las sesiones de trabajo del 12 y 13. En la presentación del encuentro, la concejala de Turismo del Ayuntamiento de Granada, Raquel Ruz, ha destacado que no es casual que Granada se haya convertido en la ciudad elegida para mostrar las nuevas tendencias del Turismo de Congresos basadas en sensaciones únicas e impactantes. "Nuestro rico patri-

monio, la increíble oferta cultural de Granada y unos inmejorables servicios nos han convertido en un destino preferente en el Turismo de Congresos", ha indicado.

Diferentes escenarios

En este sentido, la reunión del Capítulo Ibérico se ha desarrollado en diferentes espacios de la ciudad y su área metropolitana, tanto para las sesiones técnicas como para las actividades sociales. Así, los profesionales del Sector MICE han podido conocer desde el Palacio de Congresos de Granada hasta la Casa Museo de Federico García Lorca en la localidad de Valderrubio. Asimismo, los asistentes, que ya han disfrutado del Hammam Al Andalus, han pasado también por el Cuarto Real de Santo Domingo, el Teatro Isabel La Católica, el Restaurante Alameda y la Casa Real del

Soto de Roma (Valderrubio), así como los hoteles Meliá Granada y Barceló Carmen Granada.

La reunión, que se desarrolla bajo el lema 'Hay amor, hay vida', ha contado con la participación del tenor granadino José Manuel Zapata, que ha acercado a los profesionales del sector a la oferta cultural y musical de la ciudad; Almudena de la Mata, responsable de negocios, que ha destacado la importancia de los valores sociales en la empresa; y Pier Paolo Mariotti, que ha hecho hincapié en la importancia de la pasión y el amor como activos en la Industria de las Reuniones.

La concejala de Turismo de Granada ha afirmado que la ciudad se consolida como destino de Turismo de Congresos gracias "a la apuesta decidida por ofrecer iniciativas y servicios basados en las emociones y experiencias auténticas". Asimismo, ha detallado que



El Cuarto Real de Santo Domingo (Foto: Pepe Marín).

Granada acogió en 2017 más de 150 citas congresuales y eventos profesionales, frente a los 94 registrados en 2016, que supusieron 155.000 pernотaciones y un reporte económico estimado en 24 millo-

IAG7 Viajes se une a GlobalStar Travel Management

IAG7 Viajes se ha incorporado recientemente a la alianza internacional de viajes y eventos corporativos GlobalStar Travel Management, una organización mundial de gestión de viajes que opera en 3.500 puntos, en más de 85 países en todo el mundo, y que cuenta con una facturación total superior a los 14.000 millones de dólares.

La CEO de IAG7 Viajes, Fina Muñoz, se ha mostrado orgullosa "de formar parte de la red mundial GlobalStar". "Creemos que esta alianza satisfará todas nuestras necesidades y expectativas", explica Muñoz, a la vez que añade que "a través de la asociación con GlobalStar, IAG7 Viajes se une a una organización líder en la industria de los viajes lo que nos permitirá seguir innovando y ofreciendo propuestas únicas para nuestros clientes".

Carlos López Bahillo nuevo Director General de AVASA



El Consejo de Administración de AVASA ha nombrado nuevo director general a Carlos López Bahillo en sustitución a José M^a Vila que ha decidido concluir su actividad laboral e iniciar su jubilación.

El Consejo de Administración de Avasa agradece a José M^a Vila "su dedicación y los esfuerzos hacia el grupo y sus agencias, deseándole lo mejor en su futuro".

Carlos López Bahillo, inició y desarrolló su carrera profesional durante 14 años en Viajes El Corte Inglés, donde comenzó de comercial en Madrid, pasó como jefe de delegación por León y concluyó los últimos 8 años como director general en Francia, consolidando su trayectoria en el sector de la distribución.

También cuenta con una breve experiencia de 2 años en el sector hotelero encargándose de la dirección

comercial y marketing de Sidorme hotels.

Los últimos 7 años de su carrera profesional estuvo al frente de la dirección de ventas de Costa Cruceros. Su labor en Costa fue siempre orientada al crecimiento saludable, la relación con las agencias de viajes y el desarrollo del negocio y del equipo que dirigió, consiguiendo durante este tiempo grandes éxitos en ventas.

Su perfil ofrece experiencia y versatilidad suficientes para liderar el cambio anunciado durante la última convención de Avasa celebrada bajo el eslogan "Renovación es futuro".

Dos nuevas incorporaciones de agencias en AVASA

Dos agencias de reconocido prestigio y antigüedad en sus respectivas zonas de influencia, han confiado en el grupo Avasa para conseguir nuevos objetivos.

AVASA cuenta aproximadamente con un 55% de ventas de business y MICE y un 45% dedicadas al segmento vacacional.

Con la incorporación de Carlos López Bahillo como nuevo director general se pretende dar un impulso importante al crecimiento y expansión del Grupo, en agencias que puedan aportar un valor significativo a las dos áreas perfectamente delimitadas de Corporate y Vacacional.

Asimismo, Avasa quiere revalorizar todas las herramientas tecnológicas de las que dispone, algunas en exclusiva, para que los clientes de las agencias pertenecientes al Grupo dispongan de los últimos avances del sector.

■ Fer Frans

en Igualada (Barcelona). Empresa familiar con actividad desde hace más de 40 años.

Francesc Ferrer Ramon está al frente de la agencia como gerente, sus hijas Elia y Aïda y todo su equipo humano mantienen el espíritu e ilusión de sus fundadores ofreciendo a sus clientes una atención personalizada y calidad en el servicio.



■ Vilanova Tours

en Vilanova i la Geltrú (Barcelona) también cuenta con más de 40 años de experiencia en el sector y son pioneros en su localidad.

Pere Domingo y Montserrat Domingo centran su filosofía de empresa en ofrecer a sus clientes el mejor asesoramiento personalizado. En reconocimiento a su contribución al fomento del turismo catalán, la Generalitat de Catalunya les otorgó el Diploma Turístico de Cataluña.



**¿Quieres unirte a uno de los
grupos de agencias de viajes
más importantes del sector?**



Entrevista a Carlos López Bahillo

Nuevo Director General de AVASA

Explíquenos su experiencia profesional

Comencé mi carrera profesional en el año 1994 en Viajes El Corte Inglés en Madrid como Delegado Comercial, especializándome en la captación de grupos y empresas. Un año más tarde me dieron la oportunidad de continuar progresando en León con unos resultados exitosos que me llevaron a dirigir la primera Delegación mixta que se abrió en la ciudad y dirigí durante 5 años. Los 8 años siguientes fui el Director General de Viajes El Corte Inglés en Francia, consiguiendo en el año 2006 el premio a la empresa española del año en Francia.

En el año 2.008 me instalé en Barcelona donde di el paso al sector hotelero ocupándome durante 2 años de la Dirección Comercial y Marketing de Sidorme Hotels.

A finales del 2.010 y durante 7 años estuve al frente de la dirección de ventas de Costa Cruceros. Mi labor en Costa fue siempre orientada al crecimiento saludable, la relación con las agencias de viajes y el desarrollo del negocio y del equipo que dirigí, consiguiendo durante este tiempo grandes éxitos en ventas.

¿Considera que las redes sociales ayudan a venta o sólo a hacer contactos?

Con contenidos de calidad que atraigan a nuevos seguidores, conseguiremos inicialmente atraer nuevos contactos con el objetivo de conseguir el reconocimiento de marca. A partir de

ahí, es el momento de incitar a los usuarios a realizar la compra a través de nuestras agencias asociadas. No todas las redes sociales son iguales, cada una va dirigida a un público con inquietudes diferentes, por este motivo es muy importante segmentar el contenido que se publica dependiendo de los usuarios y la red.

¿Considera que ya se ha superado la crisis que afectaba al consumo turístico?

Durante los años de mayor inestabilidad económica, el consumidor ha sido muy prudente en sus gastos destinados al ocio. Hace ya unos años que las empresas del sector están presentando cuentas de resultados al alza. Todos los parámetros indican que ya podemos hablar de crisis pasada pero siempre

tendremos que tener en cuenta la sensibilidad de nuestro sector a elementos externos.

¿Avasa tiene diferenciado los segmentos dentro de sus agencias de vacacional y business / MICE?

Todas son agencias de viajes, al margen de su especialidad, pero sus necesidades son muy diferentes. En el Grupo Avasa contamos con 2 áreas totalmente diferenciadas, prestando servicios especializados en cada caso, pero a la vez creando sinergias entre las mismas. Nuestro objetivo es mantener el 55% de agencias business / MICE y el 45% de agencias vacacionales.

¿Confía en lograr crecimientos de ventas y rentabilidad durante este ejercicio para las agencias Avasa?

Actualmente tenemos activas 5 campañas simultáneas con condiciones especiales para nuestros clientes y con sus respectivas acciones de marketing destinadas a dirigirlos a las agencias de viajes vacacionales del grupo. Respecto a las agencias business, estamos continuamente desarrollando nuevas herramientas tecnológicas destinadas a facilitar todos los procesos de compra de los clientes de empresas. De esta forma, unido al servicio que damos las 24 hrs del día y a la negociación de tarifas exclusivas con los principales proveedores del mercado, conseguiremos que nuestras agencias incrementen sus ventas y rentabilidad.

“He tenido la oportunidad de conocer a todos los grupos de gestión y Avasa es referente entre todos ellos.”

a la negociación con proveedores consiguiendo las mejores condiciones del mercado y a la aplicación de nuevas tecnologías, nuestras agencias asociadas consiguen mantener altos niveles de rentabilidad y de productividad. Seleccionamos nuestras agencias incorporando únicamente las de reconocido prestigio y antigüedad en sus respectivas zonas de influencia, manteniendo el equilibrio entre la actividad corporate 55% y vacacional 45%.

¿Las herramientas tecnológicas de AVASA son útiles para el día a día de las agencias?

Proveemos a todas nuestras agencias de los últimos avances tecnológicos para conseguir los mejores resultados. En el área vacacional ponemos a



Luis Felipe Antoja, Presidente de Avasa, da la bienvenida a Carlos López Bahillo en las oficinas centrales.

su disposición una web de venta “responsive” (que se adapta a todo tipo de dispositivo) aportando el contenido con las mejores ofertas del mercado. En el área corporate, además del servicio 24 horas, ponemos a su disposición la última tecnología en autoreservas, informes detallados, business intelligence, alerta de incidencias, ...

¿Qué servicio o prestaciones AVASA destacaría y en cuáles podría mejorar?

Ante todo, destaco el asesoramiento continuo por parte del gran equipo profesional que compone el Grupo. Profesionales experimentados y cada uno especializado en su área de influencia. Tenemos los mejores acuerdos con todos los proveedores y la aplicación de las últimas novedades tecnológicas beneficiando a todas las agencias del grupo.

Impulsaremos nuestra comunicación e incrementaremos de forma saludable nuestra presencia en otras zonas con agencias de viajes acordes a nuestra filosofía de Grupo.

¿Qué diferencia a AVASA de otros Grupos comerciales de agencias de viajes?

Durante mis últimos 7 años He tenido la oportunidad de conocer a todos los grupos de gestión y Avasa es referente entre todos ellos; Empresa pionera que marca continuamente la pauta en el turismo vacacional y en los viajes corporativos, siempre apoyando la defensa integral de los intereses de las empresas que la forman, así como la búsqueda de la excelencia en los productos turísticos que distribuye.

¿En qué cuestiones cree que debería volcarse la dirección de AVASA para mejorar los servicios que ofrece a las agencias asociadas?

Ante todo, seguir con el buen trabajo realizado por mis antecesores. Tal y como comunicó nuestro presidente durante la última **convención**, tenemos un proyecto de renovación con la intención de adelantarnos al

“El futuro de las agencias de viajes de Avasa es prometedor”

futuro. Vamos a automatizar procesos, a digitalizar procedimientos, a investigar sobre herramientas tecnológicas e incorporarlas, a tener más presencia en RRSS, a comunicar más, y un largo etcétera... todo ello en beneficio de nuestras agencias asociadas, con el objetivo de facilitar su gestión, atraer más clientes a los puntos de venta y mejorar su productividad y rentabilidad.

¿Cómo cree que evolucionará la función del agente de viajes en España?

Hace ya tiempo que estamos hablando del agente de viajes como asesor y especialista en viajes. Ahora más que nunca, el agente de viajes debe aportar valor al proceso de compra. Por ese motivo, es fundamental recibir formación en producto y técnicas de venta. Sólo el agente de viajes podrá llegar a la parte emocional del cliente, los canales de comercialización on line nunca lo conseguirán.

¿Cómo ve el futuro de la agencia de viajes emisora en España?

Desde hace unos años se está produciendo un reajuste en el número de puntos de venta en nuestro mercado y pienso que todavía sobran unos 1000.

A partir de ahora, las agencias tienen en su mano el poder decidir sobre su futuro, adaptándose tecnológicamente y recibiendo la formación adecuada sobre producto, técnicas de venta e inteligencia emocional. Si me pregunta por el futuro de las agencias de viajes de Avasa, le contesto que ¡¡¡Prometedor!!! Así de claro lo digo...



Estado de Guanajuato



Por sus Joyas Turísticas, belleza virreinal, historia, arte y emoción que te esperan en Ciudades Patrimonio de la Humanidad e increíbles Pueblos Mágicos, **Avasa destaca y recomienda el Estado de Guanajuato.**

Ciudades Patrimonio de la Humanidad del Estado de Guanajuato.

La ciudad de Guanajuato es el punto de encuentro de historia, arte cultura y belleza que simbolizan el México Colonial en todos sus sentidos. Esta Ciudad Patrimonio de la Humanidad nos lleva por sus calles empedradas que en el día son un espectáculo arquitectónico multicolor y que de noche se transforman en un festival lleno de luces, sonido y diversión. Declarada por la UNESCO en 1988 como ciudad Histórica de Guanajuato y Minas Adyacentes.

Guanajuato ha sido galardonado por tres años consecutivos como "El Destino Turístico más Confiable de México" otorgada por la revista Selecciones Reader's Digest en el 2014, 2015 y 2016.

San Miguel de Allende evoca al lujo por su impresionante arquitectura, sus museos, hermosos templos y galerías. Deslúmbtrate por sus paisajes, cañadas y fascinantes senderos, tendrás un viaje legendario y nunca dejarás de sorprenderte con sus festivales de música, arte, moda, cine y festividades religiosas. San Miguel de Allende, Ciudad Patrimonio de la Humanidad desde 2008, es el lugar perfecto para perderte entre sus preciosas calles y plazas donde proliferan la cultura y el arte. Podrás crear y vivir momentos memorables. Reconocida como la "Mejor Ciudad del Mundo" por la revista Travel & Leisure en sus premios World's Best Awards 2017.

