

NEXO NEXOTUR

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

NÚMERO 1.042 / AÑO XXIII / SEMANA DEL 21 AL 27 DE MAYO DE 2018 / PRECIO: 2 EUROS

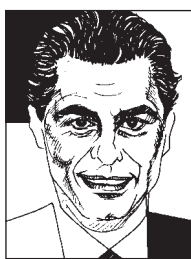
UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**



ZURAB
POLOLIKASHVILI
**Importancia
del Turismo**
PÁG. 6 / OMT y
Bruselas buscan
convencer a la
opinión pública



FREDRIC
LINDGREN
**Nuestra labor
es esencial**
PÁG. 12 / Sin los
GDS, 'NDC sería
una pesadilla
para las agencias'



JOSÉ MARÍA
DALMAU
**'Paquetes'
dinámicos**
PÁG. 15 / Meliá se
alía con Expedia
para vender 'pa-
quetes' dinámicos



MARK
TANZER
**Una mayor
protección**
PÁG. 6 / Reino
Unido ampliará
el alcance del
viaje combinado



CHRISTOPH
KLENNER
**La reserva
intermediada**
PÁG. 14 / La reser-
vas intermediada
es más rentables
para los hoteles

Subías: 'La compra de Serhs nos permite continuar con la internacionalización'

Ávoris se hace con el 100% de su negocio turístico, incluido Rhodasol

Serhs Tourism & Hotels se integra en Ávoris. El grupo catalán ha acordado con Barceló la venta del 100% de su negocio turístico (alojamiento, servicios de *hand-*

ling, *transfers*, excursiones y *tours*), incluida la mayorista Rhodasol. Se matendrán tanto la marca Serhs como la plantilla y los equipos actuales.



Juan José Oliván preside Airmet.

No tenemos planes de dar el salto a otro país

"Nuestra vocación siempre ha sido España y no tenemos planes de dar el salto a otro país", afirma el presidente de Airmet. **Pág. 4**

El gasto de los españoles se incrementa casi un 10%

Los españoles han destinado a sus viajes al extranjero 2.617 millones de euros en enero y febrero, un 9,6% más. **Pág. 7**

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

Serhs vende el 100% de su negocio turístico, Serhs Tourism & Hotels y Rhodasol, a Barceló, que se integrará en Ávoris. Este acuerdo "va a generar sinergias muy positivas en nuestro grupo", asegura el consejero delegado de Ávoris, Gabriel Subías, que subraya que "nos permite continuar con nuestro proceso de internacionalización al acceder



Gabriel Subías

a la cartera de importantes turoperadores de países del este de Europa y Rusia". Sujeto a la aprobación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), el acuerdo supone a Ávoris incorporar a su cartera de productos una estructura de contratación vacacional con los cerca de 5.000 hoteles que posee Serhs. **Escaparate en pág. 7**

Las agencias 'corporate' sí podrán renunciar al REAV

Las agencias de viajes especializadas en *corporate* podrán continuar aplicando el tipo general de IVA cuando les convenga, como confirma a NEXOTUR la gerente de CEAV, Mercedes Tejero. A priori, se mantendrá la posibilidad de renunciar al régimen especial de IVA para agencias (REAV) en las citadas ventas. Y es que, como aclara Tejero, la



Mercedes Tejero

sentencia del pasado 8 de febrero en la que el Tribunal de Justicia de la Unión Europea determinó que no debería existir esta opción "no es aplicable de forma directa a España". "Nuestro régimen ya tuvo una sentencia y se cambió la normativa, que ha sido aceptada como conforme al Derecho comunitario", explica. **Escaparate en pág. 9**

Nuño de la Rosa: 'He sido, soy y siempre seré agente'

El director general de Viajes El Corte Inglés cede el testigo

"He sido, soy y siempre seré agente de viajes", afirma el consejero de El Corte Inglés desde marzo y director general de Viaje El Corte Inglés desde hace 20 años, Jesús Nuño de la Rosa. Y es que, aunque prevé ir cediendo el testigo de forma progresiva al nuevo subdirector general, Miguel Ángel de la Mata, "mientras que dure mi vida profesional, voy a



Jesús Nuño

estar ligado a la agencia de viajes, un ámbito del Turismo al que, por razones obvias, aprecio profundamente". De momento, a la espera de que finalmente De la Mata le suceda en la dirección de la agencia líder en nuestro país, Nuño de la Rosa explica que "sigo estando ligado" a Viajes El Corte Inglés, aunque "el día a día no lo lleva". **Escaparate en pág. 8**

ECTAA: 'Las agencias no tienen ni voz ni voto en IATA'

La Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) denuncia que en la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) "todos los asuntos relacionados con la distribución los deciden unilateralmente las aerolíneas en la PaConf". Critica que "los agentes no tienen ni voz ni voto", por lo que entre sus



Merike Hallik

objetivos está lograr un modelo de gobernanza más eficiente dentro del programa de agencias de IATA. Otra de sus prioridades es "convencer a los legisladores de la Unión Europea de la necesidad de introducir una mayor protección de los consumidores ante los ceses de las compañías aéreas". **Escaparate en pág. 11**

POLITOURS
www.politours.com

Verano Mediterráneo 2018

* Salidas desde Madrid

CHIPRE

desde 699€

VIAJE
CHIPRE
8 Días/Hotel 3*(AD)

TURQUÍA

desde 875€

TOUR
"FANTÁSTICA"
8 Días/Hotel 4*/3*(AD/PC)

CROACIA

desde 999€

TOUR
"BELLEZAS"
8 Días/Hotel 3*(AD)

MALTA

desde 1.155€

TOUR
"AL COMPLETO"
8 Días/Hotel 3*(MP/PC)

CROACIA

desde 1.195€

CRUCERO
"I. DALMATAS"
8 Días en yate (MP)

GRECIA

desde 1.184€

TOUR
"PELOPONESO"
8 Días/Hotel 3*(AD/MP)

SICILIA

desde 1.400€

TOUR
"CONCORDIA"
8 Días/Hotel 4*(T.I.)

* Programas exclusivos Politours. Precios finales con tasas incluidas. Información en su agencia y en politours.com

CLAVES

Amamantar el Turismo

CON ESTE TITULAR comenzaba el artículo de Belén Molleda del 23.01.18 en el periódico 20 Minutos en el que sin entrar a fondo en ninguno de los temas hablaba de los éxitos y miserias de la actividad turística, avisándonos de que los éxitos obtenidos se convertirán con la "recuperación del sector en el norte de África" en un grave problema con una serie de opiniones, algunas veraces y otras cuestionables, en relación recurrente a las estadísticas que como siempre "nos enseñan lo suplementario tapando lo fundamental".



ANTONIO CABALLOS

que el Turismo haya saltado en nuestro país a esta prensa no tan conocida como los grandes diarios, pero sí muy leída por muchos miles de personas en las grandes ciudades de nuestro país, pues se reparten gratuitamente en los puntos estratégicos de paso de miles de viajeros o peatones al día.

No obstante y su publicidad lo demuestra, esos diarios gratuitos son leídos por muchos miles de urbanitas, a lo que se les podría hacer llegar no solo el "bla,bla,bla" del Turismo: sus cifras y a veces sus fracasos, sino también hacerles conscientes de los beneficios de esa actividad transversal, que sin duda llega a los bolsillos de muchos trabajadores que piensan que su salario no depende en nada de los "turistas", enseñándoles que esos más de ochenta millones de visitantes: "amamantan" y nutren de pan a muchas familias españolas.

¿Cómo llegar a estas publicaciones? Eso se lo dejo a los profesionales, a los periodistas y a la labor social que estos desarrollan, que no solo consiste en buscar lo terriblemente noticioso, sino también en hacernos llegar a los ciudadanos, todo aquello de nuestro interés.

En cuanto al contenido del artículo mencionado, no entro, pues se trata de uno más en la línea que está acostumbrado el sector, buen conocedor de este tipo de columnas y aconsejándoles otra vez más la lectura de la prensa especializada como NEXOTUR, donde podrán penetrar seriamente en nuestro mundo.

Antonio Caballos García es agente de viajes.

'La Inteligencia Artificial permite la creación de agentes virtuales inteligentes, algoritmos de búsqueda, algoritmos para optimización de procesos o vehículos autónomos, entre otras miles de posibilidades', explica el director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)

TRIBUNA



ÁLVARO CARRILLO

Inteligencia artificial: desarrollos en Turismo

LA RECIENTE PUBLICACIÓN del eBook: 'Inteligencia Artificial: Desarrollos en Turismo' es resultado de una de las iniciativas que el Grupo de Centros Tecnológicos en Turismo, del que forma parte la Plataforma Tecnológica del Turismo- Thinktur, ha llevado a cabo a lo largo de los últimos años.

El objetivo de esta publicación es establecer un marco de referencia para impulsar la incorporación de la Inteligencia Artificial, como herramienta, en el ámbito de la gestión empresarial y de los destinos turísticos, poniendo además en valor la labor realizada por los centros tecnológicos, y ofreciendo al tiempo una mayor difusión a aquellas acciones que éstos y sus asociados ponen en marcha en cada uno de los territorios en los que están presentes.

Considerando que la Inteligencia Artificial, como concepto, es un campo que tiene sus raíces en los años 50, resulta remarcable que no ha sido hasta la actualidad cuando ha comenzado a impactar de manera significativa en la práctica totalidad de los sectores de la economía y la sociedad en general.