Pueblos Mágicos.

Dolores Hidalgo es uno de los pueblos más interesantes del centro de México. Además de ser la Cuna de la Independencia Nacional, produce una artesanía de Talavera verdaderamente admirable. Por su parte, Mineral de Pozos posee un rico y próspero pasado, ya que durante los siglos XVII y XVIII fue uno de los pueblos mineros más importantes de México. Salvatierra, con su asentamiento, las carmelitas descalzas, las capuchinas y los franciscanos construyeron sus templos y conventos en la traza urbana de la ciudad. Jalpa de Cánovas está conformado por una antigua hacienda y pintoresco pueblo. En sus tiempos de riqueza, el pueblo contaba con sistemas de ingeniería en presas y canales. El Pueblo Mágico de Yuriria destaca por su magna laguna artificial considerada la primera obra hidráulica en América Latina, su lago-cráter y por un monumental convento fortaleza construido por misioneros Agustinos.

Zonas Arqueológicas.

Guanajuato cuenta con algunos de los centros ceremoniales más característicos y relevantes del Bajío. Recorre la historia precolombina de las civilizaciones mesoamericanas que habitaron este territorio descubriendo las zonas arqueológicas de Plazuelas en Pénjamo, Peralta en Abasolo, Cañada de la Virgen en San Miguel de Allende, el Cópore en Ocampo y Arroyo Seco en Victoria. Vive una experiencia única y haz un viaje al pasado por medio de la historia en Guanajuato.

Rutas y Circuitos.

Descubre en el Estado de Guanajuato las diferentes rutas y circuitos que tenemos. En el

circuito del Vino recorre los hermosos viñedos guanajuatenses y saborea sus exquisitos vinos galardonados con diversos reconocimientos en estas tierras del Bajío Mexicano. Aventúrate a descubrir los majestuosos plantíos de agave azul y maguey, sus haciendas productoras de las bebidas tradicionales por excelencia de México en el Circuito del Tequila y Ruta del Mezcal. Deléitate al sumergirte en el Circuito del Nopal y Circuito de la Fresa en donde vivirás desde su cultivo, procesamiento y preparación de platillos tradicionales. Conoce una dulce tradición llena de historia y cultura en la elaboración de un tradicional dulce mexicano, en el Circuito de la Cajeta. ¡Te encantarán!

Festivales y Eventos.

Guanajuato, el Destino Cultural de México, es cuna de grandes artistas y escenario de las más importantes expresiones culturales y eventos deportivos a nivel nacional e internacional, como el Festival Internacional Cervantino, el Festival Internacional del Globo, el Campeonato Mundial de Rally, entre otros. Descubre nuestras tradiciones, identidad e historia siendo parte de importantes eventos, ferias y festivales que con magia, sabor y color reflejan la alegría guanajuatense durante todo el año.

Gastronomía.

Emprende un recorrido lleno de sabores, aromas y tradición. Conoce la gastronomía única de Guanajuato Sí Sabe! Y sus platillos más representativos como las enchiladas mineras, el pico de gallo de Xoconoxtle o dulces típicos de cajeta, fresa, nieves artesanales, entre muchos más. Las raíces de nuestra tierra rica en cultura culinaria te llevarán a experimentar exquisitos placeres de la cocina guanajuatense.





Campañas AVASA:

El grupo Avasa trabaja constantemente para ofrecer a sus agencias soluciones en todos los campos. Marketing, reservas, tecnología, asesoramiento, formación y negociación.

Las acciones de marketing que diseña Avasa con sus colaboradores se centran en potenciar la venta anticipada. El objetivo es que sus agencias puedan equipararse a otros mercados en los que la venta se realiza con más antelación, evitando así problemas

de plazas, oscilaciones de precios y consiguiendo las mejores tarifas.

Actualmente Avasa tiene activas las siguientes Campañas que se refuerzan con diferentes elementos de marketing:

Campaña "Mes del circuito"

ESPECIAL
MES DEL CIRCUITO
(del 5 al 26 abril)
Hasta un
12% de descuento

Campaña "Estancias Costas"

ESTANCIAS EN COSTAS
Hasta un
50% DE DTO.
• NIÑOS GRATIS
• PENSIÓN COMPLETA al precio de Media Pensión
Reservas hasta el 12 de mayo

Campaña "Especial Familias"

ESPECIAL
FAMILIAS avasa
PRECIOS ESPECIALES Y REGALOS EXCLUSIVOS

Campaña "CRUCEROS"

ESPECIAL
CRUCEROS avasa
LAS MEJORES OFERTAS EN CRUCEROS

Campaña "NOVIOS"

ESPECIAL
NOVIOS avasa
DESTINOS QUE ENAMORAN

EXCLUSIVO CLIENTES
Sorteamos
2 PREMIOS de hasta
3.000€ cada uno
* Consulte condiciones

Campaña "Su viaje le puede salir GRATIS"



Avasa ofrece a sus agencias asociadas soluciones para facilitar al máximo la gestión en sus reservas aéreas.

Dispone de dos herramientas para que sus agencias sean 100% autónomas y no tengan que depender de ningún consolidador. Una se encuentra en entorno web, para aquellas agencias que no están tan familiarizadas con código encriptado y otra en entorno Amadeus.

Booking consolidador AVASA:

Teniendo acceso a todas las tarifas negociadas y permitiéndoles consultar, reservar, emitir, voidar, reembolsar y remitir billeteo tanto para agencias IATA como no IATA.



Servicios exclusivos AVASA:

Un servicio exclusivo que Avasa ofrece a sus agencias y que éstas valoran de forma muy positiva es la ATENCIÓN 24 HORAS.

Con 2 operativas diferentes:

1. Para sus agencias corporate, donde el cliente final puede llamar al servicio 24h con atención como si fuese la propia agencia.

2. La agencia asociada, llama al servicio 24 horas para que le solvante, en el mismo momento, la incidencia de su cliente.

Este servicio cubre aéreo, tren, barco, hotel y rent-a-car.



¡Mucho más que un grupo de gestión de agencias de viajes!



☎ 93 655 65 55
expansion@avasa.com
www.grupoavasa.com

Nueva página compatible de los hoteles de Lopesan



La nueva versión de la web de Lopesan mejora su diseño y estructura y facilita su utilización desde cualquier tipo de terminal, manteniendo el mismo nivel de información y de gestión de reservas, que ahora está disponible para las agencias.

La nueva versión de la web de Lopesan mejora su diseño y estructura y facilita su utilización desde cualquier tipo de terminal, manteniendo el mismo nivel de información y de gestión de reservas, que ahora está disponible para las agencias.

Gestión desde agencias en la página web de Arik Air



Arik Air vuelve a modificar el diseño y la estructura de su página que mantiene la información de sus vuelos en Nigeria y países de su entorno y la gestión de reservas, ahora compatible, a la que ha añadido un área dedicada las agencias de viajes.

Arik Air vuelve a modificar el diseño y la estructura de su página que mantiene la información de sus vuelos en Nigeria y países de su entorno y la gestión de reservas, ahora compatible, a la que ha añadido un área dedicada las agencias de viajes.

Alojamientos rurales y más servicios en EspacioRural



El portal EspacioRural.com es una central de reservas que ofrece una información adecuada de alojamientos y otros servicios de Turismo Rural y la gestión de sus reservas que puede ser, dependiendo del proveedor, *online* o mediante un formulario.

El portal EspacioRural.com es una central de reservas que ofrece una información adecuada de alojamientos y otros servicios de Turismo Rural y la gestión de sus reservas que puede ser, dependiendo del proveedor, *online* o mediante un formulario.

La página del Palacio de Santander cambia diseño



El Palacio de Exposiciones y Congresos de Santander ha modificado el diseño de sus pantallas pero sigue ofreciendo una información muy general de sus espacios, servicios y eventos programados. La página solo presenta un formulario de consulta.

El Palacio de Exposiciones y Congresos de Santander ha modificado el diseño de sus pantallas pero sigue ofreciendo una información muy general de sus espacios, servicios y eventos programados. La página solo presenta un formulario de consulta.

El consolidador de Dit Gestión se refuerza con Galileo

Haiku Vuela, consolidador aéreo lanzado por Dit Gestión a principios de año y presentado en Fitur, refuerza su operativa con la incorporación de la oferta de Galileo (Travelport), que se suma a la de Amadeus. La capacidad de simultanear los dos sistemas proporciona a los más de 650 puntos de venta del Grupo comercial "mejores condiciones y tarifas en billetes de avión", destaca la empresa.

Además, Dit Gestión ha instalado la herramienta Epower, capaz de poder emitir reservas para sus agencias las 24 horas del día y los 365 días del año, con el fin de garantizar una cobertura total de la plataforma Galileo. El consolidador aéreo, puesto en marcha tras la reciente obtención de la licencia de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), proporciona a los agentes capacidad de autoemisión de billetes con todas las compañías aéreas, dándoles la opción de acceder a tres tarifas diferentes (turoperación, étnicas y negociadas).

Los fraudes 'online' en Turismo caen de forma notable tras varios años de fuertes subidas

Los billetes de avión y las reservas de alojamiento representan el 85% de todos los casos

El fraude *online* sigue siendo una de las grandes preocupaciones de los clientes, que son víctimas cada año de miles de engaños. No obstante, los últi-

mos datos dados a conocer por la Asociación de Agencias de Viajes de Reino Unido (ABTA), recabados en colaboración con la policía de Londres,

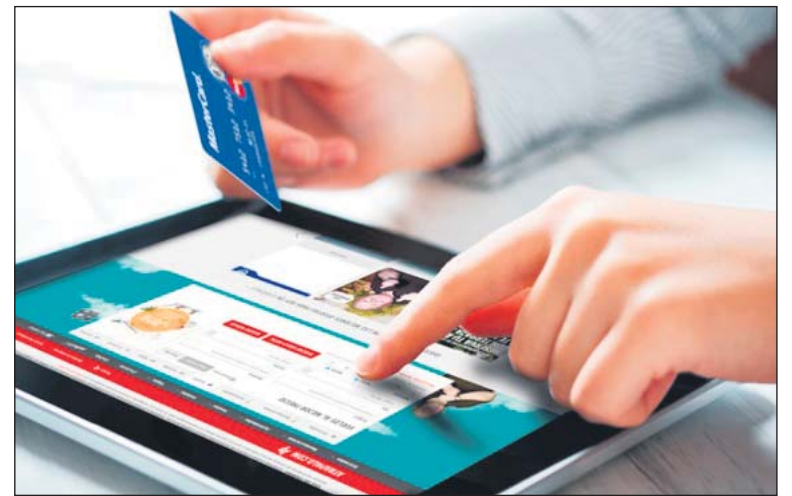
ponen de manifiesto un cambio de tendencia. Y es que por primera vez en los últimos años, el número de estafas muestra una evolución a la baja.

El número de denuncias presentadas por fraude *online* a lo largo de 2017 en Reino Unido es de 4.700, lo que supone un fuerte retroceso del 19,3% en comparación con las 5.826 interpuestas en 2016, según los datos facilitados por ABTA. También baja un 14,4% el volumen perdido por los viajeros, que se sitúa en 7,7 millones de euros, frente a los 8,3 millones alcanzados en 2016. Mientras tanto, el importe medio por cliente que ha sufrido un fraude en la Red es de 1.724 euros, cantidad significativamente más alta que un año antes, cuando fue de 1.379 euros. A pesar de esta clara reducción de las prácticas ilícitas en la distribución turística *online*, las autoridades de Reino Unido, en colaboración con ABTA, siguen volcadas en su detección y persecución.

El mayor número de casos denunciados están relacionados con la

compra de billetes de avión (47% del total) y la reserva de alojamiento (38%), siendo las fechas más problemáticas la temporada de verano y el mes de diciembre. La Asociación explica que eligen esta época porque saben que "la demanda será alta y la disponibilidad baja, por lo que los viajes de buena relación calidad-precio son más difíciles de encontrar". En función de los destinos, llama la atención que los africanos acaparan más de la mitad de los fraudes en la Red, con un porcentaje del 54%. Les siguen los asiáticos con un peso del 24%. Esto sugiere que los estafadores podrían estar aprovechando la falta de conocimiento de los viajeros británicos.

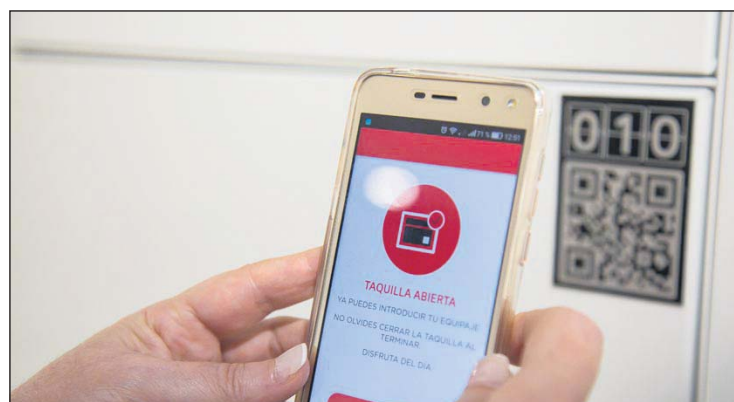
El presidente ejecutivo de ABTA, Mark Tanzer, explica que "son muchos clientes devastados los que se ponen en contacto con nosotros para pedir consejo una vez que des-



El volumen perdido asciende a 7,7 millones de euros en 2017.

cubren que sus vacaciones no existen". "El costo para ellos no es solo financiero, ya que también causa desilusión y angustia emocional",

prosigue, animando a todos los viajeros a ser prudentes a la hora de contratar y, en caso de ser víctimas de fraude, a denunciarlo.



El uso de la taquilla inteligente.

Nace Travel Lockers, consignas para los turistas en Madrid

El turista urbano de Madrid cuenta desde este mes de abril con una solución que mejorará su movilidad por la ciudad. Se trata de Travel Lockers, una *start-up* española de taquillas inteligentes que facilita al turista un espacio donde guardar sus pertenencias mientras recorre la ciudad o asiste a su reunión de negocios.