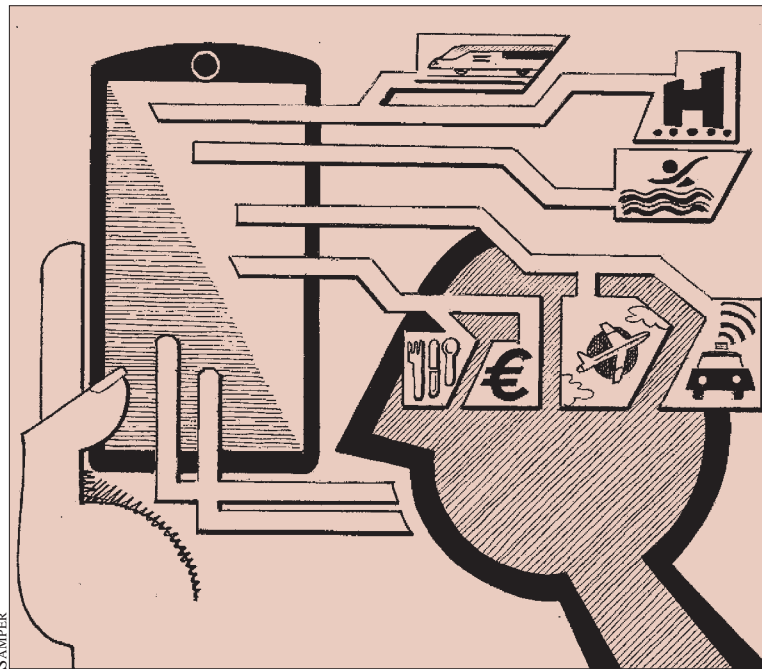
Esta tecnología, basada en el *deep learning* y el procesamiento de lenguaje natural, es capaz de replicar comportamientos y razonamientos similares, casi idénticos, al de un ser humano, permitiendo la creación de agentes virtuales inteligentes, algoritmos de búsqueda, algoritmos para optimización de procesos o vehículos autónomos, entre otras miles de posibilidades, cuya implementación y desarrollo tendremos la posibilidad de experimentar a lo largo de los próximos años.

El eBook sobre Inteligencia Artificial, publicado por el Grupo de Centros Tecnológicos en Turismo, incluye un compendio de aportaciones y ejemplos como el que expone Andalucía Lab, sobre el uso de los *chatbots*, como herramienta presente en diferentes sectores tales como el alojamiento o el transporte aéreo. Esta tecnología tiene como objetivo optimizar al máximo la atención al cliente, usando la IA con herramientas de aprendizaje y de análisis de texto.

Por su parte, Invat.tur da a conocer la herramienta Social Analytics Destinos Comunitat Valenciana, desarrollada por esta entidad en colaboración con la Universidad de Alicante. Es una herramienta que analiza Twitter e Instagram, recuperando de forma automática mensajes de ambas

redes y permitiendo realizar un seguimiento de las opiniones sobre el destino y la competencia, con el objetivo de poder detectar tendencias y tomar de decisiones según el sentimiento de las mismas en tiempo real e incluso predecir las acciones a llevar a cabo.

Vicomtech, ha descrito el desarrollo de nuevos métodos lingüísticos no supervisados para el análisis de sentimiento, utilizando aproximaciones que apenas requieren disponer de recursos dependientes del idioma o herramientas lingüísticas, permitien-



El Instituto de Turismo de la Región de Murcia detalla en el eBook la experiencia piloto 'Asistente Virtual Turístico', que este centro tecnológico ha puesto en marcha junto con la

empresa Vocalia Technologies. Este proyecto cuenta con un asistente virtual, llamado 'Carmen', que facilita al usuario la experiencia de búsqueda de información en el 'portal' institucional de la Región, cruzando los datos de las bases NEXO (re-

cursores turísticos) y HERMES (productos turísticos del destino), mediante la incorporación de tecnología de interpretación del lenguaje natural.

El Parque Científico y Tecnológico de Turismo y Ocio de Cataluña detalla el proyecto que han realizado junto con la Diputación de Tarragona y su Patronato de Turismo, consistente en el diseño e implementación de una herramienta cuyo objetivo es interpretar el contenido sobre un destino turístico que se genera en el entorno de las redes sociales. Esta herramienta basada en algoritmos de *machine learning* y *text analytics*, permite conocer la imagen pública que tiene un destino turístico de interés, mediante ese análisis inteligente.

En esta línea, relacionada con el procesamiento del lenguaje natural,

do además realizar un análisis de sentimiento basado en aspectos del sector y polaridades de sentimiento de los comentarios de los usuarios en cualquier idioma.

Apostando por un ámbito completamente distinto, Tecnalia ha puesto en marcha un laboratorio de *blockchain* pionero en Europa, en el que las empresas podrán experimentar sus retos y necesidades, ver demostraciones y casos de éxitos reales, así

como realizar ensayos de soluciones tecnológicas y modelos de negocio relacionados con esta tecnología. A través de este laboratorio, se procederá a la puesta en marcha de estas soluciones tecnológicas para llevar a cabo su implantación en el tejido empresarial de diferentes sectores.

Por último, desde ITH se propone como ejemplo de desarrollo y aplicación de la Inteligencia Artificial como herramienta útil para el crecimiento y desarrollo de un sector, a la plataforma Business Intelligence desarrollada por Mabrian Technologies. Se trata de una plataforma enfocada exclusivamente al Sector Turístico, que entre otros proyectos, colabora con la Fundación de Turismo de Benidorm, una cooperación que ha permitido a este destino turístico, completar sus

análisis con una perspectiva multivariable y en tiempo real, que les aporta una visión adicional muy valiosa acerca de cómo los usuarios valoran e interactúan con el destino, sus diferentes productos y sus alojamientos, además de posibilitar la comparativa de estos aspectos con la valoración que obtiene su competencia.

Estos son solo algunos ejemplos sobre los múltiples ámbitos de aplicación y oportunidades de desarrollo que ofrece la Inteligencia Artificial al Sector Turístico, ejemplos que dejan entrever un futuro en que podremos conocer cada vez más y mejor al turista, como individuo, sus gustos y preferencias, e incluso anticiparnos a sus necesidades, tal como planteaba el lema elegido para la pasada edición de FiturechY 2018 - 'El Origen de un sueño', evento en el que se presentó este eBook dedicado al análisis de la IA aplicada al Turismo.

Cabe destacar que la publicación viene precedida por dos eBooks anteriores, denominados 'Tendencias Tecnológicas en Turismo', y 'Smart data y Open data', y que son claro reflejo de la implicación del Grupo de Centros Tecnológicos en Turismo en la investigación y divulgación de las actividades relacionadas con la digitalización de las empresas del Sector Turístico, que se están llevando a cabo en distintos territorios nacionales.

Por último, señalar que la Plataforma Tecnológica del Turismo-Thinktur, gestionada por el Instituto Tecnológico Hotelero, es además de una de las entidades impulsoras de este tipo de actividades, un ecosistema en el que se facilita la relación y creación de alianzas entre diversos agentes proveedores de tecnología,

bienes y servicios del Sector Turístico, todo ello con el fin de mejorar la competitividad del Sector.

Con este objetivo, Thinktur y el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas- Invat.tur, impulsaron hace algo más de dos años la creación del Grupo de Centros Tecnológicos en Turismo, a la que se adhirieron Andalucía Lab, FIT Canarias, Invat.tur, Instituto de Turismo de la Región de Murcia, Instituto Tecnológico Hotelero- ITH, Parque Científico Tecnológico Turístico de Ocio-PCTT, Tecnalia, Turistec y Vicomtech, participantes todos ellos en el desarrollo del eBook: 'Inteligencia Artificial: Desarrollos en Turismo'.

Álvaro Carrillo de Albornoz es director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

La IA tiene sus raíces en los años 50, pero no ha sido hasta ahora cuando ha impactado

Thinktur e Inva.tur impulsaron la creación del Grupo de Centros Tecnológicos en Turismo

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 GALLEGU ALIAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), GERMÁN RUIZ (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), MARGANA 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**

¿Todos contra el alojamiento colaborativo?

Las cañas se vuelven lanzas a las plataformas. La opinión pública está volviéndose en contra de los pisos turísticos ilegales, impulsados por las plataformas online que han convertido el mal llamado alojamiento colaborativo en una ruina para algunas ciudades. Y un gran negocio para grandes multinacionales tecnológicas, que preparan uno de los mayores pelotazos digitales de la historia.

Las plataformas del alojamiento ilegal están siendo desenmascaradas por quienes las ampararon: Ayuntamientos de izquierda radical que sufren las contraindicaciones de su propia medicina. Problemas de convivencia ciudadana, encarecimiento de los alquileres, expulsión de vecinos en barrios céntricos y tematización de centros urbanos. Una excesiva turistificación, que ha puesto

en pie de guerra al electorado natural de los ayuntamientos del cambio y es un palo en las ruedas de sus candidaturas.

Los Ayuntamientos de grandes ciudades turísticas como Palma de Mallorca, Barcelona, Madrid o Valencia, que en algunos casos han señalado a la hostelería como el problema, recurren ahora a la normativa hotelera para intentar poner coto a su verdadero problema: los pisos turísticos ilegales. Coinciden así con los hoteleros que, desde hace años, piden reglas iguales para todos, mientras los ayuntamientos del cambio imponían la peor ley que existe: la del embudo. Con la parte ancha y laxa para el alojamiento colaborativo y una cada día más estrecha y exigente para los hoteles.

Coinciden también con el Ministerio de Hacienda y las Haciendas autonómicas y locales, para las que bajo la falsa pátina colaborativa lo que hay es una creciente economía

sumergida, cuya opacidad fiscal hurta recaudación fiscal tanto en los ingresos que perciben los arrendadores como en la intermediación en las reservas de las plataformas.

O la amenaza que supone para el empleo de calidad y el sistema de pensiones y la Seguridad Social una actividad —falsamente colaborativa— que basa su competitividad frente al alojamiento reglado, en el uso intensivo de empleo sumergido que, al eludir cotizar a la Seguridad Social, es un gran fraude para el sistema de empleo y pensiones. O la opacidad de una falta de datos sobre los clientes alojados que, a juicio de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, afectan tanto a la seguridad ciudadana como a la lucha antiterrorista, que añora la ficha de policía hotelera.

Sin olvidar los agujeros negros que representa para Sanidad y Consumo, por la carencia de una seguridad alimentaria que está asegurada en los establecimientos hoteleros, y en materia de higiene, seguros y garantías para la protección al consumidor, en contraste con la inmensa normativa que regula la hostelería en España.

Investigaciones y estudios del máximo rigor, como el que dirige la profesora Juliet Schor, de la Facultad de Sociología del Boston College, ponen cada vez más al descubierto el lado oscuro de la economía colaborativa. Estudios que están siendo divulgados, paradójicamente, por los medios proclives a *ayuntamientos del cambio*.