Su primer establecimiento ha abierto en el centro de Madrid (ca-

lle Vergara, 10) y próximamente hará lo mismo en Barcelona y Málaga. La iniciativa, liderada por Alberto Recover de Frutos y Sonia García Ramos, consultores en el sector tecnológico, facilita a los turistas una página web y una aplicación móvil para gestionar las reservas en tiempo real. Dispone también del servicio Mayordomo, taquillas de Amazon y máquinas expendedoras.

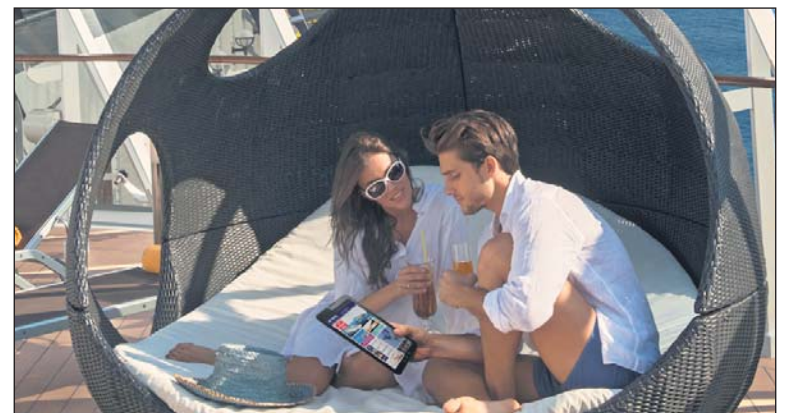
MSC Cruceros introducirá la asistencia por voz en sus cruceros a partir de 2019

El nuevo sistema ofrecerá información personalizada a los cruceristas

MSC Cruceros ha presentado una novedad en la asistencia personal de sus cruceros. Este servicio se estrenará en MSC Bellissima, que actualmente se encuentra en construcción en el astillero STX France en Saint-Nazaire (Francia), que será bautizado el 2 de marzo de 2019. Se trata de una nueva característica de MSC for Me, el programa de innovación digital de la naviera desarrollado junto a Harman International, filial de Samsung.

El asistente personal virtual es una herramienta de conversación activada por voz que utiliza la inteligencia artificial (IA) para comunicarse, aprender y predecir las necesidades de los pasajeros. Además, ofrecerá a los cruceristas información personalizada para ayudarles a simplificar y mejorar sus vacaciones.

"Se trata de un ejemplo más de cómo innovamos continuamente para atender mejor las necesidades de nues-



Los pasajeros se podrán comunicar con este servicio vía voz.

tros pasajeros, no solo pensando en los cruceros actuales sino también dando forma a las vacaciones en crucero del futuro", ha explicado el director ejecutivo de MSC, Gianni Onorato. El directivo también ha desglosado los mecanismos de funcionamiento de

este sistema: "Utilizamos tecnología de vanguardia de una forma exclusiva e integral, aplicándola en todas las etapas del desarrollo de nuestros nuevos barcos, desde su concepción y diseño hasta la experiencia final que ofrecemos a los pasajeros".

MOSTRADOR



Grand Palladium Vallarta Resort & Spa en Riviera Nayarit.

Palladium amplía su oferta familiar con 'Family Selection'

Palladium Hotel Group ha anunciado la inauguración del programa 'Family Selection'. El primero de sus establecimientos que contará con esta oferta especializada será el renovado Grand Palladium Vallarta Resort & Spa en Riviera Nayarit (México), desde el 1 de junio. A partir de noviembre, el Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa (Cancún) también ofrecerá este programa.

Gracias a este nuevo club, las familias dispondrán desde su llegada de un servicio personalizado, con un *check-in* 24 horas en

un *lobby* privado. Además, estos huéspedes tendrán acceso exclusivo a un restaurante y bar privado, nuevas unidades de entretenimiento, piscina separada con servicio de camarero y un área reservada en la playa. Los niños, por su parte, podrán disfrutar de *amenities* especiales que incluyen mini albornoces y zapatillas, un baño de burbujas con juguetes acuáticos, servicio de entrega de leche y galletas antes de acostarse, mini-bar personalizado y videojuegos bajo demanda.

✉ www.palladiumhotelgroup.com

Catai suma seis nuevos catálogos a su temporada de 2018/2019

Publica cinco folletos de viajes de larga distancia, y uno sobre las auto-rutas

Los seis nuevos catálogos de Catai ofrecen propuestas por todos los continentes y con especial atención a destinos con creciente interés, como Oriente Medio.

Además, la mayorista ofrece un programa especial para quienes deseen realizar su viaje en coche y con mayor libertad, bajo el nombre de auto-rutas.

Catai ha añadido seis nuevos catálogos más, además del general, a su programación de viajes para 2018/2019. Se trata de destinos de larga distancia que se suman a los presentados hace un mes y los agentes tienen a disposición en la web del turoperador, donde es posible realizar un presupuesto *online*.

El catálogo general muestra en más de 200 páginas una extensa programación de viajes a los cinco continentes. En el de América Latina destacan los viajes a México y Chile con vuelos directos e itinerarios que combinan países cercanos para optimizar al máximo el viaje. Además, Catai tiene una programación específica para Cuba, en la que ofrece una nueva visión con itinerarios inéditos y servicios exclusivos con todo tipo de viajes.

Por su parte, el catálogo del Pacífico recoge las propuestas a Australia, Nueva Zelanda y Polinesia,



Uno de los catálogos es sobre el destino Cuba.

y además se incluyen las vueltas al mundo, un tipo de viaje donde esta mayorista es experta. La mayorista también presta especial atención a Emiratos Árabe, Turquía, Oriente Medio y Asia Central, una de las regiones con mayor interés cultural en el mundo con destinos de creciente interés.

Por último, Catai ofrece un programa especial para quienes deseen realizar su viaje en coche y con mayor libertad. Las auto-rutas presentan una completa selección de itinerarios por destinos de Europa, Estados Unidos, Canadá, Costa Rica, Australia y Nueva Zelanda.

✉ www.catai.es

Tres nuevas rutas de largo radio de Iberia cuentan con una nueva familia de tarifas

La modalidad Básica incluye una pieza de equipaje de cabina y un artículo como equipaje de mano

Ya está disponible la tarifa Básica en las conexiones entre Madrid y Boston o Chicago de Iberia, así como el vuelo que opera en código

compartido con American Airlines desde la capital española y Dallas. Esta modalidad incluye el mismo servicio en vuelo que la clase 'turista', comida, entretenimiento a bordo, auriculares y manta. Además permite llevar una pieza de equipaje en cabina y un equipaje de mano.

Ya está disponible la nueva familia de tarifas de Iberia para sus rutas entre Europa y Norteamérica. Los pasajeros que viajen con la modalidad Básica podrán personalizar el viaje y pagar solo por los servicios que vayan a utilizar.

Esta tarifa la pueden contratar los viajeros en las conexiones entre Madrid y Boston o Chicago, al igual que en las rutas Madrid-Dallas, que la aerolínea ofrece en código compartido con American Airlines. Los clientes de Iberia tendrán el mismo servicio en vuelo que el resto de viajeros en clase 'turista', incluyendo comida, entretenimiento a bordo, auriculares y mantas. Además, el importe permite llevar una pieza de equipaje de cabina y un artículo personal como equipaje de mano.

La modalidad 'Básica' no incluye ni equipaje facturado ni selección de asiento, aunque permite

añadir estos servicios a la hora de contratar el viaje. Sin embargo, la compañía aérea recuerda que cuenta con la tarifa Óptima, más adecuadas en el caso de que los pasajeros busquen facturar equipaje y elegir el sitio en el avión. Además, las modalidades pueden combinarse de tal manera que a la ida el pasajero viaje bajo la tarifa Básica y a la vuelta, por necesitar facturar una nueva pieza de equipaje, vuelen en Óptima.

Como ejemplo, el vuelo de Iberia Madrid-Boston cuesta 470 euros con la tarifa Básica pero para facturar una pieza de equipaje por trayecto cuesta 45 o 50 euros adicionales, dependiendo de si es *online* o en el aeropuerto, y se deben pagar otros 15 euros adicionales para elegir asiento. El mismo vuelo bajo la modalidad Óptima tiene un precio de 550 euros pero incluye ambos servicios.



El vuelo Madrid-Boston con tarifa Básica tiene un coste de 470 euros.

Por su parte, los titulares de las tarjetas Iberia Plus Infinita Prime, Infinita, Platino y Oro e Iberia Singular disfrutarán de los servicios de la tarifa Óptima cuando compren un billete de la modalidad Básica. También disfrutarán de esta ventaja quienes tengan estatus Esmeralda y Zafiro de otros programas de fidelización de las compañías aéreas oneworld.

Además de Iberia, otras líneas aéreas que han suscrito junto a ella el Acuerdo de Negocio Conjunto en rutas del Atlántico Norte (JBA), han lanzado este tipo de tarifa. En el caso de British Airways y American Airlines también se denomina Básica, mientras que en el caso de Finnair se ofrece bajo el nombre de tarifa Light.

✉ www.iberia.com

Costa aumenta su oferta de 'todo incluido' con excursiones

Costa Cruceros lanza su nueva oferta de 'todo incluido', con más servicios que el actual, en el que destaca una excursión en cada uno de los destinos en los que el barco realice una parada. Este servicio ofrecía hasta la fecha comidas y bebidas durante toda la estancia de los cruceristas. A partir de ahora, el nuevo 'todo incluido' de la naviera también añade, además de una excursión por puerto, las tasas de embarque, atención *premium*, desayuno en el camarote gratis, niños gratis y un 10% de descuento adicional en el precio del siguiente crucero de la compañía que realicen los pasajeros.

Además, los cruceristas podrán disfrutar durante el viaje, como hasta el momento, de todos los espectáculos que se realizan, entre los que se incluyen audiciones, *coaching* y participación en la final semanal de la versión a bordo del formato televisivo 'The Voice'. Esta modalidad ya está implementada en los cruceros por el Mediterráneo (Occidental e Islas Griegas).

✉ www.costacruceros.es



Comenzamos por citar **Canadá**, destino al que dedicamos un monográfico, sirva su portada como referencia. Simplemente nos permitimos recordar que siguiendo nuestro criterio de vuelos directos, la programación está basada en amplios cupos aéreos con Air Canadá, tanto para la costa Este como la Oeste. Así como numerosos camarotes contratados con Holland A. L. de su Crucero Alaska llamado "Inside Passage", ruta única, embarcando en Vancouver.

De **Estados Unidos** abarcamos todos los Estados turísticamente importante y ofrecemos variados itinerarios, muchos de ellos son buenos Tours Regulares en español. La única novedad reseñable es haber adaptado el Tour Un Paseo por el Oeste entrando por Los Ángeles y regresando desde San Francisco, 13d/11n desde 2.610 €; aprovechando la ruta de Iberia recién estrenada; así evitamos ciudades USA intermedias y el engorro consiguiente de controles emigratorios, aduaneros y de seguridad tan odiosos en USA.

En **México** como destino en el que fuimos hace 36 años precursores montando interesantes circuitos que cubrían toda la República, actualmente utilizamos contratados Tours Regulares con buen servicio; una gran variedad de Rutas Mayas algunas combinadas con Guatemala. Recordamos nuestra recomendación que excepto en zonas costeras caribeñas, México sigue siendo un excelente destino de Otoño/Invierno. Así evitamos en verano el frío y lluvia de su capital. Centroamérica países bellos, verdes, volcanes, lagos... Nuestra recomendación para doctorarse en la cultura Maya es que hay que visitar también Copan que se encuentra en Honduras. Por eso recomendamos el Triángulo Centroamericano (Págs. 62 y 63).

Costa Rica es un buen destino donde todavía escasean los vuelos directos. Nuestra variada operativa de rutas más exitosa son los circuitos operados con furgonetas, chófer/guía, itinerantes, milagrosamente bien coordinadas que permiten multiplicar los puntos más demandados y sus verdes Parques Nacionales. Pero ténganse en cuenta que las carreteras tienen sus deficiencias lógicas en un país montañoso, algunas deterioradas por pesados camiones de carga que evitan pagar el alto "peaje" del Canal de Panamá para cruzar mercancía del Pacífico al Caribe o viceversa.

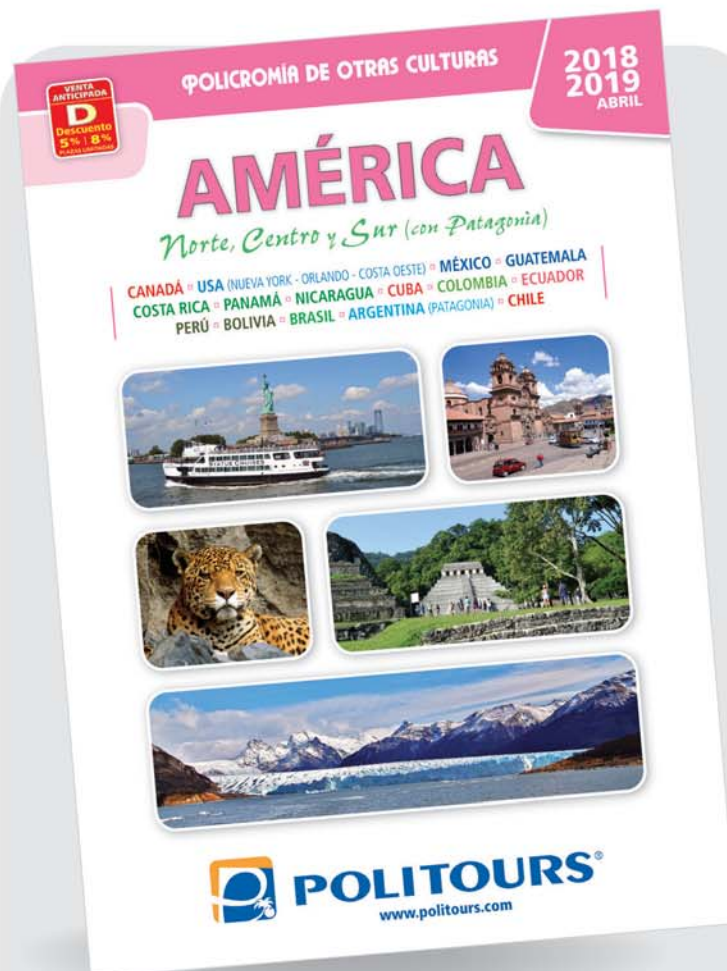
Cuba, como lo señalado en Canadá, existe un completo catálogo monográfico a su disposición; solo una advertencia mentalizar a los viajeros de las todavía deficiencias de todo tipo en el ámbito del turismo, para evitar reclamaciones. Así mismo si vuelan con Cubana de Aviación único enlace directo a Santiago de Cuba, ideal para recorrer esta alargada isla, conviene advertir de continuos retrasos de ese vuelo; Politours sigue con oficinas propias abiertas que palian los problemas y ayudan mucho en destino.

Colombia No entendemos como sólo Cartagena y el eje Cafetero son objeto del deseo viajero de nuestros compatriotas, ya que ese

Presenta:

América

Norte, Centro y Sur, con Patagonia



Generalidades

- 1 Hablamos de destinos todos pensados y diseñados con mucho cariño y profesionalidad para viajeros exigentes, que no turistas, que no quieren se les transporte como maletas anónimas, quieren conocer el país/destino y su cultura.
- 2 En palabras de su Presidente CEO, que firma este pequeño artículo, Politours como Mayorista nunca ha sido bueno en aspectos comerciales, como otros que saben empaquetar, nunca mejor dicho, sus viajes envueltos de forma glamurosa en papel de plata y con un lazo rosa o con una maleta espacial, pero humildemente garantiza en destino unos muy dignos servicios en los que superamos a la competencia. Siempre repite que los recursos son limitados, y prefiere dejar contentos a los viajeros que le
- 3 No nos cansaremos de decir y repetir que hay que aconsejar, insistir a los buenos viajeros, que hagan sus reservas con meses de antelación: ahora todo son ventajas: descuento por Venta Anticipada, gastos de cancelación evitables...
- 4 Considerase este folleto como un buen Manual de ventas, con los mejores mapas del mercado y las más completas informaciones, tanto para el viajero como para el Agente. Hoy día los viajeros en muchos casos saben más y están mejor informados que los Agentes de Viaje: hay que evitarlo...

país lo tiene todo; aunque ha dejado de ser barato. Politours recomienda el programa Tesoros Escondidos Pág. 111, que se puede completar con su Caribe (de Barú a Santa Marta) y el río Amazonas con Leticia.

Ecuador Un país simpático con probablemente la cordillera andina más bella, coronada de enormes volcanes. La versión de recorrerla en tren (Págs. 114 y 115) es una delicia, aunque se duerma en confortables fondas. Es igualmente un país turísticamente muy completo ya que tiene una zona amazónica virgen gran interés ecológico, así como buenas playas al Norte. Un dato interesante su red viaria de carreteras es la más moderna de todos los países de la vertiente andina. Mención aparte son las Islas Galápagos cada día más cerca y asequibles.

Perú es el gran imperio inca y sus misteriosas construcciones incas y pre-incas. Una cultura muy avanzada y eficiente en su época que a través de sus senderos (algunos religiosos) cubría una enorme red de comunicaciones de 1.000 Kms. Gente entrañable y servicial que contribuyen a hacer de este destino un recuerdo imborrable para sus visitantes. Nuestro receptivo familiar es de lo más profesional de todo América y al acabar el tour les obsequian con un curso de cocina peruana (referente mundial), como elaborar un pisco sauer, etc., además les entregan recuerdos y regalitos, también un video de su experiencia vivida, que discretamente han filmado. Una recomendación: subir al alto del Cañon del Colca no es lo más indicado "para mayores" ya que la subida es muy costosa (aunque dispongan de equipos de oxígeno) y ver "el cóndor que pasa" no es fácil porque son escasos y las nubes lo impiden.

Bolivia es para viajeros avezados que les gusta cierta aventura.

Argentina los precios caros han sido últimamente moderados por la eliminación del IVA de los hoteles. Sigue siendo un gran destino, especialmente ahora que ya no se depende tanto del monopolio de la Cía. aérea doméstica Austral. La Patagonia sorprende por su enorme extensión pero la poca vegetación (excepto en Bariloche) y los vientos, defraudan un poco. Puesto a viajar recomendamos Las Dos Patagonias Australes (Págs. 150 y 151). Hemos incorporado un Crucero del Cono Sur (Págs. 156 y 157) para gente mayor que quiere comodidad, es una formula buena y más económica; la ausencia del Perito Moreno se subsana con los fiordos y glaciares costeros chilenos.

Chile Las brutales distancias aéreas para recorrer sus 3000 Kms de Norte a sur suponen altas tarifas aéreas. Nuestra doble recomendación sigue siendo la arriba expresada para la Patagonia Argentina, y llegando a Puerto Montt no se olvide de saltar a la próxima isla de Chiloe que aparte de ser "Unesco Site", puede rememorar las hazañas científicas de nuestra Armada, cuando España era la dueña del Pacífico - Lago Español - Siglos XVII y XVIII.

■ BREVES

Saudia inaugurará nuevas rutas desde Málaga

Dos nuevas rutas unirán el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol con las ciudades de Riyadh y Jeddah, en Arabia Sudí. Un Boeing 787 Dreamliner de Saudia Airlines conectará Jeddah con la ciudad española los lunes y jueves del 11 de junio al 10 de septiembre, mientras que con la capital saudí lo hará miércoles y sábados del 9 de junio a 8 de septiembre.

Pullmantur estrena dos nuevos espectáculos

Pullmantur Cruceros aumenta su propuesta de entretenimiento a bordo con el estreno esta temporada de dos nuevos espectáculos: 'Movida en los 80' y 'Launi'e'. El primero de ellos ya forma parte de la programación de los buques Monarch y Horizon, mientras que la segunda se estrenará el 15 de julio en el Zenith, y se irá incorporando a otros barcos.

Air Malta opera una nueva ruta Málaga-La Valeta

Con la temporada de verano ya iniciada, Air Malta ha comenzado a operar su vuelo con dos frecuencias semanales entre Malta y Málaga, los lunes y viernes. Además, la aerolínea espera mantener este itinerario en el invierno de 2018/2019, y la compañía espera que también sirva para conectar a los turistas de Gibraltar con Malta.

Silversea ofrece wifi gratuito a todos los pasajeros

Desde ahora, todos los cruceristas de Silversea dispondrán de una hora diaria de wifi gratuito durante toda su estancia en cualquiera de los buques de la naviera. Los huéspedes de las *suites* estándar contarán con acceso a Internet ilimitado, y quienes se alojen en suites más grandes disfrutarán de Internet de alta velocidad para dos dispositivos.

Emirates presenta nuevos asientos en clase 'business'

La compañía Emirates ha presentado una nueva cabina para Business Class y, por primera vez, con una configuración 2-2-2 para sus Boeing 777-200LR con asientos más amplios. La aerolínea ha invertido más de 121 millones de euros en la renovación de diez de estos aviones.

Finnair conectará Helsinki y Japón con 38 vuelos semanales, alcanzando cifras récord

La compañía aérea tiene también excelentes conexiones con España

Helsinki y los aeropuertos de Tokio, Osaka, Nagoya y Fukuoka cuentan con más conexiones que nunca gracias al aumento de frecuencias semanales de

Finnair. A esto, se suma el incremento de conexiones de la compañía con varias ciudades españolas desde junio, incluyendo 18 a Barcelona y diez a Madrid.

En la actual temporada de verano, Finnair ha llegado a su récord de conexiones entre Europa y Japón. La compañía aérea vuela diariamente al país nipón desde Helsinki durante todo el año. Desde marzo ha aumentado esas frecuencias, llegando a las 38 conexiones semanales desde la capital finlandesa hacia varios aeropuertos japoneses: los de Tokio, Osaka, Nagoya y Fukuoka.



Finnair opera los vuelos a Japón con un Airbus A350.

Diferentes conexiones

La ruta Helsinki-Tokio Narita cuenta con tres conexiones que Finnair opera con Japan Airlines dentro de la alianza SJB, a la que también pertenecen Iberia y British Airways. Además, entre el 28 de octubre y el 5 de diciembre de 2018, el número de vuelos conjunto Japan Airlines será de 16 frecuencias semanales a Japón vía Helsinki. A Osaka y Nagoya. Por último, la aerolínea finesa también

volará diariamente, y a Fukuoka tres veces por semana.

De estos vuelos también se puede beneficiar el mercado español, ya que cuenta con una excelente conexión con el *hub* de Finnair en Helsinki. La compañía aérea ya tiene vuelos diarios con España, y a partir de junio alcanzará el mayor número de rutas en su historia. A partir de junio, Finnair operará hasta 18 vuelos por semana desde Barcelona, diez desde Madrid, seis desde Málaga,

cuatro desde Alicante, dos desde Palma de Mallorca y otro vuelo semanal desde Ibiza.

Los vuelos entre Europa y Japón se realizan con los nuevos Airbus A350 de la aerolínea, con los que aumenta la capacidad entre ambos continentes. La estrategia asiática de Finnair contempla un aumento de la demanda de los viajes a Japón, sumado a un incremento de las plazas que oferta a España en verano.

✉ www.finnair.com

CroisiEurope incorpora un crucero en Peniche de París al pequeño Sena

Una opción para disfrutar de un crucero de gran valor cultural con total privacidad

CroisiEurope enriquece su oferta con un novedoso crucero a bordo de un Peniche, el MS Raymonde, ofreciendo la posibilidad de disfrutar del patrimonio cultural de París y los impresionantes paisajes en su itinerario con destino al pequeño Sena. Éste comienza con un romántico crucero nocturno por París y con un recorrido por la ciudad al día siguiente.

A continuación navega hasta Evry, donde se realizará una escala nocturna antes de continuar a Melun para la visita del Castillo de Fontainebleau y de sus magníficos jardines, seguida de un recorrido por la ciudad construida alrededor del castillo. Además incluye una visita en autobús a Troyesna de las ciudades medievales más bellas de Francia, con su casco histórico y sus hermosas casas de entramado de madera del siglo XVI, y la famosa ruta de Champagne con increíbles paisajes donde se mezclan viñedos, bosques y pueblos con gran encanto. El recorrido termina con una visita a una bodega y una degustación de Champagne antes de regresar al barco. Al día siguiente visita del magnífico Palacio de Vaux-le-Vicomte, y tras una tarde de navegación en dirección a París y una escala nocturna en el muelle de Orsay, el Raymonde navegará por



El Peniche MS Raymonde cuenta con 11 camarotes dobles.

el canal Saint-Martin para poder pasear por los barrios más emblemáticos de París. Por la tarde, salida para una visita guiada de Saint-Germain-des-Prés antes de regresar a bordo para la noche de gala.

El Peniche MS Raymonde cuenta con 11 camarotes dobles y un amplio salón, restaurante, terraza y jacuzzi. Además, dispone de bicicletas a bordo para sus clientes, que disfrutarán de una atención al detalle por parte de los seis miembros de la tripulación. CroisiEurope, que durante el pa-

sado año alcanzó la cifra de más de 220.000 de pasajeros, ofrece salidas durante el mes de octubre 2018 en sus cruceros de siete días de duración, que incluyen en su precio las tasas portuarias, alojamiento y pensión completa en la que se podrá degustar su refinada cocina francesa. Asimismo, ofrece wifi gratuito a bordo y bebidas incluidas, además de un paquete de excursiones que incluyen enriquecedores recorridos por París o Champagne, entre otros.

✉ informacion@croisiEurope.com

■ CLUB NEXOTUR

Promociones exclusivas para agentes del grupo Oca Hoteles

Oca Hoteles ofrece a los agentes de viajes miembros del Club NEXOTUR condiciones especiales en sus diferentes establecimientos. La promoción, sujeta a disponibilidad en el momento de efectuar la reserva, incluye alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Puede conocer los descuentos contactando con cualquiera de los hoteles del grupo o accediendo a la página web www.oca-hotels.com.

Club NEXOTUR
Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 23**

■ FAM TRIP

La ciudad ha mostrado sus recursos a profesionales de Kirker Holiday.

Agentes británicos visitan Málaga

Málaga ha recibido a varios agentes de viajes de Kirker Holiday, uno de los principales turoperadores de Reino Unido. Esta iniciativa forma parte de un acuerdo firmado por el Ayuntamiento de la ciudad y la empresa en el marco de la World Travel Market (WTM) de Londres. El objetivo es que los profesionales conozcan algunos de los principales recursos turísticos y culturales para potenciar Málaga como destino.

CLUB NEXOTUR



El **Club NEXOTUR** es un Servicio para Suscriptores del Periódico NEXOTUR reservado en exclusiva para Agentes de Viajes en activo. El Club expide un Carnet de Miembro, que reciben los suscriptores, y que permite beneficiarse de los Acuerdos de Colaboración suscritos con un selecto grupo de Proveedores, accediendo a ofertas especiales para agentes, con grandes descuentos en condiciones excepcionales.

☎ 91 369 41 00
 📠 91 369 18 39

Lope de Vega, 13
 28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
GUAMA					
	Descuento del 20% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para I programación de los folletos de Cuba América	Abierto	Ventas Madrid	☎ 917823787 📠 915641622
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
OCTOPUSTRAVEL	15% de descuento para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 📠 91 531 34 90
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ACCOR HOTELES	Hasta 30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Más de 1.600 hoteles en todo el mundo, marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio...	Abierto	web Accor	www.agenciasacohotel.com
HUSA HOTELES	45% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 📠 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 📠 956 65 49 01
OCA HOTELS	Consultar condiciones especiales en cda uno de los hoteles de la cadena.	Alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad en el momento de efectuar la reserva.	30-12-2014	En cada hotel	Teléfono en cada hotel www.ocabotels.com
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 📠 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de de 300 hoteles de todo el mundo en cinco y cuatro estrellas.	Valido excepto durante periodos altos de ocupación y con limitación de habitaciones a tarifa agente/día. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2014	Departamento Reservas	☎ 900994954 Cod.NTA1 www.worldhotels.com/beconnected
COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HERTZ	Descuentos 15% fin de semana, 10% resto semana (España), 5% Internacional, 22% furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es
EUROPCAR	Hasta un 15% en alquiler de coche en oficinas en España. Hasta un 20 % en furgonetas en España. Hasta un 5% en el resto de oficinas en el mundo.	Descuentos no aplicable para vehículos especiales. Sujeto a disponibilidad de flota. Resto de condiciones según Normativa General de Europcar.	31-12-2014	Para realizar reservas	☎ 902 50 30 10 www.europcar.es
HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO	Oferta disponible sólo para agentes de viajes.	Precio por noche en habitación doble 35 euros (más IVA). Régimen alojamiento y desayuno. Tarifa disponible todo el año.	31-12-2014	Web Beatriz Hoteles	www.beatrizhoteles.com 'Acceso a Profesionales'
HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID	50% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Dirección del Hotel	☎ 964 44 34 76 📠 964 44 34 61
HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL	Oferta disponible para agentes de viajes, siempre según disponibilidad. Cupo máximo 2 hab./día.	Hab. Dui (Alojamiento, Desayuno y plaza de parking), 40 euros. Hab. Doble (alojamiento y plaza de parking), 40 euros.	31-03-2015	Pedro Bellón	☎ 926 22 85 45 www.santacecilia.com
SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
EREUROPEASEGUROSDEVIAJE	85% de descuento sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de Viaje Póliza Especial Agentes. Mod. Individual: 82,04 euros. Mod. Familiar. 150,24 euros.	28-02-2015	Nuria Ramos	☎ 91 344 17 37 📠 91 457 93 02
INTERMUNDIAL SEGUROS	30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Un seguro incapacidad laboral temporal, para que tus ingresos no se reduzcan en caso de baja laboral.	1-07-2011	Rafael Palacios Dpto. Profesionales	☎ 902909737 Ext.415 rpalacios@intermundial.es

NEXOTUR

GRUPO
Nexo

NEXO

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

NEXOTUR®

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES
NÚMERO 1.000 | Año XXII | Edición Especial NEXOTUR | Precio: 15 euros

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

EDICIÓN

1000

ESPECIAL



1.200 noticias
300 opiniones
700 imágenes
más de 20 años
en 150 páginas

**HISTORIA
DEL TURISMO
EMISOR EN ESPAÑA**

Casi un cuarto de siglo de actualidad de las agencias de viajes, que es la historia del Turismo Emisor español, contada trimestre a trimestre y en lenguaje periodístico.