Nunca es tarde para rectificar, aunque parte del daño ya esté hecho y hoy parezca difícilmente reparable. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Los Ayuntamientos 'del cambio' apelan ahora a la aplicación de regulación hotelera al mal llamado alojamiento colaborativo, ante la indignación del un electorado que clama contra los pisos turísticos

▲ CHECK-IN / RANKING ICCA 2017

Barcelona, primera en congresos

Barcelona se ha situado como el primer destino de congresos del mundo según el ranking anual de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), que valida los datos sobre reuniones de ámbito internacional que aporta el destino. Una excelente noticia, que matiza la pretendida deriva de la Ciudad Condal en el segmento MICE.

El presidente de Turisme de Barcelona (y del Consejo de Turismo de CEOE), Joan Gaspart, se ha mostrado muy satisfecho por los resultados del Ranking ICCA de 2017, afirmando que "Barcelona se ha superado a sí misma en un año más que complicado". Gaspart ha destacado muy especialmente el trabajo que se está haciendo desde el Barcelona Convention Bureau (BCB), gracias al cual se han alcanzado grandes logros este año y los venideros.

Por su parte, el presidente del BCN, Christoph Tessmar, ha felicitado a todo el equipo que trabaja intensamente para conseguir nuevas candidaturas, poniendo en valor "las mejores instalaciones y servicios para hacer del Turismo de Negocios una actividad económica de la que se beneficia toda la ciudad".

El concejal de Turismo (y vicepresidente ejecutivo de Turisme de Barcelona), Agustí Colom, destacado la vitalidad del Sector Turístico de la ciudad, su capacidad para atraer y mantener el atractivo para acoger citas profesionales. "Barcelona se supera", afirma Colom, "y contradice a aquellos que intentaban minar su reputación con previsiones alarmistas e infundadas". Responde así a las informaciones que achacaban al proceso independentista el declive de la ciudad de Barcelona como sede congresual.

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Ovidio Andrés

El fundador y CEO de Logitravel pretende lograr un hito sin precedentes: convertir una OTA en un grupo turístico. Apoyado en la tecnología, pero muy pegado al suelo del negocio, Andrés ha intentado ocupar incluso el espacio



de Grupos comerciales y no ha dudado para conseguirlo en retener agencias independientes pertenecientes a un Grupo con el que mantenía un acuerdo, tras una abrupta ruptura. ¿Agresividad comercial o falta de ética empresarial?

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / RESERVAS DE HOTEL

¿Intermediación? Sí, gracias

Un estudio elaborado por Infrata, del que se hace eco ETTSA, desacredita la falsa creencia de que las reservas directas son más rentables para los hoteles. Según el citado estudio, el canal indirecto (en referencia a las agencias online) aporta mayor beneficio y, además, contribuye de manera decisiva a incrementar las tasas de ocupación.

En suma, la distribución directa no es más barata para los hoteleros que la intermediada. Según se desprende del estudio publicado por Infrata, consultora especializada en la industria del viaje, la diferencia entre ambos canales es del 0,03% a favor del segundo. O sea, que los hoteleros ganan más cuando venden a través de las OTA, que en la venta directa. En concreto, tomando como referencia una tarifa media de 112 euros, a través del canal directo el hotel consigue un beneficio de 80,92 euros, frente a los 80,94 euros que percibe cuando vende a través de intermediarios.

Además de la mayor rentabilidad del canal indirecto, el estudio también hace referencia a la importancia del mismo en términos de ocupación. Y es que, según sus conclusiones, la apuesta por la venta directa en detrimento de la intermediada conlleva la pérdida del "efecto cartelera" que supone la inclusión de los hoteles en las grandes plataformas de distribución, que les obliga a hacer grandes inversiones en marketing y tecnología.

El presidente de la Asociación Europea de Tecnología y Servicios Turísticos (ETTSA) desmiente "la creencia generalizada de que la distribución directa es más barata para los hoteles que la indirecta".

Preveamos que el número de puntos de venta no varíe / La estrategia que se ha venido siguiendo de crecer a base de bajar cuotas, a la larga no funciona / La competencia es buena, pero debe ser de forma lícita y ética / La venta anticipada está funcionando de forma irregular / Nuestro modelo se basa en mantener e incrementar el nivel de servicios

«Airmet no entra en ningún tipo de guerra de bajada de cuotas»

Juan José Oliván / Presidente de Airmet



A pesar de la mayor competencia en el negocio, con un creciente número de Grupos comerciales y las grandes redes cada vez más volcadas en la captación de agencias independientes por la vía de las franquicias o de las asociadas, Airmet mantiene su fortaleza, superando actualmente los 600 puntos de venta adheridos en el mercado español. Su receta: cercanía a las agencias, gran capacidad negociadora con los proveedores y una apuesta clara por poner al servicio de sus asociados el mayor número de desarrollos tecnológicos. Su presidente, Juan José Oliván, habla del presente y futuro de uno de los Grupos comerciales más potentes del mercado español.

P.- Airmet cerró 2017 con 636 puntos de venta en el territorio español. ¿Cómo han arrancado el año?

R.- En los últimos años nuestra tendencia en este apartado suele ser de una variación de un 2% o 3% en cuanto a bajas los tres primeros meses, que luego vamos recuperando con la excelente labor que realizan nuestros delegados comerciales. En cuanto a este año, la tendencia se mantiene y preveamos que el número de puntos de venta no varíe.

P.- ¿Cómo funciona el negocio en el mercado portugués?

R.- Airmet Portugal se creó como una empresa independiente de España y tengo que destacar que el buen trabajo que han venido desarrollando estos últimos años les ha convertido en un grupo de referencia en el país vecino.

P.- ¿Se han planteado dar el salto a algún otro país? ¿Por qué y a cuál?

R.- Nuestra vocación siempre ha sido el mercado español y no tenemos planes de dar el salto a otro país. No obstante, como dice el dicho nunca se deben poner puertas al campo.

P.- ¿Les ha afectado la conversión de Traveltool en Grupo comercial? ¿Han perdido muchas agencias por este motivo?

R.- Como ya he manifestado al principio, nuestra tendencia en este apartado es la misma que en años anteriores, por lo que la presencia de Traveltool este año como Grupo comercial no ha cambiado nada en este apartado.

P.- ¿Cree que se trata de una estrategia errónea?

R.- Es algo que considero que no me corresponde a mi valorar. Cada empresa define su estrategia y será el tiempo y los resultados los que dictaminen si es o no errónea.

P.- Como bien sabrá, son muchos los Grupos comerciales que atraviesan dificultades económicas actualmente. ¿Qué cree que ha provocado esta situación?

R.- Aquí quizás se han juntado varios factores. No podemos olvi-

dar que la situación de crisis vivida ha afectado a todas las empresas, pero además creo que la estrategia que se ha venido siguiendo de crecer a base de bajar cuotas, a la larga no funciona, pues nunca se cumplen los datos de crecimiento y esta política obliga a retirar servicios a las agencias y en última estancia a hacer inviable el modelo.

P.- ¿El todo vale se ha instaurado en el negocio de los Grupos comerciales?

R.- Desgraciadamente, la presencia de nuevos grupos ha traído una nueva forma de hacer las cosas. En lugar de poner en valor sus diferencias, la estrategia que han tomado es la de descalificar a los

grupos existentes que bajo mi punto de vista durante muchos años llevamos desarrollando una labor que ha permitido la supervivencia de muchas agencias independientes. Por otra parte, creo que, aunque al principio suelen obtener resultados, a la larga el tiempo irá poniendo a cada uno en su sitio. Yo creo que la competencia es buena, pero debe ser de forma lícita y sobre todo ética.

P.- ¿Cómo hace frente Airmet a este tipo de estrategias, en algunos casos suicidas, de determinados competidores?

R.- Nosotros ya hace años que tomamos la determinación de no cambiar nuestra política en cuanto a captación de agencias y no entrar en ningún tipo de guerra de bajada de cuotas. Nuestro modelo se basa en mantener e incrementar

el nivel de servicios que prestamos a nuestras agencias clientes y con ello conseguir que las mismas sean más competitivas.

P.- Airmet anunció recientemente que facilitará la reserva de cruceros a través de su plataforma Travelmet. ¿Qué servicios ofrecerá?

R.- Como ya anunciamos en nuestra última convención, hemos apostado por crear una nueva plataforma partiendo desde cero, lo cual nos está conllevando mucho tiempo de esfuerzo y de desarrollo informático, y que verá la luz con este primer contenido de reserva de cruceros a los que se le irán sumando otros como reservas

aéreas, coches de alquiler y reserva de hoteles, para luego pasar a una segunda fase con nuevos contenidos. Vamos a seguir en nuestra apuesta por dotar a nuestras agencias de herramientas tecnológicas que les permitan optimizar y rentabilizar al máximo su trabajo.

P.- ¿Qué otras herramientas tecnológicas ponen a su disposición de sus agencias de viajes?

R.- En estos momentos contamos con la plataforma Look4trip para la reserva de hoteles; con IRT Gestión Plus, programa de gestión; con View Travel, novedosa plataforma para presentar los viajes de una manera personalizada e inspiradora; y con una Intranet que considero que es la mejor que existe en estos momentos. También disponemos de páginas web con módulos de venta online.

P.- ¿Cuál cree que son las principales virtudes de Airmet?

R.- Yo creo que nuestra apuesta permanente por mejorar los servicios que prestamos a las agencias, tanto a nivel tecnológico como a nivel de asesoría jurídica, tan necesarios hoy en día. A los que hay que añadir la atención comercial cercana que prestan nuestros delegados y nuestro principal objetivo que es buscar la mayor rentabilidad para las agencias mediante la constante negociación con proveedores de campañas especiales.

P.- La realidad virtual llegó a centenares de agencias de Airmet. ¿Es realmente útil?

R.- A medida que los contenidos se vayan ampliando su utilidad ira siendo mayor. Y ofrecerá un valor al cliente final mediante la experiencia única de mostrar y hacer sentir al cliente, el destino de forma virtual.

P.- Hace más de un año anunciaron que recurrirían la sanción que les impuso la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). ¿En qué punto se encuentra este asunto?

R.- Pues a día de hoy seguimos sin ninguna novedad en este apartado por parte de la justicia.

P.- ¿Cómo está funcionando la campaña de venta anticipada?

R.- Está funcionando de forma irregular dependiendo de los productos. Bien para los grandes viajes y cruceros, pero regular para el resto de los productos. Creo que también ha influido el mal tiempo meteorológico que no ha animado mucho a pensar en vacaciones.