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

Formalice su pedido al email:
Suscripciones@Nexotur.com
o al teléfono: 91 369 41 00

HOTELERÍA

CEHAT defiende la legalidad y eficacia del actual convenio colectivo de hostelería

Rechaza cualquier abuso contra el colectivo de camareras de piso o cualquier otro grupo

CEHAT reafirma su compromiso con todos los trabajadores que forman parte de la gestión diaria de un establecimiento, defendiendo la legalidad

idad y eficacia del convenio colectivo de hostelería. Ha querido hacer públicas estas consideraciones tras la reunión del presidente del Gobierno,

Mariano Rajoy, con el colectivo de 'Las Kellys'. El colectivo laboral de las camareras de piso supone un 25% de la plantilla de un establecimiento.

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) ha querido hacer públicas una serie de consideraciones tras la reunión del presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, con el colectivo de 'Las Kellys'. De esta forma hace firme su compromiso con todos los trabajadores que forman parte de la gestión diaria de un establecimiento, defendiendo la legalidad y eficacia del convenio colectivo de hostelería.

Estas consideraciones comienzan con el reconocimiento del colectivo laboral de las camareras de piso como una función profesional reconocida en los convenios colectivos al mismo nivel que el de un camarero de comedor o bar, entre otros; suponiendo este un 25% de la plantilla de un establecimiento. El V Acuerdo Laboral de Ámbito Estatal para el Sector de la Hostelería (ALEH V) reconoce estos puestos como función profesional cualificada;

suscrito por UGT y CC OO, CEHAT y la Federación Española de Hostelería (FEHR).

Función profesional reconocida

Forma parte de la gestión diaria y permanente en los establecimientos de alojamiento la prevención de riesgos laborales, directamente y a través de los comités de salud laboral, con participación de los representantes legales de los trabajadores, el mejorar los procedimientos y distribución de las cargas de trabajo, mejorando medios, impartiendo formación, etc; explican desde la asociación.

La externalización productiva está regulada en la mayoría de convenios colectivos, estando comprometidos con la igualdad en la remuneración entre el personal de pisos externo e interno. El sector hotelero ha sido una fuente de empleo para colectivos con problemas de inser-



ALEH V reconoce estos puestos como función profesional cualificada.

ción, como jóvenes en su primer empleo. No aceptan la existencia de precariedad del trabajo, pero sí una estacionalidad, ya que el 40% de los alojamientos cierra por más de cinco meses, expone CEHAT. Este es el sector que más facilidad otorga a la hora de coordinar una vida labo-

ral con la familiar o los estudios. Al mismo tiempo, las organizaciones empresariales trabajan junto con los poderes públicos para resolver las reivindicaciones actuales como a la ampliación de enfermedades profesionales o regular una jubilación anticipada.

Sercotel se alía con Choice Hotels para crecer en el mercado global

La cadena hotelera dedicada a la comercialización, gestión y explotación de establecimientos hoteleros, Sercotel Hotels, ha anunciado una alianza estratégica con Choice Hotels International, una de las compañías hoteleras más grandes del mundo.

Esta alianza incluye varias iniciativas de negocio enfocadas en combinar estratégicamente el conocimiento del mercado español, europeo y latinoamericano de Sercotel, con la experiencia en distribución y el alcance global de Choice. Además, esta relación permitirá a los propietarios de hoteles franquiciados de las marcas Choice contar con los servicios de gestión y comercialización hotelera proporcionados por Sercotel.

Al mismo tiempo, la alianza contempla que ciertos hoteles de Sercotel se integren en la red de distribución global de Choice, específicamente los canales directos, como ChoiceHotels.com y la app móvil Choice Hotels, así como su programa de fidelización Choice Privileges, que cuenta con más de 35 millones de miembros en los cinco continentes.

El Consejo de Administración de Sercotel ha destacado la relevancia de la alianza por el importante beneficio que conlleva, reforzando la pre-



El equipo de gestión es clave.

sencia comercial de la marca Sercotel en los mercados internacionales, clave para los destinos españoles.

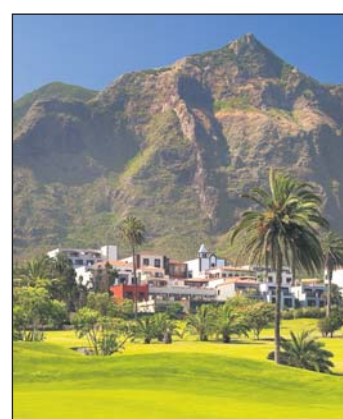
Además, el hecho de que Sercotel ahora pueda ofrecer su experiencia en servicios de gestión hotelera a los propietarios de hoteles franquiciados de un líder mundial como Choice Hotels, es un reconocimiento importante para la cadena española. Asimismo, según revela la propia compañía, "el equipo de gestión ha sido clave en la consolidación de un acuerdo liderado por el Grupo Corporativo Landon, en su condición de socio ejecutivo de la empresa".

Vincci Hoteles presenta su división 'corporate' y MICE

Vincci Hoteles ha presentado su nueva división People & Meeting especializada en viajes de negocios y MICE. Un área con la que espera ofrecer a sus clientes "una experiencia inolvidable" gracias a los numerosos y originales espacios en sus 38 hoteles de España, Portugal y Túnez, y a su equipo especializado y servicios y tecnología para eventos.

La cadena hotelera ha destacado, en primer lugar, "la personalidad propia" de sus establecimientos. Otro de los puntos que resalta Vincci es su gastronomía, con una cocina representativa de cada región. Asimismo, para el caso concreto de los eventos, ofrece desayunos y *coffee breaks* con productos caseros que van desde alimentos fríos a calientes.

Un punto importante de la nueva división es su equipo especializado en MICE, ofreciendo alternativas y facilidades para adaptar los espacios y servicios a las necesidades de evento. Los hoteles Vincci, además de su ubicación, destacan por su wifi gratuito, servicio de lavandería, *room service*, servicio de alquiler de todo tipo de audiovisuales y material técnico e, incluso, la posibilidad de contar con un *personal shopper*



Vincci Hoteles cuenta con 38 hoteles.

o *asisstant*. La cadena ofrece, asimismo, la posibilidad de contratar una habitación tan sólo unas horas.

Vincci Hoteles, consciente de la importancia de la tecnología en el mundo de los eventos, cuenta con una aplicación móvil que permite realizar multitud de gestiones desde cualquier lugar de una forma fácil a través del teléfono móvil o la tableta. La app cuenta con un módulo especial para el Sector MICE, que se ofrece a los organizadores de eventos, que genera un espacio virtual para cada evento en el que se recoge toda la información referente al mismo.

■ PRODUCTO

Nyx, de Leonardo Hotels inaugura nuevo hotel junto al Santiago Bernabéu

Leonardo Hotels acaba de estrenar en España su marca *lifestyle*, Nyx Hotels. El esperado nuevo proyecto de la cadena hotelera ve la luz en una ubicación privilegiada de la capital, en la zona financiera de Nuevos Ministerios-Paseo de la Castellana, a un paso del Estadio Santiago Bernabéu. El recién inaugurado hotel nace de la conversión del antiguo Gran Hotel Atlanta, que ha sido objeto de una reforma integral. Las obras han transformado el establecimiento de 180 habitaciones y seis plantas para adaptarlo a los atributos de la marca, con una inversión superior a los 10 millones de euros.

Booking.com alcanza un total de cinco millones de opciones de alojamientos

Booking.com ha anunciado un nuevo récord de cinco millones de opciones de alojamientos en su plataforma, correspondientes a casas, apartamentos y otros alojamientos únicos; habiendo crecido más rápido que otros establecimientos más tradicionales con un 27%. Según un estudio que realizó Booking.com en 2017 en el que participaron más de 57.000 personas de 30 mercados diferentes, el 30% de los viajeros señaló su deseo de alojarse en un apartamento o un aparthotel durante 2018, lo que demuestra que la demanda de alojamientos más allá de los hoteles continúa siendo fuerte.

ONCE ha ofrecido una habitación accesible en el salón Hostelco 2018

La Fundación ONCE ha participado con una habitación accesible en Hostelco 2018, salón internacional que se ha celebrado en Barcelona del 16 al 19 de abril. La habitación tenía un diseño convencional, formada por la zona del dormitorio y el cuarto de baño, disponiendo de balizas de localización inteligentes, llamadas *beepcons*. Este diseño se adapta a la demanda de personas con discapacidad que prefieren productos y servicios válidos para todos, sintiéndose así más integrados en la sociedad. Entre las características de esta habitación se encuentra la alfombra de pie de cama que emite un sonido y una luz cuando alguien la pisa o se cae. Se trata de un sistema luminoso de aviso de emergencia.

AEHM presenta un informe con las principales oportunidades del Sector

Se ha realizado durante un encuentro con la Conferencia Empresarial de Madrid (CEIM)

"Se está produciendo cierta ralentización en la demanda, por lo que es preciso poner en marcha una serie de medidas que eviten y combatan el re-

troceso del Sector", destaca la secretaria general de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Mar de Miguel. El informe 'Análisis es-

tratégico de los riesgos y escenarios del futuro del sector turístico y de hospedaje de la Comunidad de Madrid' identifica los retos y oportunidades.

Durante 2017, los hoteles madrileños han recibido cerca de 12 millones de turistas que supusieron 23,8 millones de pernoctaciones, cobrando especial relevancia el aumento del 28% en el caso de los viajeros internacionales. No obstante, el crecimiento interanual en 2016 y 2017 fue de alrededor del 3% y el 4%. "Estos porcentajes ponen de manifiesto que se está produciendo cierta ralentización en la demanda, por lo que es preciso poner en marcha una serie de medidas que eviten y combatan el retroceso del Sector", ha destacado la secretaria general de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Mar de Miguel, en la presentación del informe 'Análisis estratégico de los riesgos y escenarios del futuro del sector turístico y de hospedaje de la Comunidad de Madrid', elaborado junto con la consultora EY.

El documento identifica los retos y oportunidades que debe afrontar el sector para garantizar su competencia y sostenibilidad y nace con el objetivo de contribuir a la definición de un marco de actuación válido que permita el correcto desarrollo del Turismo de la región y de su modelo de gestión. Además, también estu-

dia los principales riesgos y escenarios que se podrían producir a corto y medio plazo e incluye una serie de propuestas de actuación.

Respuesta urgente

Además de la desaceleración, para la asociación, el aumento descontrolado de la oferta no reglada, la saturación del destino y los problemas de convivencia son aspectos que requieren de una respuesta urgente para continuar con el buen comportamiento registrado hasta la fecha. Los establecimientos sin regular están provocando problemas de convivencia con la población local poniendo en riesgo la sostenibilidad de la actividad turística en la región, además de suponer una clara situación de competencia desleal. Por este motivo, AEHM reclaman la puesta en marcha de una regulación sobre las viviendas de alquiler de uso turístico; así como el desarrollo de un marco fiscal, legal y financiero que favorezca al sector.

Otro de los riesgos que recoge este documento es la escasa diversificación de mercados emisores en comparación con otros destinos europeos. A pesar del aumento de estos turistas, AEHM



El presidente CEIM, Juan Pablo Lázaro; el presidente AEHM, Gabriel García Alonso; la secretaria general AEHM, Mar de Miguel; y el representante de la consultora EY, Luis Martín Izquierdo.

apuesta por potenciar y consolidar los mercados europeos focalizándose en el turista cosmopolita e impulsar la captación de mercados más alejados para lograr una mayor diversificación, teniendo en cuenta que estos visitantes aportan un gasto superior al resto de viajeros y contribuyen a reducir la estacionalidad. A pesar de que se ha avanzado mucho en este sentido, es preciso mejorar la conectividad aérea.

"El Sector ha conseguido con mucho esfuerzo recuperar los niveles de rentabilidad del periodo anterior a la

crisis económica, pero es previsible que las tasas de crecimiento actuales se ralenticen", ha lamentado la secretaria general de la AEHM. Para tratar de frenar esta posible realidad, es fundamental lograr un espacio turístico competitivo en el que se involucren las Administraciones Públicas. Para finalizar, Mar de Miguel ha señalado que otro de los grandes retos de las entidades responsables de la gestión turística de Madrid es el desarrollar alianzas con otros destinos nacionales e internacionales.

Los establecimientos hoteleros siguen siendo la sede más elegida en el Sector MICE en España

Los centros de convenciones se presentan como la segunda opción para los organizadores

Las salas de los hoteles siguen siendo la principal opción para la celebración de eventos MICE en España, según un análisis del buscador de espacios online VenuesPlace, que en 2017 gestionó un total de 11.000 eventos, el 40% de los cuales correspondió a eventos corporativos o MICE y el 60% restante a celebraciones sociales (fiestas, bodas y primeras comuniones).

Dentro del Sector MICE, el 40,2% de las reservas las concentraron los hoteles, muy por delante de la segunda opción, que fueron los centros de convenciones, con un 6,7%. En tercer lugar se han quedado las salas de reuniones con solo un 3,7%. Respecto a los eventos de empresa, los locales han sido la opción preferida (13%) por su originalidad y versatilidad frente a otras opciones como los hoteles y las salas de reuniones, segunda y tercera opción, respectivamente.

En este sentido, VenuesPlace destaca un cambio de tendencia. "Nuestros clientes reclaman lo diferente, algo que se salga de lo tradicional. La originalidad es un factor cada vez más valorado tanto por organizadores de eventos como por asistentes. Hace tiempo que en el sector se habla de eventos que aporten experiencias e,



Los hoteles son la principal elección para congresos y convenciones.

indudablemente, la localización juega un papel fundamental en este aspecto", afirma la directora de Marketing de la compañía, Blanca Orbe. "Edificios sorprendentes, reconvertidos en lugares para eventos, están, sin duda, marcando tendencia", concluye.

Por Comunidades autónomas, el buscador ha detectado que, en el caso de los eventos MICE, los usuarios de Madrid, Barcelona, Sevilla, Málaga y Vizcaya se han decantado principalmente por hoteles para celebrar congresos y convenciones. Para eventos de empresa, por su parte, los madrileños han preferido también los hote-

les; los barceloneses, malagueños y vizcaínos los locales y salas de reuniones; y los sevillanos, los espacios singulares.

Por otro lado, las fiestas (celebraciones privadas, cumpleaños, graduaciones...) han sido el evento social más reclamado, siendo "los lugares más demandados los locales (36,7%), seguidos por las salas de fiesta (8,7%)", según destaca Orbe. Terrazas (1,9%) y jardines (1,4%) son otros de los lugares más solicitados para acoger fiestas, aunque, al depender de las condiciones meteorológicas, se tratan de localizaciones más estacionales.

El empleo turístico de La Palma crece casi un 50% en cinco años

El número de empleados de establecimientos en la isla ha crecido un 49,5% según datos de la Seguridad Social del cuarto trimestre de 2017 con respecto al mismo periodo de 2013. Estos datos, recabados y publicados por el Instituto Canario de Estadística (Istac), sitúan en 1.048 los trabajadores de la hotelería (servicios de alojamiento) en esta isla.

Respecto a la hostelería, La Palma contaba en el cuarto trimestre de 2017 con un total de 3.219 afiliados a la Seguridad Social frente a los 2.457 del mismo periodo de 2013, es decir, un aumento del 31%, según datos del Istac. A día de hoy, La Palma cuenta con un total de 27 establecimientos hoteleros y 97 extrahoteleros abiertos. Mientras que estas cifras se han mantenido estables en este lustro, las plazas correspondientes sí han sufrido cierta variación: mientras que las extrahoteleras han caído 15,5% hasta un total de 3.426, las hoteleras han aumentado un 5,5% respecto a 2013 hasta las 4.486 plazas.

PRODUCTO

Meliá Hotels adquiere un total de 2.145 nuevas habitaciones en Cuba

Meliá Hotels ha incorporado cinco nuevos hoteles a su portafolio en Cuba en el primer trimestre de 2018. Estos hoteles están ubicados en territorios declarados patrimonio de la humanidad y en edificios con un alto valor histórico de las ciudades de Cienfuegos y Camagüey. A finales de año, la cadena hotelera tiene previsto contar con 2.145 habitaciones más en la isla. Cienfuegos incorpora el Meliá San Carlos, ubicado en el centro de ciudad con 56 habitaciones; La Unión by Meliá Hotels International; y Jagua by Meliá Hotels International, con 174 habitaciones y tres villas. Por otro lado, Camagüey añade el Colón by Meliá Hotels International, con 58 habitaciones con mobiliario colonial; y el Gran Hotel by Meliá International.

H10 Hotels ha recibido el certificado ISO 9001:2015 a nivel internacional

H10 Hotels ha superado los requisitos exigidos el ISO 9001:2015, un sistema de gestión de calidad, recibiendo su certificación. Se convierte así en una de las primeras cadenas en certificar tanto su sede central como sus establecimientos en España, Reino Unido, Alemania, Portugal, Italia, México y República Dominicana. Esta certificación analiza estándares como el estado de las instalaciones, el nivel de satisfacción de clientes y colaboradores y la regulación de requisitos legales y documentación. La certificación de todo el grupo hotelero permite a H10 adoptar un modelo único e integrado que facilita homogeneizar los procesos de trabajo, permitiendo un sistema de calidad uniforme y eficaz.

Grupo Piñero destina dos millones a 'Empresa Saludable' durante 2017

Grupo Piñero ha anunciado los principales resultados en 2017 de su programa 'Empresa Saludable', iniciativa de su estrategia de Responsabilidad Social con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus más de 15.000 profesionales. Con el fin de incentivar la seguridad, la salud y el bienestar de su equipo en lugares de trabajo y fuera de estos, la empresa destinó 2,3 millones de euros al programa. Entre las actuaciones se encuentran el fomento de entornos de trabajo saludable, la puesta en marcha de campañas sanitarias y de prácticas saludables, la ejecución de planes de seguridad o el acompañamiento a madres y padres mediante programas de educación familiar. En total, se organizaron 60 actividades de las que se beneficiaron 4.750 colaboradores.

BOOKING

NEXOTUR

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING
Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

91 369 41 00
91 369 18 39

Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	902-355444/968-355444 Fax 902-355443
TUI SPAIN Mesena, 22, 2º MADRID	91-7597125 info@tuispain.com
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Morería, 12 esq. a Zarza C. REAL	926-274157/226259 Fax 926-226334
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Triás Beltrán, 7 MADRID	91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputació, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputació, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	93-425.30.66 Fax 93.425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID	91-5427933 Fax 91-5422071
HVALATRAVEL.COM Diputació, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
IBEROJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	971-070428 Fax 971-040466
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ºB MADRID	91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipás, 1 MADRID	91 308308 Fax 91-3821664
MUNDCOLOR Mahonia, 2 MADRID	902-361926 Fax 93-4827131

NIZA TOURS-VIAJES NIZA Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)	902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputació, 238 BARCELONA	902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	91-5612373 Fax 91-5614242
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	945-545500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Río Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS C/ Princesa 90, 2º, 2 MADRID	91-5484600 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA	93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID	91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	96-3944625 Fax 96-3942381
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Vía, 81 2º BILBAO	902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 164102/91-7242422 Fax 91-6239817
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Carretera Arenal - Lluçmajor km, 21,5 Lluçmajor	971-178100
TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ Trespaderna 29, 4º MADRID	902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	952-378646 Fax 952-375372

UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq. MADRID	91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 10, 6º drcha MADRID	900 995 282 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. Descubridor Diego de Ordas, 3-3º MADRID	91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	91-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Tarragona, 161, 15º BARCELONA	901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Luísa Fernanda, 2 MADRID	91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
LAN Capitán Haya 1, 7º planta. MADRID	91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
AMERICAN AIRLINES Plaza del Callao, 5 - planta 8 MADRID	902-011737

Compañías Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	902-160180 Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Triás Beltrán, 7 MADRID	91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	93-4875685 Fax 93-4874770
CROISIEUROPE C/General Orta, 5, 1º MADRID	91-2952497 reservas@croisieurope.com
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	956-651178-507070 Fax 956-653379
P&O PORTSMOUTH Cosme Echeverrieta, 1 BILBAO	94-4234477 Fax 94-4235496
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA www.trasmediterranea.es	902-454645
VISION CRUCEROS www.visioncrueros.com	91-7896400 Fax 91-3107215

Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	91-6307315 Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS Diputación, 238 sobreatico BARCELONA	93-4125956 Fax 93-4122914
FERROCARRILES AMERICANOS Zurbano, 56 MADRID	91-3082962 Fax 91-3086502
RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Línea Asista)	902-105205 Fax 902-105200

Alquiler de Automóviles

BUDGET RENT A CAR ESPAÑA Conde de Aranda, 1-3º Dcha. MADRID	91-4363319 Fax 91-5768827
--	------------------------------

EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID	91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS Gran Vía Costes Catalanas, 617 BARCELONA	902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	91-7546502 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN	964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE. Y CANARIAS	928-512694-543456 Fax 928-514137

Centrales de Reservas

CANARIAS.COM-TENERIFE av. Las Americas, cc Americas Plaza L26 ARONA	922-715353 Fax 922-719131
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	93-6801600 Fax 93-6800944
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSA HOTELES Sabino Arana, 27 BARCELONA	93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA	93-4090522 Fax 93-4090493
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	91-5166666 Fax 91-5166657
RIU HOTELS Laude s/n PALMA DE MALLORCA	971-743030 Fax 971-744171
SOL MELIA Gremio Tonerlos, 24 PALMA DE MALLORCA	902-144444 Fax 91-5791392
TRANSHOTEL Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 164164/902 164163 Fax 902 444 164
PEGASUS SOLUTIONS Pza. Marqués de Salamanca, 3 y 4 1º	91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

Organismos

GRUPO STAR Luísa Fernanda, 12 MADRID	91-5502160 Fax 91-5432689
INFOASTURIAS Pza. España, 5 1º OVIEDO	902-300202 Fax 985-273487
INST.BALEAR PROMOCION TURIST. Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA	971-176191 Fax 971-176185
UNAV (Unión de Agencias de Viajes) Rosario Pino, 8 3ºB MADRID	91-5796741 Fax 91-5799870

Transporte por Carretera

AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO Marzo, 34 MADRID	91-7477570 Fax: 91-7481114
COAVITUR Hermanos Gómez, 4 MADRID	91-3265280 Fax 91-3260638
ETRAMBUS San Cesáreo, 34 MADRID	91-5050552 Fax: 91-5051661
Europa de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	91-5475921 Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID	902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

AMADEUS Salvador de Madariaga, 1 MADRID	91-5858681-5858682/3 Fax 91-5858680
WORLDSPAN Joquín Costa, 15-1 2º 1 MADRID	91-4118324 Fax 91-5626650

Cadenas hoteleras

BEST WESTERN Av. General Perón, 26 - Esc. 1º - 7º Dcha MADRID	900-993900-91-5614622 Fax 91-5618625
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	902-424242 Fax 91-3831743

El 95% de las empresas en España no respeta la legislación vigente sobre Protección de Datos Personales.

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

La Ley Orgánica de Protección de Datos ya está en vigor. Adecuarse a ella es imprescindible para evitar las fuertes sanciones que la Agencia de Protección de Datos aplica de forma muy estricta a quienes no la cumplan. Estas sanciones pueden ser de hasta 600.000 euros.

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

En Mesonero-Romanos Abogados conocemos la Ley y sabemos como regularizar su situación. Tenemos amplia experiencia solucionando los problemas derivados de la legislación de protección de datos, en distintos tipos de Empresas y sectores, así como asesorando sobre su correcta interpretación e implantación.

Una inversión mínima y a tiempo puede evitarle sanciones de hasta 600.000 euros.

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



Consúltenos cualquier duda sobre su situación. Para más información sobre nuestros servicios y productos, visite nuestra página web: www.mesoneroromanos.com

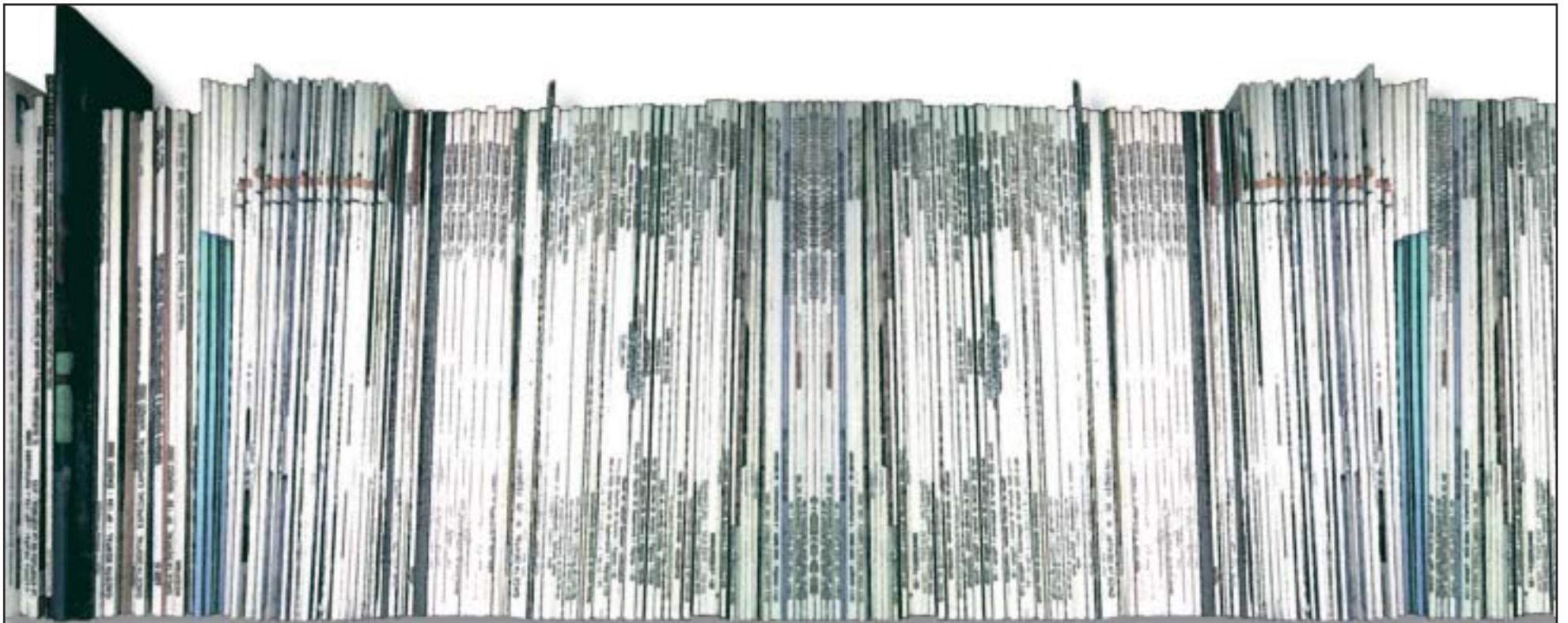
Mesonero-Romanos Abogados C/ José Abascal 49 Dup. 4º
28003 Madrid. Telef.: 914423909

POSITIVO FRANCÉS NATIVO
ANGLORICANO: GLOBISH
SPANISH
COACH
Busqueda activa de EMPLEO
Excelente **PROFESOR** Management y Marketing
ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE
Suiza ("La primera del mundo")
Centro de Estudios Turísticos Cuba
Escuela **OFICIAL** de Turismo Madrid
Shanghai Institute of Tourism Shanghai
Normal University China
GARANTIZO RESULTADOS
GRATIS 1ª hora
fetisalain@gmail.com
skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71

91 369 41 00
91 369 18 39

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING
Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

NEXOTUR



Transferencia del conocimiento

Las publicaciones profesionales y generales son el principal vehículo para la transferencia del conocimiento, ayudando así a la formación continua de los profesionales, al progreso de los sectores y a la mejora de la economía. Conocimiento de las ideas y de las opiniones que son la transferencia cultural necesaria para la identidad y continuidad de nuestra sociedad.

publicaciones profesionales y generales

Nuestras más de 300 cabeceras en el mercado, forman el más importante grupo dedicado a cumplir con los compromisos de informar, formar, entretener, servir y dinamizar.
Solicite la guía de publicaciones (aepp@aepp.com)

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP

Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

Lopesan presenta la nueva versión 'responsive' de su página en la Red

La nueva versión de la web de Lopesan mejora su diseño y estructura y facilita su utilización desde cualquier tipo de terminal, manteniendo el mismo nivel de información y de gestión de reservas, que ahora está disponible para las agencias.



www.lopesan.com

Lopesan, empresa que dispone 21 hoteles en Canarias y algunos destinos en Alemania, Austria y la República Dominicana —distribuidos en cuatro marcas—, presenta una nueva versión compatible de su web, que mantiene una completa información sobre la empresa y sus alojamientos así como su sistema de reservas, con áreas para su gestión desde empresas concertadas y agencias de viajes. Por otro lado, la nueva versión sigue ofreciendo versiones en castellano, inglés y alemán, pero ya no incluye la traducción a otro conjunto de idiomas que ofrecía la anterior.