P.- ¿Cree que será un mejor verano que el de 2017?

R.- Opino que este verano vamos a seguir en la línea de recuperación que hemos tenido en los últimos años ya que el deseo de viajar está muy extendido y es algo que todos deseamos cumplir.

Nuestra vocación siempre ha sido España y no tenemos planes de dar el salto a otro país

Nuestra labor ha permitido la supervivencia de muchas agencias de viajes independientes

Crearemos una plataforma partiendo desde cero

Como ya anunciamos en nuestra última convención anual, desde Airmet hemos apostado por crear una nueva plataforma Travelmet partiendo desde cero, lo cual nos está conllevando mucho tiempo de esfuerzo y de desarrollo informático, y que verá la luz con este primer contenido de re-

serva de cruceros a los que se le irán sumando otros como reservas aéreas, vehículos de alquiler y reserva de hoteles, para luego pasar a una segunda fase con nuevos contenidos. Vamos a seguir en nuestra apuesta por dotar a nuestras



JUAN JOSÉ OLIVÁN

agencias de viajes de herramientas tecnológicas que les permitan optimizar y rentabilizar al máximo su trabajo. En estos momentos contamos con la plataforma Look4trip para la reserva de hoteles; con IRT Gestión Plus, programa

de gestión; con View Travel, novedosa plataforma para presentar los viajes de una manera personalizada e inspiradora; y con una Intranet que considero que es la mejor que existe en estos momentos en el Sector. También disponemos de páginas web con módulos de venta online.



Somos aquellos
que se enamoran de un viaje.

RONDÓ VENECIANO.

Atenas • Corfú • Bar • Dubrovnik • Zadar • Venecia • Trieste



EL MEJOR
todo incluido
CON LA MEJOR
gastronomía

8 días y 7 noches a bordo del HORIZON por **909€** todo incluido.



Vuelo incluido desde Madrid y Barcelona. Llevamos tu equipaje desde el avión al barco.

*Precios por persona con vuelo y tasas y otros cargos incluidos.

Paquete Conoce 5 Excursiones

Por **125€**

pullmantur
cruceros



Premio Excellence a la mejor tripulación nueve años seguidos.

cruceros
como somos

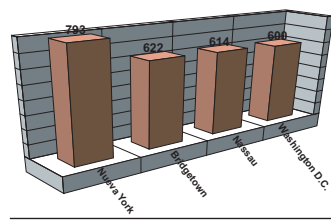
Precio por persona en ocupación doble. El precio incluye: Crucero de 7 noches en régimen de Todo Incluido + Tasas y otros cargos + vuelo desde Madrid o Barcelona en clase turista. No incluye cargo por servicio y administración. 3ª y 4ª pax y niños: consultar descuentos aplicables según itinerario. Tasas y otros cargos: 210€. Cargo por servicio y administración: 72€. Plazas limitadas. Precios no válidos para Grupos y no acumulables a otras ofertas y promociones en las mismas fechas y salidas. Esta oferta anula a las anteriores publicadas para las mismas fechas y destinos. Consultar condiciones en el Catálogo de Cruceros Pullmantur 2018.

ESCAPARATE

El destino MICE más caro es Nueva York

El coste diario por día para viajes de negocio en Nueva York es de 793 euros, el más caro del mundo, según el último estudio de ECA International. Le siguen Ginebra, Zurich, Luanda y Bridgetown. **Pág. 32**

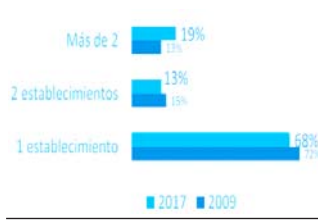
Precio ciudades estadounidenses



Las agencias de una única oficina sufren más la crisis

En 2009 había 3.960 agencias con un único punto de venta. Dicho modelo de negocio ha sufrido un retroceso del 22,7% en ocho años, cerrándose 2017 con 3.060 agencias de estas características. **Pág. 12**

Establecimientos por agencia



Aumenta casi un 10% el gasto de viajes al extranjero

En enero y febrero, los españoles han destinado a sus viajes al extranjero 2.617 millones de euros, lo que supone un 9,6% más. La tasa es más moderada en comparación con la del 12,3% del global de 2017. **Pág. 7**

PRONTUARIO

El trabajo de dos años en MPI

MI ANDADURA COMO presidenta del capítulo español de MPI arranca en julio de 2016 y finaliza en julio de 2018. En este periodo hemos vivido una evolución a capítulo ibérico integrando a nuestros colegas portugueses. Valorar mi periodo al frente del organismo es sencillo, sobre todo si me puedo centrar en los aspectos más positivos.

Realmente ha sido una etapa absolutamente transformadora

sobre todo para una empresaria emprendedora como yo con una experiencia de más de 20 años al frente de mis propios proyectos empresariales. Liderar, que no dirigir, proyectos de voluntariado realmente aporta, a un perfil como el mío, un valor único.

En este periodo hemos trabajado la asociación como una comunidad de profesionales con foros de discusión y aportaciones de valor, hemos vivido el crecimiento sostenido del número de miembros, hemos aumentado a más del doble el número de socios de la tipología organizador de eventos, constante aumento de los acuerdos de colaboración y patrocinio, hemos sido parte del comité organizador del encuentro europeo de MPI en Granada (febrero 2017), hemos diseñado un calendario de actividades educativas que sirve de ejemplo para muchos colectivos, participamos activamente en el Foro de Asociaciones por la mejora de nuestra industria, hemos mejorado las vías de comunicación con nuestra comunidad. En definitiva, muchas horas de trabajo que se hacen de forma desinteresada por el bien de un colectivo.

En lo que respecta a España, en el mes de julio habrá llegado la hora de dar paso a nuevo talento, nueva fuerza y dirección y ceder el testigo con sumo placer a mi compañera y colaboradora Alessia Comis.

↪ **Angeles Moreno** es presidenta MPI Iberian Chapter.

La Unión Europea y la OMT buscan convencer a la opinión pública de la importancia del Turismo

Los países de la UE han obtenido 342.000 millones de euros en ingresos por Turismo

La Comisión Europea y la Organización Mundial del Turismo (OMT) intentan trasladar a la ciudadanía los beneficios sociales y económicos

de la actividad turística. "El crecimiento sostenido del Turismo ha sido esencial en la recuperación económica", recuerda Zurab

Pololikashvili. En la Unión Europea operan más de dos millones de sociedades dedicadas principal o parcialmente al Turismo.

La OMT y la Comisión Europea han elaborado un informe con el objetivo de trasladar a la opinión pública la crucial contribución del Turismo. En respuesta a la incipiente animadversión a esta actividad en determinadas zonas y épocas del año, ambas ponen de relieve los principales beneficios sociales y económicos del Turismo en los 28 países que integran la Unión Europea (UE).

Los resultados preliminares para 2017 indican que las llegadas de turistas internacionales a los Estados miembros han crecido un 8%, hasta alcanzar los 538 millones (el 40% del total a nivel mundial). El Turismo receptivo en la UE ha registrado un incremento continuado desde 2009, con tasas anuales superiores al 4% en los últimos cinco años. Al respecto, el secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, afirmó que "el crecimiento sostenido del Turismo ha sido esencial en la recuperación económica de numerosos países de Europa y de todo el mundo, contribuyendo a la creación de

empleo, el crecimiento económico y una balanza de pagos saludable".

En 2016, los países de la UE obtuvieron 342.000 millones de euros en ingresos por Turismo internacional (el 31% del mundo). Como el gasto en viajes al extranjero de los residentes europeos ascendió en el mismo año a 315.000 millones, la UE obtiene un superávit de 27.000 millones en la balanza comercial del Turismo.

Cuarta en exportación

El transporte internacional de pasajeros (no residentes) ha generado, según estimaciones de la OMT, otros 67.000 millones de euros, con el resultado de unos beneficios totales por exportaciones de Turismo internacional de 409.000 millones. Esto representa un 6% de las exportaciones de bienes y servicios de la UE, lo que convierte al Turismo en la cuarta mayor categoría de exportaciones, solo superado por los productos químicos, la automoción y la industria alimentaria.



Operan más de dos millones de sociedades dedicadas principal o parcialmente.

En la Unión Europea operan más de dos millones de sociedades dedicadas principal o parcialmente al Turismo, con un porcentaje mayoritario de pequeñas y medianas empresas, que dan trabajo a 12 millones de personas. La contribución directa de esta actividad al Producto Interior Bruto (PIB) se sitúa en el 11%. Como con-

clusión, Pololikashvili subraya que "el Turismo es un pilar clave de la estrategia de la UE para el empleo y el crecimiento inclusivo". Además, se muestra convencido de que "nuestra fuerte alianza con la Unión Europea seguirá impulsando la calidad, la sostenibilidad y la competitividad del Sector Turístico".

Reino Unido ampliará el alcance del viaje combinado

ABTA advierte de lo ajustado del plazo que dispondrán las empresas del Sector Turístico

El Gobierno británico ultima la modificación de la normativa de viajes combinados. Su pretensión es ampliar el sistema de protección, del que hasta ahora se beneficiaban en exclusiva los viajeros que contraten 'paquetes' turísticos (unos 20 millones anuales), de tal forma que también estén cubiertos por el mismo las personas que contraten viajes vinculados.

El cambio normativo previsiblemente verá la luz el próximo



Mark Tanzer

mo 1 de julio, es decir, en plena temporada de verano, lo que preocupa a las agencias de viajes del país. En palabras del director ejecutivo de la Asociación de Agencias de Viajes de Reino Unido (ABTA), Mark Tanzer, "el calendario es muy ajustado para que las empresas lleven a cabo los cambios necesarios" antes de la fecha indicada. Por este motivo, la Asociación está volcada en ayudar a sus miembros "a comprender sus responsa-

bilidades legales y adoptar las modificaciones necesarias".

ABTA aplaude el cambio

Más allá del escaso margen que tendrán las agencias y de que el cambio pueda entrar en vigor durante la temporada estival, ABTA ve con buenos ojos la nueva normativa de viajes combinados. "Se clasificarán más viajes como 'paquetes' turísticos, lo que significa una mayor protección para este tipo de vacaciones", aplaude el presidente de ABTA.