INFORMACIÓN

En un formato muy diferente, presenta los hoteles de todas sus marcas por país y destino, con la descripción del destino y el acceso a una completa descripción del hotel en varias pantallas. Si previamente se selecciona una de las marcas, presenta únicamente los hoteles de esa marca.

RESERVA

Ofrece un sencillo y rápido sistema de gestión de reservas con áreas para empresas y agencias, gestión de código promocional y acceso posterior a la reserva. La página ofrece el enlace con la de su Centro de Congresos Expomeloneras para la gestión de eventos en Gran Canaria.

GENERAL

Mantiene la información sobre la historia de Lopesan y del Grupo IFA, incluyendo una amplia información financiera de la empresa, la relación de todas sus marcas, el formulario de contacto, las ofertas de estancias y la información específica sobre la celebración de bodas en sus hoteles.

▲ Lo Mejor / Diseño

Su nuevo diseño *responsive* ofrece a clientes, agencias y empresas un sistema de información y gestión muy amigable.

▼ Lo Peor / Tiempo de Carga

Mientras el tiempo de respuesta en el proceso de reserva es adecuado, la carga del resto de pantallas es muy lenta.

LOPELAN / Hoteles

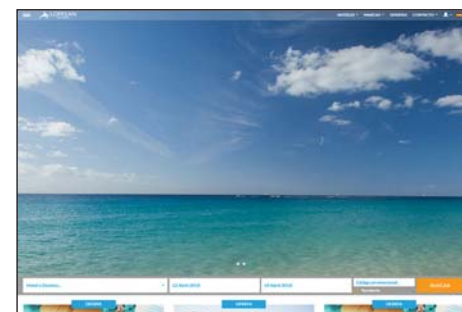
Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
8	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
10	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTIÓN DE RESERVAS									
8	CONFIRMACIÓN INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

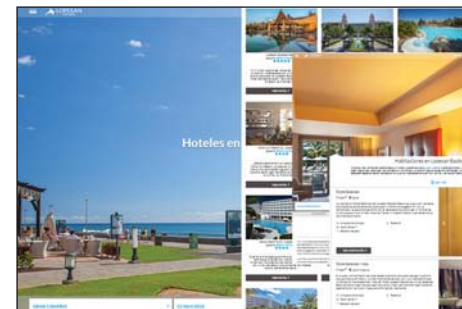
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva versión de la página de Lopesan en Internet es de mucho más interés para las agencias de viajes, que ahora disponen de un área de acceso que les permite gestionar sus reservas, y para las OPC, a las que ofrece un acceso para la organización de eventos en Maspalomas.

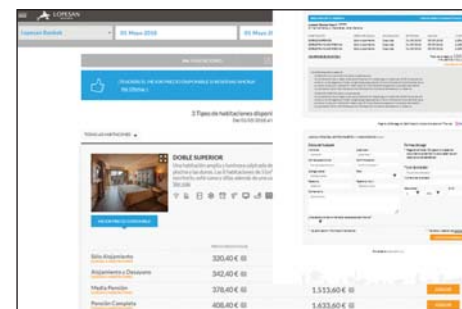
7,2



Entrada / Con un diseño y estructura muy diferente presenta la reserva, el acceso a hoteles y marcas y sus ofertas.



Producto / Accediendo por país y destino, ofrece la descripción del destino y sus hoteles con su descripción en varias pantallas.



Reserva / Ofrece un sencillo sistema de reservas de estancias, con pago mediante tarjeta, con áreas para agencias y empresas.

La nueva 'web' de Arik Air incluye la reserva 'online' desde agencias

Arik Air vuelve a modificar el diseño y la estructura de su página que mantiene la información de sus vuelos en Nigeria y países de su entorno y la gestión de reservas, ahora compatible, a la que ha añadido un área dedicada las agencias de viajes.



www.arikair.com

Arik Air, compañía aérea nigeriana, ofrece una nueva versión de su web en la que, manteniendo la información sobre la empresa, su historia, objetivos, flota y rutas en Nigeria y países próximos, actualiza su presentación, la estructura de la información y su proceso de reservas, que mantiene el acceso posterior a la reserva y que ahora está disponible desde cualquier tipo de terminal, y en la que se ha incluido un área para la gestión desde las agencias de viajes. Por otro lado, la página presenta una única versión para Nigeria en inglés, y ya no permite seleccionar otros países.

INFORMACIÓN

Mantiene el mapa activo de sus vuelos desde los principales destinos, con el acceso a la descripción del destino, y una relación completa de sus vuelos, desde la que se puede acceder a los horarios del seleccionado. También incluye la descripción de su flota y sus tipos de avión.

RESERVA

Dispone de un sencillo sistema de reservas de sus vuelos, al que añadido un área para la gestión desde agencias, en el que sólo ofrece los destinos válidos desde el origen seleccionado y que contempla el mantenimiento posterior de la reserva y el *check-in* online.

GENERAL

La página mantiene un amplia área de información sobre la compañía, su historia, objetivos, equipo de dirección y sobre su programa de fidelización. También dedica una especial atención a los viajes de negocios y a la gestión de grupos, para lo que ofrece un formulario.

▲ Lo Mejor / Gestión Reservas

Ofrece al cliente final un sistema muy útil de gestión de reservas, desde cualquier tipo de terminal.

▼ Lo Peor / Cobertura

Solo incluye rutas dentro de Nigeria y a países próximos, y ya no ofrece los vuelos a Londres, Nueva York y Johannesburgo.

ARIK AIR / Línea Aérea

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
10	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
6	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTIÓN DE RESERVAS									
8	CONFIRMACIÓN INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

Arik Air ofrece únicamente vuelos en Nigeria y países próximos, pero ha añadido la gestión de reservas desde las agencias de viajes, por lo que, aunque su interés para los profesionales españoles de Turismo es limitado, la página ha aumentado de forma significativa su utilidad.

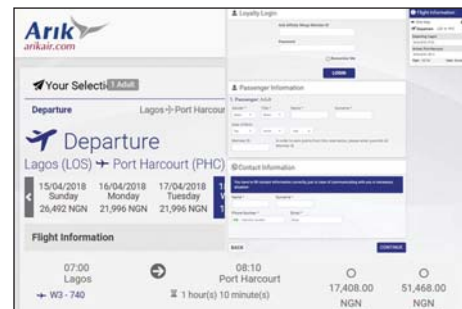
6,9



Entrada / Con nuevos cambios en el diseño, presenta un cuadro para toda la gestión de reservas y el acceso a todas sus áreas.



Producto / Presenta un mapa activo, una relación de sus vuelos, con acceso a sus horarios y una descripción de sus destinos.



Reserva / Mantiene, con nuevo diseño, el sistema de reservas de sus vuelos, en el que se ha incluido un área para las agencias.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Muchas agencias buscan profesionales especializados en viajes corporativos

La **web www.nexotur.com recoge casi un millar de ofertas y demandas de empleo en el Sector, de las que NEXOTUR ofrece cada semana una breve muestra. Para establecer contacto con las empresas debe acceder al 'portal'.**

■ **Viajes Cometa.** Madrid. Esta agencia de viajes madrileña necesita a un profesional especializado en viajes corporativos y a medidas. Los candidatos interesados en acceder al puesto necesitan tener una experiencia demostrable de tres años, así como un nivel alto de inglés.

■ **Proyecto Europa.** Madrid. Esta agencia de viajes mayorista busca un agente de viajes para el departamento de cotizaciones y grupos en su oficina de Madrid.

■ **VJ Travel.** Madrid. Esta agencia especializada en viajes de negocios y vacacional a medida precisa incorporar un agente para su departamento de ventas. Será imprescindible tener nivel profesional de Amadeus, dominio del paquete Office y buen nivel de inglés oral y escrito. Los candidatos deberán demostrar una experiencia mínima de cinco años, así como conocimiento en atención telefónica y estar disponibles para una incorporación inmediata. Las condiciones de VJ Travel son: jornada laboral de lu-

nes a viernes de forma continua y posibilidad de contrato indefinido.

■ **Space Travel.** Madrid. Esta agencia de viajes minorista busca un agente de viajes con experiencia en departamento de empresas y vacacional. Para entrar a formar parte de su plantilla es imprescindible dominar el lenguaje Amadeus. Los interesados deberán mandar su currículum mediante correo electrónico.

■ **Diwoh Travel.** Madrid. Diwoh Travel busca un agente de viajes con experiencia para que se incorpore al departamento de reservas con un contrato indefinido y un salario de 14.000 a 18.000 euros brutos. Los candidatos deberán demostrar un nivel alto de inglés y manejo avanzado de GDS, preferiblemente Galileo. Las tareas del puesto incluye desde la gestión de reservas e incidencias al asesoramiento del cliente. Asimismo, será obligatorio que los candidatos tengan disponibilidad para hacer guardias rotativas.

■ **Viajes Redondo.** Madrid. Esta agencia de viajes familiar especializada en Turismo cultural busca un agente especializado en la elaboración de 'paquetes' de viajes. El puesto requiere de buena presencia, facilidad en la atención telefónica al cliente, resolutividad, buena disposición

para con los clientes, y posibilidad de hacer presupuestos. También es necesario tener conocimientos de Amadeus, Office y buen nivel de Inglés y una experiencia mínima de dos a cuatro años.

■ **Viajes Amaia.** Madrid. Desde Viajes Amaia buscan un agente de viajes con experiencia en el departamento de empresas. Es imprescindible que los candidatos tengan un buen nivel de inglés y dominen el programa Amadeus.

■ **Mapa Tours.** Madrid. La mayorista está seleccionando estos días personal para el departamento de contabilidad en sus oficinas centrales de Madrid. Valorará que los aspirantes tengan dominio del programa contaplus y de inglés. Ofrece en primer lugar un contrato eventual con posibilidad de pasar a indefinido, jornada completa. El salario bruto anual de los empleados en este área oscilaría entre los 18.000 euros y los 20.000 euros.

■ **Moa Viajes.** Sevilla. Esta empresa busca un agente de viajes *freelance* especializado en los destinos de África y el Océano Índico en el segmento del lujo. La persona seleccionada trabajará, desde su domicilio, en la elaboración de viajes completamente a medida, la atención al cliente, la elaboración de toda la docu-

mentación necesaria y todas las gestiones. Es necesario que los candidatos dispongan de titulación universitaria.

■ **CTI Viajes, S.L.** Madrid. Esta agencia madrileña busca a un profesional especializado en viajes de incentivo o convenciones para el departamento de operaciones de agencia de viajes. No hay requisitos imprescindibles, pero se valorará positivamente que los candidatos posean un nivel alto de conocimiento de Amadeus.

■ **Viajes Eco.** Madrid. Esta agencia, especializada en viajes de empresas y a medida, busca incrementar su equipo que actualmente es de una veintena de personas. Ofrece un puesto de trabajo en el departamento de viajes a medida con jornada completa de lunes a viernes y una remuneración de entre 17.000 y 23.000 euros anuales. Deberá estar en contacto con el cliente, preparar itinerarios y presupuesto y realizar las reservas.

■ **Grecia Vacaciones.** Madrid. Esta agencia especializada en los viajes al país heleno y con 25 años en el Sector, busca a un profesional con experiencia previa de dos años, para incorporarse inmediatamente. Otros requisitos imprescindibles para quienes se presentes son, poseer un conocimiento de Amadeus, inglés o griego.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles en la península

↑ Hoteles2 vuelve a modificar su página web que, con algunos cambios de su diseño y estructura, mantiene la información sobre sus hoteles y su sencillo sistema de gestión de reservas, aunque se ha reducido sensiblemente el número de hoteles.

→ Su **utilidad** está limitada por su escasa cobertura.

↓ No contempla la **reserva** desde las agencias de viajes.



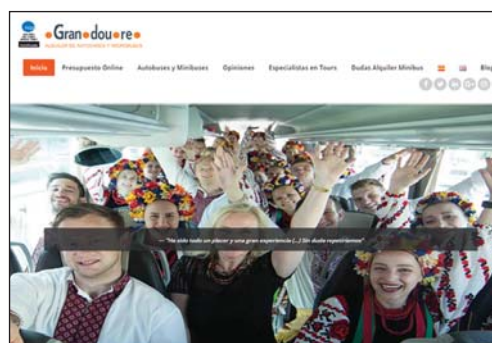
<http://www.hoteles2.com>

Buses 'online'

↑ La nueva página web de Grandoure mantiene una limitada **información** sobre la empresa, su flota y sus tipos de servicios de transporte, pero ahora presenta una nueva gestión *online* de presupuestos, con posibilidad de solicitud inmediata.