El máximo responsable de ABTA añade que esta modalidad "ofrece las mayores garantías a los consumidores: no solo tienen derecho a reembolso ni a repatriación si su empresa quiebra, sino que también se benefician de protección legal adicional, como por ejemplo, el derecho a reembolso si el mal tiempo provoca que su viaje no pueda ser provisto". "Si su viaje está cubierto o no por estas normas, dependerá de qué y cómo reservó, por lo que es muy importante que consulte con su agencia de viajes", concluye Tanzer.

Cambios en la dirección y estructura de OMT

La Organización Mundial del Turismo (OMT) llevará a cabo cambios de calado con el objetivo de optimizar la eficiencia de la entidad. El secretario general, Zurab Pololikashvili, ha impulsado el nombramiento del director general de TurEspaña, Manuel Butler, como director ejecutivo y el de Jaime Alberto Cabal (Colombia) como secretario general adjunto.

Finaliza con éxito el primer crucero accesible

Unas 2.500 pasajeros con y sin discapacidad han participado en el primer crucero accesible que se ha realizado en Europa. A bordo del buque Sovereign de Pullmantur Cruceros, los huéspedes han disfrutado de una ruta de una semana de duración especialmente diseñada y adaptada a sus necesidades. Han recorrido España, Francia e Italia.

Confibus se integra en el ObservaTUR

Confibus ha anunciado su incorporación formal al Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, el primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado en Turismo emisor. Confibus representa a las compañías de autobús españolas, un sector integrado por más de 3.400 empresas, con un total de 42.000 vehículos, que factura 3.000 millones de euros anuales.

Las marcas de Hotelbeds usarán la misma plataforma

Hotelbeds Group ha dado a conocer las últimas novedades de su estrategia tecnológica tras la integración de Tourico Holidays y GTA el año pasado. Así, todas sus marcas (Hotelbeds, Bedsonline, Tourico Holidays y GTA) pasarán a utilizar la misma plataforma tecnológica antes de finales de año. Además, Chris Branagan ha sido nombrado director de Tecnología del grupo.

El Turismo emisor sigue disparado al inicio de año

Los españoles han destinado a sus viajes al extranjero 2.617 millones de euros en los dos primeros meses de 2018, lo que supone un aumento del 9,6%. La tasa es más moderada en comparación con la del 12,3% del global de 2017.



Los pagos son de 1.333 millones.

Los pagos realizados por los residentes en España para viajar al extranjero continúan creciendo con fuerza en 2018. Según los datos de la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, ascienden a 1.333 millones de euros en febrero, lo que supone un repunte interanual del 9,4%.

Como publicó NEXOTUR, en enero se situaron en 1.284 millones, un 9,9% por encima de 2017. De este modo, en el periodo acumulado suben un 9,6%, hasta 2.617 millones.

Menos intenso

Pese a ser muy positivo, el crecimiento registrado en estos dos meses es menos intenso en comparación con el alcanzado en el global de 2017. En dicho ejercicio se llegó a la cifra récord de 19.586 millones de euros, con un incremento interanual del 12,3%.

Se trató del tercer crecimiento de doble dígito consecutivo. 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%.

Los ingresos también siguen subiendo en comparación con el ejercicio anterior. Se situaron en enero en 3.645 millones, con un aumento del 6,5%, mientras que en febrero ascienden a 3.209 millones, un 3% más que hace un año. El crecimiento en el acumulado es del 4,8%, hasta 8.854 millones.

Ávoris acuerda con Serhs la compra del 100% de su división de Turismo

La operación incluye la compra de la mayorista Rhodasol

Ávoris prosigue con su crecimiento corporativo. Serhs ha suscrito un acuerdo con el Grupo Barceló para la integración de su negocio de intermediación turística, Serhs Tourism & Hotels, en Ávoris. La operación incluye a la mayorista Rhodasol. Está sujeto a la aprobación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Ávoris se hará con el 100% del negocio turístico de Serhs (alojamiento, servicios de *handling*, *transfers*, excursiones y *tours*). La integración de Serhs Tourism en la estructura de Ávoris se realizará manteniendo tanto la marca Serhs como la plantilla y los equipos actuales.

La venta permitirá a Serhs continuar con la implantación de su plan estratégico basado en la concentración de sus actividades clave, mientras que Ávoris incorporará a su cartera de productos una estructura de contratación vacacional con los cerca de 5.000 hoteles que posee Serhs. Según destacan desde Barceló, "la incorporación de este producto será clave para los canales de venta de Ávoris tanto en España como en Portugal, además de suponer una importante cartera de turoperadores europeos sobre todo en los países del centro de Europa, del este, nórdicos y Rusia, donde Serhs constituye un actor impor-

tante del Sector". Por otro lado, Rhodasol abastece a agencias minoristas de España, Portugal y del mercado francófono, sumando más de 11.500 clientes.

Sinergias 'muy positivas'

En palabras del CEO de Ávoris, Gabriel M. Subías, "este acuerdo nos llena de satisfacción ya que va a generar sinergias muy positivas en nuestro grupo, al aunar la fuerza de contratación del grupo Serhs con la capacidad de distribución de las diferentes marcas que componen Ávoris". Además, resalta que "nos permite continuar con nuestro proceso de internacionalización al acceder a la cartera de importantes turoperadores de países del este de Europa y Rusia".

Por su parte, el CEO de Serhs, Jordi Bagó, destaca que se trata de "una operación estratégica para Serhs, en su objetivo de ir tejiendo grandes alian-



Momento de la firma del acuerdo.

zas con *partners* líderes en cada uno de los sectores de actividad de nuestro grupo". "Estamos muy satisfechos con este acuerdo que, sin ninguna duda, reforzará aún más la posición de Serhs Tourism en el mercado vacacional", sentencia.



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.

AEPT debate sobre la protección de datos

La Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) organiza este 21 de mayo en el hotel Santo Domingo de Madrid su XII Foro en el que se analizará el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), que entra en vigor este mes. Al debate también asistirán miembros de UNAV, el Foro de Calidad en Gestión de Patrimonio Cultural y CEHAT.

El 60% equipara el gasto en hospedaje y vuelos

El 60% de los españoles destinarán al hospedaje un presupuesto igual o mayor que el reservado para los billetes de avión, según concluye una encuesta de Skyscanner sobre las nuevas tendencias de viaje de cara a este verano. Tres de cada 10 asegura que gastará más dinero en hoteles, siendo el mismo porcentaje el que tiene previsto invertir un presupuesto similar para hospedaje y vuelos.

American Express GBT ofrece nueva plataforma

American Express Global Business Travel (GBT) ha presentado una nueva plataforma de reservas de transporte terrestre que ofrece a los viajeros de negocios y a los gestores de viajes una herramienta para monitorizar los desplazamientos cortos en *blak cars*, taxis, traslados a aeropuertos en tren o autobús o el *carsharing* gracias a su asociación con Lyft.

Equilibrio territorial en el reparto de los eventos

El Parlamento Vasco ha aprobado por unanimidad una Proposición No de Ley, presentada por el Partido Popular, en la que insta al Gobierno vasco a mantener un equilibrio territorial en el reparto de los eventos y congresos que sean organizados o participados por la institución. Solicita la creación de una Comisión de Trabajo para favorecer el desarrollo del Turismo MICE en todos los territorios.

Jesús Nuño de la Rosa: 'He sido, soy y siempre seré un agente de viajes'

Accedió a la dirección general de Viajes de El Corte Inglés en el año 1998

Jesús Nuño de la Rosa planea ceder por completo el testigo al actual subdirector de Viajes El Corte Inglés, Miguel Ángel de la Mata. No obstante, aclara

que mientras que dure su vida profesional "voy a estar ligado a la agencia, un ámbito del Turismo al que, por razones obvias, aprecio profundamente".

El pasado mes de marzo, el consejo de administración de El Corte Inglés acordaba por unanimidad la designación por cooptación de Jesús Nuño de la Rosa como consejero, nombramiento que fue ratificado a posteriori por la junta general de accionistas. Con este ascenso, logrado tras una intachable trayectoria de dos décadas al frente de la dirección de Viajes El Corte Inglés, se convertía en uno de los hombres fuertes del primer grupo de distribución del país.

Pese a la asunción de las nuevas funciones, hasta el momento Nuño de la Rosa mantiene el cargo de director general de la red minorista, a la que está estrechamente ligada al haber desarrollado toda su carrera profesional en ella. Cabe recordar que accedió al cargo en 1998, es decir, hace ahora 20 años.

No obstante, según revela en declaraciones a NEXOTUR, la idea es ir cediendo el testigo de forma progresiva al nuevo subdirector general, Miguel Ángel de la Mata, que previsiblemente a corto o medio plazo pasará a ocupar el cargo de director general. De momento, a la espera de que esto suceda, Nuño de la Rosa explica que "sigo estando ligado" a Viajes El Corte Inglés, si bien puntualiza que "el día a día no lo lleva".



El consejero-delegado del Grupo El Corte Inglés y director general de Viajes El Corte Inglés, Jesús Nuño, con el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada.

Donde no deja lugar a dudas es al hablar sobre su vinculación con el Sector. "He sido, soy y siempre seré agente de viajes", llega a subrayar, añadiendo que "mientras que dure mi vida profesional, voy a estar ligado a la agencia de viajes, un ámbito del Turismo al que, por razones obvias, aprecio profundamente".

Nuño de la Rosa, que dejará Viajes El Corte Inglés en una situación envidiable (dobla en facturación a la segunda agencia de viajes del país y es una de las pocas redes con núme-

ros negros), aprovechó el marco del Congreso de Turismo de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), celebrado el pasado mes de abril en Cuenca, para despedirse de los profesionales. En su intervención, que tuvo lugar tras la recepción de un distintivo por su implicación con el Asociacionismo, agradeció "todo el apoyo que a lo largo de estos años me habéis dispensado" y avanzó que Viajes El Corte Inglés "seguirá formando parte de UNAV, tal como viene haciendo desde 1978".

España va camino de superar los 86 millones de turistas

Una vez superada la incertidumbre que generó entre los turistas el clima de inestabilidad política en Cataluña, el destino España vuelve a crecer con fuerza. Y ello a pesar de que estaba previsto que la incipiente recuperación de competidores como Turquía, Túnez o Egipto, entre otros, pudiese poner fin al efecto desvío del que se lleva beneficiando en los últimos años.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en los tres primeros meses del año han llegado a España un total de 13,7 millones de turistas internacionales, lo que supone un aumento interanual del 6%. De mantenerse esta evolución en lo que resta de 2018, el destino alcanzaría la cifra récord de 86,7 millones de entradas, frente a la cifra de 81,8 millones que alcanzó en el global de 2017.

Mercados emisores

Por Comunidades, Baleares, Comunidad Valenciana y Madrid lideran, en este orden, el crecimiento del receptivo en el trimestre, con tasas respectivas del 13,1%, 11,5% y 11,1%. No obstante, las más visitadas son Canarias, con 3,7 millones de viajeros y un repunte del 1,7%, y Cataluña, que roza los 3,1 millones, con un incremento del 3,4%.

De los grandes mercados emisores, llama la atención el estancamiento de Reino Unido y Fran-



Baleares lidera el crecimiento.

cia. El primero se mantiene en cabeza pese a registrar un tímido avance del 0,4%, aportando 2,8 millones de turistas. El segundo registra en el trimestre un avance del 0,7%, con cerca de 1,7 millones. Mención especial merece la evolución de países de larga distancia como Estados Unidos y Rusia, con aumentos del 11,7% y del 8,7%, respectivamente, así como el crecimiento del 7,9% de Alemania, segundo emisor solo por detrás de Reino Unido.

En relación al gasto, los ingresos por Turismo ascienden en los tres primeros meses del año a 14.735,4 millones de euros, lo que supone una subida interanual del 7,7%. El desembolso medio por persona aumenta un 1,6%, situándose en 1.074 euros, mientras que el diario lo hace un 3,8%, hasta los 139 euros.

Valencia: 'Es clave limitar el uso turístico de viviendas'

Enmienda que permitirá 'ejercer mayor control sobre viviendas turísticas'

El Ayuntamiento de Valencia se toma en serio el impacto del *boom* del denominado alojamiento colaborativo. Con el objetivo de frenar la actividad ilegal que se esconde tras el mismo, ha intensificado las inspecciones para detectar qué inmuebles no cumplen con la normativa recogida en el Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) o bien no están inscritos en el registro de la Agencia Valenciana de Turismo. A todas las viviendas que no estén regularizadas se les da dos meses para corregir su situación y, en caso de que esto no suceda, se les prohíbe el alquiler vacacional.

Además del aumento de las inspecciones, el Ayuntamiento ha adoptado medidas adicionales para atajar esta problemática. En declaraciones a NEXOTUR, la primera teniente alcalde, Sandra Gómez, explica que "estamos trabajando por un modelo de ciudad y de Turismo que garantice la convivencia entre turistas y residentes". "Por ello, desde la Concejalía de Turismo, se ha impulsado una enmienda a la Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Generalitat Valenciana, que permitirá al Ayuntamiento de Valencia ejercer un mayor control sobre las viviendas turísticas", revela.

En paralelo, el Ayuntamiento va a convocar una mesa de trabajo en la que participarán apartamentos turísticos y vecinos. Pretenden con ello "establecer diálogo y consenso sobre las cuestiones más susceptibles en esta materia", apunta Gómez. Como punto y final subraya que "es clave, para la sostenibilidad turística, limitar el uso turístico de viviendas en edificios residenciales, promoviendo en colaboración con el conjunto de administraciones un desarrollo más sostenible y en condiciones de competencia similares para las diferentes modalidades de alojamiento".



La primera teniente alcalde del Ayuntamiento de Valencia, Sandra Gómez.

Deutsche Bank e IATA estrenan sistema de pagos

Deutsche Bank pone en marcha en colaboración con la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) un proyecto piloto de solución de pagos. Pretenden reducir los costes del proceso de pagos entre los clientes y las aerolíneas. Deutsche Bank recogerá el dinero de los clientes directamente de sus cuentas en línea, ofreciendo así una mayor velocidad, seguridad y transparencia.

Iberia Plus presenta su nuevo buscador de vuelos

Iberia Plus ha incorporado en Iberia.com un nuevo buscador que facilita la conversión de los Avios en vuelos. Ese buscador comprueba, en tiempo real, las plazas disponibles en los vuelos que pueden ser canjeadas. Además, ofrece sugerencias de viaje para cada cliente, personalizadas para la zona geográfica seleccionada y teniendo en cuenta el saldo de Avios del cliente.

Japan Airlines ofrece sus servicios en Travelport

En un momento de creciente interés de Japón por parte de turistas de todo el mundo, Travelport y Japan Airlines han firmado un nuevo acuerdo de contenido por el que la aerolínea podrá utilizar la solución Rich Content and Branding de la plataforma. La compañía aérea mostrará sus tarifas de vuelo y servicios complementarios, de manera gráfica, en Travelport.

El empleo turístico como motor en Oriente Medio

Bajo el lema 'Desarrollo del capital humano en el turismo: nuevas perspectivas', los ministros de Turismo de Oriente Medio han debatido sobre el empleo en el Sector en la 44ª reunión de la Comisión Regional, organizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Ministerio de Turismo egipcio. Seis millones de puestos de trabajo en la región están relacionados con el Sector.

Las agencias de viajes 'corporate' de España podrán seguir renunciando al REAV

La sentencia del TJUE 'nos es aplicable de forma directa a España', asegura la gerente de CEAV

Las agencias dedicadas al *corporate* pueden respirar tranquilas. La gerente de CEAV, Mercedes Tejero, confirma a NEXOTUR que podrán continuar aplicando el tipo general de IVA cuando les convenga, es decir, en aquellas operaciones en las que el destinatario de las operaciones sea un empresario o profesional que tenga derecho a deducción o a devolución de las cuotas soportadas del im-



Mercedes Tejero

puesto. A priori se mantendrá la posibilidad de renunciar al régimen especial de IVA para agencias (REAV) en estas ventas.

Como publicó NEXOTUR, en una sentencia dictada el 8 de febrero, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) determinó que no debería existir esta opción. Sin embargo, Tejero aclara que dicho fallo "nos es aplicable de forma directa a España". Según detalla,

"nuestro régimen ya tuvo una sentencia y se cambió la normativa, que ha sido aceptada como conforme al Derecho comunitario". Añade que la Unión Europea (UE) "está llevando a cabo un estudio para cambiar la Directiva, opción más probable".

A raíz de la sentencia europea, la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) advirtió de las duras consecuencias que traería consigo este cambio normativo. Según denuncia, esta prohibición haría que las agencias dejen de ser

competitivas en el *corporate*, ya que a los sujetos pasivos les resultará más económico comprar a los proveedores o a las agencias que operan desde fuera de la UE. "Está es la razón por la cual muchos Estados miembros permiten la aplicación del tipo normal de IVA en estos casos", remarca.

Reglas obsoletas

Para ECTAA, el negocio de la distribución turística ha experimentado un cambio sustancial desde la introduc-

ción del régimen especial en 1977. Por ello, considera que la decisión del TJUE "demuestra la extrema necesidad de reformarlo". Para su presidenta, Merike Hallik, "ya es hora de que los legisladores de la UE aborden el problema de las reglas obsoletas del IVA para las agencias". "Es de interés para la industria y los Estados miembros por igual el establecimiento de un marco fiscal que permita a las agencias competir en un campo de juego nivelado y evitar reglas complejas que no sirven a nadie", concluye.

**NUESTRA FUERZA ESTÁ EN LAS
1.600 AGENCIAS DE VIAJES
QUE REPRESENTAMOS
EN TODO EL MUNDO**



[Facebook.com/GrupoGEA.Spain](https://www.facebook.com/GrupoGEA.Spain)

[Facebook.com/mundigea.spain](https://www.facebook.com/mundigea.spain)

Youtube: [GEA Travel Media](https://www.youtube.com/GrupoGEA)

grupogea.com

mundigea.com

mundigeaonline.com

mundigeamagazine.com

GEACENTRAL@GRUPOGEA.COM

952376655

Barcelona escala hasta la primera posición del Ranking ICCA con España situada en cuarto lugar

ICCA ha contabilizado un total de 12.558 congresos de asociaciones internacionales en todo el mundo

España sigue siendo una de las potencias mundiales como destino de reuniones al alcanzar la cuarta posición del Ranking de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA).

Estados Unidos lidera la clasificación mundial por países, mientras que Barcelona ha dado el salto a la primera posición por ciudades desbancando de ese lugar a París. Por participantes, el

ranking también refleja el liderazgo de Estados Unidos con 424.000 delegados, seguido de España, que con 328.000 participantes, ha subido tres posiciones y con un 49,8% más.

En la clasificación de 2017 España ha subido una posición respecto al año anterior al acoger un total de 564 reuniones de asociaciones internacionales, un 5,8% más que en 2016, lo que le ha permitido alcanzar el cuarto puesto. En primer lugar está Estados Unidos con 941 eventos, seguido de Alemania (682) y Reino Unido (592). Tras España completa el top ten internacional Italia con 515 reuniones, Francia con 506, Japón con 414, China con 376, Canadá con 360 y Holanda con 307.

ICCA ha contabilizado un total de 12.558 congresos de asociaciones internacionales en todo el mundo, lo que marca un nuevo récord histórico al superar en un 2,8% la cifra de 2016. El CEO de ICCA, Martin Sirk, ha destacado que "en un mundo de disrupción e imprevisibilidad, el continuo crecimiento de las reuniones de las asociaciones internacionales no es una sorpresa". "Todavía estamos en un periodo de cambios revolucionarios en términos de avances científicos y tecnológicos, que están transformando los campos de asociación tradicionales, como la sanidad y el comercio", asegura a la vez que añade que "para dar sentido al tsunami de nuevos datos e información, las comunidades de asociaciones deben reunirse". "No solo en sus reuniones tradicionales y bien establecidas, sino en nuevas reuniones específicamente inventadas para servir a nuevos campos académicos o para llegar a nuevas audiencias", continúa y finaliza destacando que "estas son las presiones que creemos que continuarán impulsando el Sector muchos años más".