↑ Su nuevo sistema de gestión de presupuestos resulta muy **útil**.

↑ Permite calcular presupuestos y **reservar** a cualquier usuario.



<http://www.gramdoure.com>

Grandes Viajes

↑ Catai Tours presenta una nueva versión de su web que, manteniendo estructura y **contenidos** semejantes a los de la versión anterior, ha añadido la posibilidad de calcular algunos presupuestos *online*, aunque sigue sin contemplar la gestión de reservas.

→ Es una página de **utilidad** para quien desee conocer su oferta.

↓ No contempla ningún tipo de gestión de **reservas**.



<http://www.catai.es>

Transportes en Jaén

↑ El Grupo Castillo presenta una página web de correcto diseño en la que ofrece una **información** general sobre sus servicios discretos de transporte y el itinerario y los horarios de sus líneas regulares, así como la reserva *online* de una de ellas.

↑ Sería de más **utilidad** si ampliase la información sobre sus servicios.

↓ La **reserva**, solo de una de sus líneas, es para el usuario final.



<http://www.empresaCastillo.com>

Amplia gama de productos

↑ Expedia presenta una nueva versión de su web que mantiene, con un diseño renovado, su completo sistema de **información** y gestión de reservas de hoteles, vuelos, alquiler de coches y 'paquetes', ofreciendo a las agencias su programa de afiliación.

↑ Es una página de **utilidad** para clientes, empresas y agencias.

↑ Ofrece su gestión de **reservas** a las agencias registradas.



<http://www.expedia.es>

Turismo en Álava

↑ La nueva página de Turismo de la provincia de Álava presenta, con nuevo diseño que no mejora el anterior, una **información** limitada sobre la mayoría de los temas de interés para un viajero en la provincia y una guía de alojamientos, pero no su reserva.

→ Su **utilidad** está limitada por su escaso nivel de información.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece la página del proveedor.



<http://www.alavaturismo.com>

LEGISLACIÓN**Interés Turístico****'Don Juan de Alcalá'**

✓El Boletín Oficial del Estado (BOE), publica el 5 de marzo la resolución de 15 de marzo de 2018, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se concede el título de Fiesta de Interés Turístico Nacional a la fiesta 'Don Juan en Alcalá', de Alcalá de Henares (Madrid). Esto se realiza de conformidad con lo dispuesto en el apartado sexto de la Orden ITC/1763/2006, de 3 de mayo, por la que se regula la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional. La resolución ha sido firmada por la secretaria de Estado de Turismo, Matilde Pastora Asían González.

✓El Boletín Oficial de Aragón publica la orden VMV/539/2018, de 14 de marzo, por la que se declara la fiesta de 'Lakuerter Íbera' de Andorra (Teruel), como Fiesta de Interés Turístico de Aragón. Se trata de una celebración que tiene lugar cada año el segundo fin de semana de noviembre en este pueblo.

Boletín Oficial del Estado
✉ www.boe.es

CURSO**Ashotel colabora en los másteres de Ostelea****La escuela de Turismo cuenta con varios programas de formación**

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel) ha firmado un convenio de colaboración con Ostelea School of Tourism & Hospitality con el objetivo de trabajar de forma conjunta en el desarrollo y la formación de los profesionales de los establecimientos asociados a la entidad. Para ello, el centro universitario ofrece programas superiores y másteres en sus modalidades *online* y semipresencial. Los directivos y otros cargos profesionales de la patronal hotelera se beneficiarán al contar con nuevos talentos procedentes de la escuela de Turismo, y los alumnos podrán aplicar sus conoci-

mientos académicos a la práctica en los establecimientos de Ashotel.

Ostelea cuenta con una amplia oferta formativa a través de sus programas y másteres en las principales áreas de formación de turismo, como 'Hotel Management, Turismo & Hospitality', 'Restauración y Food & Beverage', 'Protocolo y Organización de Eventos y Destinos'. Ashotel, por su parte, con 242 establecimientos hoteleros y extrahoteleros de la provincia tinerfeña, está comprometida con la calidad de la formación que ofrece a sus empresas integrantes, lo que la lleva a establecer alianzas cuando son necesarias para ampliar su catálogo.

**LIBROS****Emprendimiento en Internet****'Guía de emprendimiento en e-commerce'. Mentor Day.**

El Sector Turístico es uno de los más influidos por las nuevas tecnologías y los cambios digitales. Las nuevas empresas relacionadas con el Turismo tienen que tener en cuenta varios factores, por ello, la aceleradora Mentor Day publica en su página web una guía de acceso gratuito con información detallada sobre más de 500 recursos, desde entidades financieras hasta inversores o expertos, entre otras opciones, para facilitar el emprendimiento en el comercio electrónico. La propia aceleradora lo describe como una herramienta de consulta de gran valor para las personas que deseen emprender o que quieran expandir su negocio, cuya principal utilidad es facilitar el acceso a fuentes de información de gran utilidad, entre los que destacan 130 fuentes de financiación, 80 fondos de inversión o un listado de *influencers*.

CALENDARIO**Feria de Turismo de negocios**

●Del 15 al 17 de mayo de 2018 tiene lugar en Frankfurt la feria Imex, especializada en Turismo de negocios y en el mercado MICE de todo el mundo. Este evento cuenta con los más importantes profesionales alemanes e internacionales de uno de los segmentos más importantes del Turismo. Imex Frankfurt se celebra en esta ciudad alemana desde 2002, donde ya se ha consolidado como la feria más importante para el sector MICE. Durante la próxima edición habrá más de 3.500 expositores de un total de 150 países que esperan cerrar más de 5.200 decisiones globales durante el evento. Además, Imex-Frankfurt también tiene un espacio de aprendizaje paralelo a la celebración de la feria, con más de 180 charlas de expertos que trasladarán a los asistentes ideas completamente nuevas del sector de negocios, además de abrir coloquios y espacios *networking* entre los diferentes empresarios presentes. Más información en la página <http://www.imex-frankfurt.com>.

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

- ✓ Contabilidad
- ✓ Socio-Laboral
- ✓ Fiscal
- ✓ Jurídico-Mercantil



Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

☎ 91 521 53 15 - 521 46 92
aconfisa@aconfisa.es
www.aconfisa.es

¿ESTÁS SEGURO DE ESTAR CUMPLIENDO CORRECTAMENTE LAS OBLIGACIONES DEL S.I.I.?

SUBEN

M^a José Quintana



María José Quintana es la nueva directora comercial de la Panavisión Tours. Quintana lleva siete años en la empresa como jefa de ventas, y previamente ha ocupado cargos como en otras mayoristas como Mundicolor.

Luis Reche



World2Meet (W2M) ha incorporado a Luis Reche como director de Américas de la empresa. Tendrá la responsabilidad de desarrollar y expandir el negocio receptivo y el banco de camas en esta región, teniendo como base Cancún (México).

Mario Armero



La Junta General de Accionistas de Parques Reunidos ha aprobado el nombramiento de tres nuevos consejeros. Mario Armero es licenciado en derecho por la Universidad Complutense de Madrid y es el actual vicepresidente de la Asociación de Fabricantes de Automóviles y Camiones.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Carlos Garrido	3
Entrevista / Francisco Farrás	4
Escaparate	5-19
AvasaNews	15-18
Mostrador	20-22
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluatnet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 16 AL 22 DE ABRIL DE 2018



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

Los pagos por Turismo crecen a doble dígito

Los pagos realizados por los residentes en España para viajar al extranjero ascienden en enero a 1.284 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 9,9%. De esta manera, el emisor español sigue batiendo todos los registros después de un 2017 de récord. Como publicó NEXOTUR, en el global del pasado año ascendieron a 19.586 millones de euros, con un incremento interanual del 12,3%. Se trató del tercer crecimiento de doble dígito consecutivo. Según la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, en 2016 se alcanzaron los 17.437 millones de euros, un 11,4% más que en 2015, cuando se llegó a 15.654 millones, con una tasa positiva del 15,3%.



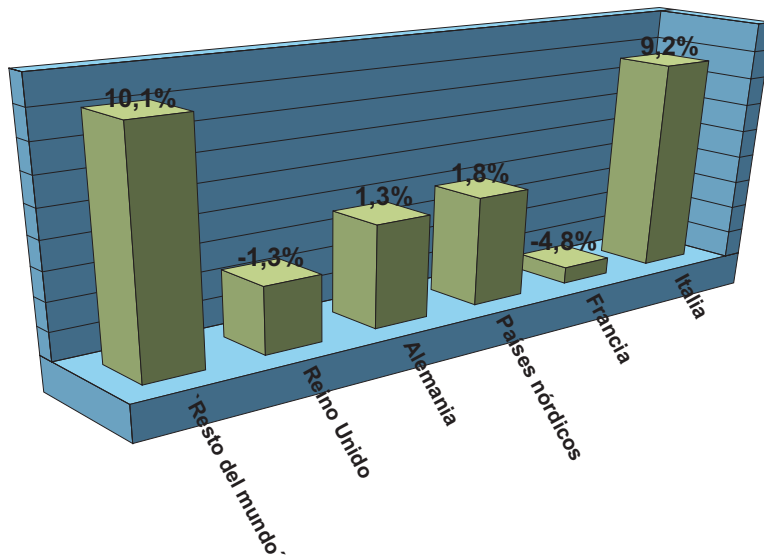
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

Sube el gasto pese a caer algunos mercados

El gasto turístico ha crecido un 4,7% en febrero. Se trata del segundo dato más discreto de los últimos 12 meses, y sin embargo está muy por encima del crecimiento en la llegada de turistas. Los países más lejanos, que el INE engloba dentro de 'Resto del mundo', son los que más crecen, un 10,1%, pero su estancia media en el país ha caído un importante 11,6%, cifra solo superada por Alemania, cuya duración desciende un 11,8%.

Variación del gasto turístico por mercados



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

© NEXOTUR

El gasto total realizado por los turistas internacionales que visitan España en febrero ha alcanzado los 4.507 millones de euros, lo que supone un incremento del 4,7% respecto al mismo mes del año anterior. A pesar de que se trata de uno de los meses con menor incremento interanual del desembolso turístico en mucho tiempo, de hecho es el segundo más discreto de los últimos 12 meses, contrasta positivamente con los datos de la llegada de turistas. Cabe recordar que en el segundo mes de 2018 solo han aumentado un 2,6% las llegadas internacionales, en comparación con el febrero de 2017, y especialmente relevante ha sido el desplome de los dos principales mercados emisores del país, Reino Unido y Francia, con un 5,9% y un 8,4% menos de turistas, respectivamente.

Que el aumento del gasto sea mucho mayor al incremento de visitas, se debe, en gran medida, al gasto que de los países que el Instituto Nacional de Estadística (INE) engloba dentro del apartado 'Resto del mundo', y que con 2.175 millones de euros invertido en España, son los mercados que más crecen este febrero (un 10,1%). Sin embargo, los británicos, el segundo mercado por número de gasto, han descendido un 1,3% su gasto interanual, aunque todavía sigue siendo un país esencial para el Sector español, con un gasto de 793 millones de euros. El otro país que ha descendido (un 4,8% menos) tanto en llegadas como en gasto, Francia, se sitúa en quinto lugar de esta lista, con 325 millones de euros gastados en sus estancias. Italia, a

pesar de situarse como el último de los países de los que aporta datos el INE (con un gasto de 172 millones de euros), ha tenido un aumento interanual destacable, del 9,2%. En tercer y cuarto lugar se encuentran Alemania y los países nórdicos, que se mantienen estables con un

aumento del desembolso turístico de 1,3% y 1,8%, respectivamente.

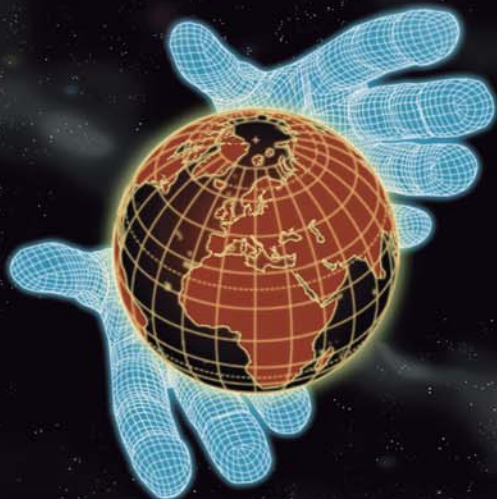
Estos datos demuestran que España ha conseguido elevar la calidad del Turismo, concentrándose en los mercados más lejanos, que son los que más poder adquisitivo tienen y más dinero dejan en las vi-

sitas a España. Además, cabe señalar que los mercados cercanos, y que siguen siendo los más importantes por número de turistas, también han aumentado su gasto por encima de las llegadas, a pesar de que ambas cifras estén en negativo en el caso de Francia y Reino Unido.

Baja la duración

Uno de los datos más preocupantes de la Encuesta de gasto es la duración del viaje, que ha bajado un 5,7%, dejando la media de pernoctaciones en los 7,5 días. La duración del viajes es un dato importante, ya que influye directamente en el gasto turístico. Solo los países nórdicos y Reino Unido han aumentado las pernoctaciones este febrero. Los británicos han pasado 7,9 días de media en sus viajes a España, lo que supone un 1,4% más que en febrero de 2017, mientras que los nórdicos llegan a los 8,5 días (con un aumento del 2,5%).

En el lado contrario, los países que se engloban en 'Resto del mundo' han bajado sus pernoctaciones en un notable 11,6%, y su estancia en el país es de 7,3 días. El único país con una caída mayor es Alemania, cuyos turistas durante el segundo mes del año han descendido su duración en el país un 11,8 (lo que deja su estancia media en un 8,5 días). Los franceses e italianos también han acortado la duración del viaje en el último mes del que el INE aporta datos en un 1,7% y un 1,3% cada uno, son además los países con menos duración del viajes, de seis días en el caso de los franceses y de 6,8 días en el de los italianos.



Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana en tu email

NEXOTUR.com

AGENCIAS DE VIAJES

Ciudadanos quiere hacer una Carta del Turismo Sostenible

La Proposición No de Ley del grupo Ciudadanos de las Asambleas de Madrid incluye cinco medidas para favorecer la sostenibilidad del Sector. Una de ellas es impulsar una conferencia mundial sobre este Turismo.

Las huelgas de controladores europeos cuestan 12.000 millones de euros

Aumenta el uso de 'chatbots' en las reservas de viajes

Fomento sugiere a las aerolíneas que bajen los precios

¿Cuál es el mejor momento para reservar vuelo?