Ranking por ciudades

En cuanto a continentes, Alemania lidera el ranking europeo con 682 eventos, seguido de Reino Unido (592), España (564), Italia (515) y Francia (506). A continuación aparecen Holanda (307), Portugal (298), Austria (281), Suecia (255) y Suiza (230). La región Asia-Pacífico está liderada por Japón (414 reuniones), seguido de China (376), República de Corea (279), Australia (258), India (175), Tailandia (163), Singapur (160), Taipéi (141), Hong Kong (119) y Malasia (112). En América la clasificación la encabeza Estados Unidos (941 eventos), seguido de Canadá (360), Brasil (237), Argentina (199), México (198), Colombia (142), Chile (119), Perú (96), Uruguay (58) y Panamá (42). Sudáfrica lidera el ranking en el continente africano con 122 reuniones, seguido de Marruecos (33), Ruanda (21), Egipto, Etiopía y Kenia (17), Túnez (14), Uganda (13), Chana (12) y Tanzania (11). Por último, en Oriente

medio destaca Emiratos Árabes Unidos, en primer lugar, con 70 eventos, seguido de Omán (12), Bahrein y Qatar (11) y Jordania (10).

Por ciudades, Barcelona se ha hecho con el primer puesto en 2017 al acoger 195 eventos, un 7,7% más que el año anterior, donde se quedó en tercer lugar. La siguen París y Viena con 190 reuniones, Berlín con 185, Londres con 177, Singapur con 160 y Madrid con 153, que mantiene el séptimo puesto de 2016, pero con un 6,3% más de eventos. A continuación están Praga con 151 reuniones, Lisboa con 149 y Seúl con 142. El Ranking ICCA de 2017 también incluye otras ciudades españolas, como Valencia, en el puesto 68 con 37 eventos, Sevilla (puesto 119, 22 eventos), Bilbao y Málaga (puesto 177, 15 eventos), Granada y San Sebastián (puesto 206, 13 eventos) o Santiago de Compostela (puesto 228, 12 eventos).

Al mirar la clasificación por continentes, en el caso de Europa el ranking lo encabeza Barcelona (195 eventos), seguida de París y Viena (190), Berlín (185), Londres (177), Madrid (153), Praga (151), Lisboa (149), Budapest (128) y Dublín (117). En Asia-Pacífico la clasificación la encabeza Singapur (160 reuniones), seguida de Seúl (142), Hong Kong (119), Bangkok (110), Tokio (101), Pekín (81), Sídney y Taipéi (76), Melbourne (67) y Kuala Lumpur (65). Buenos Aires encabeza el ranking en América con 131 eventos, seguida de Montreal (96),

ESTADÍSTICAS DEL 'RANKING ICCA' POR PAÍSES Y CIUDADES

Pos.	Países 2017	Reun.	Países 2016	Reun.	Pos.	Ciudad 2017	Reun.	Ciudad 2016	Reun.
1	Estados Unidos	941	Estados Unidos	934	1	Barcelona	195	París	196
2	Alemania	682	Alemania	689	2	París	190	Viena	186
3	Reino Unido	592	Reino Unido	582	3	Viena	190	Barcelona	181
4	España	564	Francia	545	4	Berlín	185	Berlín	176
5	Italia	515	España	533	5	Londres	177	Londres	153
6	Francia	506	Italia	468	6	Singapur	160	Singapur	151
7	Japón	414	Japón	410	7	Madrid	153	Madrid	144
8	China	376	China	410	8	Praga	151	Ámsterdam	144
9	Canadá	360	Holanda	368	9	Lisboa	149	Lisboa	138
10	Holanda	307	Portugal / Canadá	287	10	Seúl	142	Seúl	137

Fuente: Ranking ICCA.

© NEXOTUR

Lima (74), Toronto (73), Ciudad de México (67), Santiago de Chile (66), Vancouver (61), Sao Paulo (55), Bogotá (52) y Washington (51). En África es líder Ciudad de Cabo con 53 reuniones, seguida de Johannesburgo (23), Kigali (21), Marrakech (20), Addis Ababa (17), Nairobi (13), Durban (12), El Cairo (11), Accra y Kampala (10) y Tshwane-Pretoria (9). Finalmente, Dubái encabeza la clasificación en Oriente Medio con 37 eventos seguida de Abu Dhabi (27), Muscat (12) y Doha y Manama (11).

Por participantes, el Ranking ICCA 2017 también refleja el

liderazgo de Estados Unidos con 424.000 delegados, seguido de España, que con 328.000 participantes, ha subido tres posiciones y ha conseguido un incremento del 49,8% respecto a 2016. A continuación aparecen Alemania (246.000), Francia (211.000), Reino Unido (193.000), Italia (172.000), Canadá (168.000), Austria (139.000), Holanda (135.000) y Japón (133.000).

Participantes en las reuniones

Respecto a los asistentes por ciudades, Barcelona también es líder a nivel internacional con unos

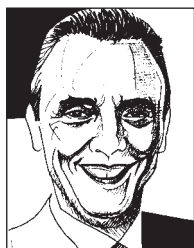
149.000 delegados, un 49,8% más que en 2016 y ascendiendo desde el tercer lugar del ranking anterior. La siguen en segunda y tercera posición Viena y París con 114.000 y 112.000 participantes, respectivamente, y en cuarto lugar está Madrid con 110.000 asistentes. El caso de la capital de España es sorprendente, ya que ha alcanzado este top5 desde la posición número 25 de 2016, unas cifras que han dejado un incremento del 193%. El top ten lo completan Berlín (97.500), Singapur (83.700), Londres (78.800), Lisboa (76.500), Ámsterdam (75.500) y Praga (66.700).

'Barcelona se ha superado en un año complicado', afirma el presidente de Turismo de Barcelona

Del Turismo de negocios 'se beneficia toda la ciudad', asegura Gaspart

El presidente de Turismo de Barcelona, Joan Gaspart, se ha mostrado muy satisfecho por los resultados del Ranking ICCA de 2017, afirmando que "Barcelona se ha superado a sí misma en un año más que complicado". Gaspart ha querido felicitar especialmente el trabajo que se está haciendo desde el Barcelona Convention Bureau (BCB), gracias al cual se han alcanzado grandes logros este año y los que vendrán.

Por su parte, el presidente del BCN, Christoph Tessmar, ha felicitado a todo el equipo que trabaja intensamente para conseguir nuevas candidaturas. También ha querido poner en valor la fortaleza de la ciudad y el emprendimiento



Joan Gaspart

de su gente ofreciendo "las mejores instalaciones y servicios para hacer del Turismo de negocios una actividad económica de la que se beneficia toda la ciudad".

El concejal de Turismo, Comercio y Mercados del Ayuntamiento y vicepresidente ejecutivo

de Turismo de Barcelona, Agustí Colom, ha destacado la vitalidad del sector turístico de la ciudad, su capacidad para atraer y mantener el atractivo para acoger citas profesionales. Además, ha puesto en valor el buen trabajo del BCB y del Gobierno municipal de Barcelona, que ha reforzado la actividad de promoción y el contacto con organizadores de congresos desde el último trimestre del año.

Colom ha considerado positivamente esta escalada de posiciones en el ranking y ha reiterado que "Barcelona se supera y contradice a aquellos que intentaban minar su reputación con previsiones alarmistas e infundadas", y ha añadido que "afortunadamente el buen trabajo contrarresta, y Barcelona vuelve a superarse en este sector turístico que es de los que más revierte, y más directamente, en el ecosistema económico y de talento de la ciudad".

Fira de Barcelona

También se han mostrado muy satisfechos los responsables de Fira de Barcelona, el director de Negocio Externo de la institución, Pere Camprubí, ha puesto en valor el

hecho de que los organizadores "estén apostando por la ciudad para llevar a cabo sus congresos" y ha destacado, en concreto, el papel que juega la institución ferial, no solo por el número de eventos de este tipo que acoge en sus recintos de Gran Via y Montjuic, sino sobre todo por la importancia de los mismos y el número de asistentes que congregan.

Camprubí ha señalado que esta posición es fruto de una estrategia puesta en marcha ya hace tiempo por la institución con el objetivo de atraer grandes eventos internacionales, especialmente del campo tecnológico y de la salud, ámbitos donde Fira de Barcelona tiene una posición relevante y "juega un papel tractor para la celebración en la ciudad de reuniones y congresos".

Los palacios de congresos se reunirán en Burgos

La Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE) celebrará su decimoquinto congreso anual del 27 al 29 de junio en el Palacio de Congresos Fórum Evolución de Burgos. Los recintos congresuales españoles están convocados a un encuentro que analizará numerosos temas como la accesibilidad, la estrategia de precios, programas de gestión o la experiencia del cliente.

Arriva pide operar línea ferroviaria internacional

El grupo Arriva, a través de la compañía Arriva Spain Rail, ha solicitado a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) su aprobación para operar una nueva línea ferroviaria entre A Coruña y Oporto (Portugal). Pretende reforzar la conexión internacional entre Galicia y el norte de Portugal, dos territorios con un gran dinamismo socioeconómico.

VDL Bus & Coach finaliza expansión en Escandinavia

A finales del pasado 2017, VDL Bus & Coach anunció haber llegado a un acuerdo para que VDL Bus & Coach Nordic AB adquiriera todas las acciones de la compañía sueca Björks & Byberg. Este acuerdo se finalizó por completo el 4 de mayo. VDL Bus & Coach Nordic, con filiales en Suecia, Finlandia y Noruega, emplea aproximadamente a 60 personas.

Palacio de Palma genera más de tres millones

El Palacio de Congresos de Palma, desde su apertura al público el 1 de abril de 2017, ha generado una renta de 3.352.667,60 euros para las arcas públicas, mientras que la previsión de ingresos global para finales de 2018 se fija en 4.446.451,60 euros. El alcalde de Palma, Antoni Noguera, ha señalado la trascendencia de una gestión "diligente y eficiente".

ECTAA denuncia que las agencias de viajes 'no tienen ni voz ni voto' en los órganos de IATA

Se ha dado 'un pequeño paso hacia un modelo más equilibrado', asegura el 'lobby' europeo

La Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) se fija como prioridad este 2018 reducir algunos de los graves desequilibrios existentes entre compañías aéreas y su principal canal de distribución, las agencias de viajes. El lobby aéreo volcará sus esfuerzos para lograr un modelo de gobernanza más eficiente dentro del programa de agencias de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA).

Según denuncia, "todos los asuntos relacionados con la distri-

bución los deciden unilateralmente las aerolíneas en la PaConf". "Los agentes no tienen ni voz ni voto", critica, si bien destaca que, gracias a sus "repetidas solicitudes", los representantes del Sector de agencias "tienen autorización para participar en este órgano consultivo y expresar sus puntos de vista en todos los asuntos que les afectan". Para ECTAA, "es un pequeño paso hacia una relación más equilibrada", por lo que seguirá presionando a IATA para que las agencias

puedan tener participación en la toma de decisiones.

Quiebras de aerolíneas

Por otro lado, otra de sus prioridades para este 2018 es "convencer a los legisladores de la Unión Europea de la necesidad de introducir una mayor protección de los consumidores ante los ceses de las compañías aéreas". ECTAA "intensificará sus esfuerzos" en este sentido tras un 2017 en el que se ha

registrado "un récord en términos de quiebras de aerolíneas", con casos como el de Air Berlin, Alitalia, Monarch Airlines y Niki".

Para el lobby, resulta incongruente que no haya "obligación para las aerolíneas de hacerse cargo de la repatriación y el reembolso cuando quiebran". "Por el contrario, se obliga a los operadores turísticos a contratar un seguro de responsabilidad para proteger a sus clientes contra incumplimientos de proveedores, incluidas las líneas aéreas", añade.



Merike Hallik preside ECTAA.

Apostamos por el Business Travel

Proporcionamos a nuestras agencias del Corporate soluciones y herramientas tecnológicas de última generación para que sean competitivas en este sector.

avasa
business



AUTORESERVAS

Donde la agencia es totalmente autosuficiente para reservar, tarificar, emitir, reemitir y voidear los billetes de tarifas AVASA. Disponiendo así de una herramienta única.



24H ATENCIÓN 24 HORAS

Servicio ATENCION 24 HORAS, donde el cliente final llama y se le atiende como si fuera la propia agencia.



APP MPower- Travel Guide

Una APP diseñada en exclusiva para el grupo, donde cada agencia puede parametrizar sus datos y ofrecérsela a su cliente para que tenga todos los elementos de su viaje en una sola aplicación.



Tarifas PYMES y TT.OO.

Negociación constante para obtener las mejores tarifas para nuestras PYMES y las tarifas más competitivas de Tour Operación.



BUSCADOR HOTELES

En el cual están integradas + de 25 cadenas y centrales de reservas tanto españolas como internacionales, informando en todo momento y en una sola pantalla, los diferentes precios y comisiones para un mismo hotel, de esta forma la agencia puede elegir el proveedor que más le interesa.



RECLAMACIONES

De vuelos afectados por retrasos, huelgas, perdidas de conexiones..., para que la agencia se avance a su cliente y le ofrezca la indemnización antes de que él la solicite.



SISTEMA DE ALERTAS

Para poder informar a sus clientes de posibles incidencias en destino.

Únete a nuestro grupo y apuesta sobre seguro.

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

Perspectivas positivas de IAG pese a los desafíos

International Airlines Group (IAG) (Iberia, British Airways, Vueling y Aer Lingus) continúa con la mejora progresiva de su cuenta de resultados. El grupo ha registrado un beneficio neto de 794 millones de euros en el primer trimestre de 2018, multiplicando por 14 la cifra alcanzada en 2017. "Hemos registrado otro rendimiento trimestral sólido", según su consejero delegado, Willie Walsh.

Royal Caribbean, sede de la cumbre de CLIA

La Asociación Internacional de Líneas de Crucero (CLIA), celebrará la cumbre Summit at Sea 2018 del 11 al 14 de octubre de este año a bordo del Symphony of the Seas de Royal Caribbean International (RCL). El evento, parte del renovado Programa de Socios Ejecutivos de la Asociación que cuenta con 340 miembros, congregará a todos los actores de la industria de cruceros.

El Encuentro de TAG, en Santander este 2018

La asociación de agencias de viajes independientes Travel Advisors Guild (TAG), especializada en *business travel*, ha anunciado la elección de Santander como sede del Encuentro entre Amigos 2018, que tendrá lugar los días 24 y 25 de octubre y tendrá al Centro Botín como sede principal del evento. El evento reúne cada año a más de un centenar de invitados.

El impacto de Fibes en 2017 crece más del 16%

El Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla, Fibes, ha cerrado 2017 con un impacto económico de 182,54 millones de euros en la ciudad, lo que supone un incremento del 16,36% respecto a la cifra estimada el año anterior. Este ha sido el principal dato aportado por el delegado de Turismo del Ayuntamiento de Sevilla, Antonio Muñoz, sobre el balance de actividad del recinto sevillano.

Sin las habilidades de un GDS, 'NDC sería una pesadilla para las agencias'

'La cantidad de tarifas diferentes se ha multiplicado enormemente', según Travelport

A pesar de la polémica decisión de penalizar a los GDS, adoptada en los últimos meses por grandes grupos aéreos, el director general de Travelport en España,

Fredric Lindgren, destaca el papel clave de los mismos. Llega a afirmar que sin su labor, "NDC sería una pesadilla para las agencias".

"En un momento en el que la industria se dirigirá a un nuevo modelo de agregación a través de New Distribution Capability (NDC), las habilidades y experiencia que ofrecemos son más necesarias que nunca para ayudar a los agentes y clientes a navegar a través de la complejidad de los viajes". Así lo destaca el director general de Travelport en España, Fredric Lindgren, quien aclara que "sin las habilidades y la experiencia de un GDS para integrar múltiples fuentes de contenido y administrar y automatizar el flujo de trabajo, NDC sería una pesadilla para las agencias de viajes".



Fredric Lindgren

gado enormemente", lo que añade "complejidad" al negocio. "Pero el contenido no es lo único; lo importante es la relevancia del contenido, es la velocidad con la que lo proporcionas, y es la riqueza de ese contenido, incluidos elementos como ancillaries e imágenes y la capacidad de consumir y comprar", puntualiza.

el agente es encontrar las opciones adecuadas y disponibles a un precio que sea aceptable para el consumidor", añade.

Para Lindgren, el NDC "no ha sido realmente una cuestión de saltarse al GDS", si bien algunas compañías aéreas han optado por la penalización a estos intermediarios con la excusa del citado proyecto. "Es simplemente otro paso en la evolución de la tecnología de distribución de aerolíneas", afirma, al tiempo que predice que "su éxito dependerá en gran medida de las aerolíneas y partners que se adhieren a los estándares IATA, y la obtención de las certificaciones necesarias para distribuir con estas capacidades". "Hasta la fecha, somos la primera y única plataforma de comercio de viajes en ser certificada como un agregador de Nivel 3, y ya estamos trabajando estrechamente con varias aerolíneas para desarrollar conexiones basadas en NDC", concluye.

¿Intento de saltarse al GDS?

En esta línea, reconoce que "los agentes ahora se enfrentan a más complicaciones con el NDC de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) y las iniciativas de algunas aerolíneas para alentarles a conectarse a múltiples conexiones directas para obtener mejores precios y ofertas o pagar un recargo por reservas a través del GDS". "Por lo tanto, el desafío para

En una entrevista concedida a NEXOTUR, argumenta que "con cientos de aerolíneas en el mundo volando miles de rutas entre más de 40.000 aeropuertos, la cantidad de tarifas diferentes se ha multipli-

Expedia destaca la fortaleza del mercado doméstico en España

Los españoles planifican sus viajes con menos antelación que los turistas ext

Los viajeros españoles son, según Expedia, los protagonistas de la temporada baja. El gigante *online* revela que el mercado doméstico se ha convertido en el más importante en España durante los tres primeros meses del presente año, representando el 20% del total de la demanda de destinos nacionales.



Carrie Davidson

Para la directora de mercado para España y Portugal de Expedia Group, Carrie Davidson, "el incremento de los viajeros españoles es un dato relevante, muy importante para impulsar la demanda y superar la estacionalidad". Por detrás figuran Estados Unidos y Reino

Unido, ambos con porcentajes del 15%, seguidos de Alemania, cuyo peso ronda el 5%.

Turistas internacionales

Según los datos recabados por la plataforma *online*, los españoles planifican sus viajes con menos antelación, en torno a 15 días antes de la salida. En el caso de los turistas internacionales que visitan España, la media oscila entre 30 y 50 días, según los datos de Expedia. Al respecto, Davidson apunta que "se trata de un comportamiento de interés para los hoteles y destinos, porque este margen de planificación más reducido da lugar a que

los turistas españoles puedan ser más receptivos a ofertas y promociones de último minuto".

Entre enero y marzo de 2018, Barcelona, Madrid y Tenerife han sido los destinos más demandados en España, no solo para reservas de solo hotel, sino también para 'paquetes' turísticos. Expedia también hace referencia al crecimiento de la demanda de viajes combinados a países de América Latina como México y Brasil. De acuerdo con los datos del grupo, España es el único país que ha conseguido posicionar a dos ciudades en el top ten del ranking de los destinos más visitados de la región EMEA: Barcelona (en séptimo lugar) y Madrid (en el noveno). La lista la lideran Londres, París y Dubai.

Establecimientos por agencia



Empleados por agencia



Facturación por oficina



Fuente: OMT.

© NEXOTUR

La crisis económica se ceba con las pequeñas agencias

La crisis económica ha traído consigo cambios en el tejido empresarial en el Sector de agencias de viajes en España. Aunque la atomización, característica intrínseca del negocio, sigue existiendo, se observa una creciente concentración en torno a las marcas más potentes. Detrás de esta tendencia está el cierre masivo de las empresas de menor tamaño, así como el avance de las grandes redes vía adquisiciones o mediante la captación de independientes bajo la fórmula de franquicias o asociadas.

A pesar de que la coyuntura económica adversa, unida a otros factores, se ha llevado por delante a algunas de las que fueran de las más importantes redes del país, como es el caso de Vibo (Viajes Iberia) y Viajes Marsans, se ha cebado con especial virulencia con las pequeñas. Según los datos recabados por Amadeus y la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), en el año 2009 había un total de 3.960 agencias con un único punto de venta. Dicho modelo de negocio ha sufrido un retroceso del 22,7% en ocho años, cerrándose 2017 con 3.060 agencias de estas características.

Mayor aún es el descenso de empresas con dos puntos de venta. Pasan de ser 825 en 2009 a 585 en 2017, lo que supone una caída del 29%. Todo lo contrario sucede con las sociedades que disponen de más de dos oficinas.

Experimentan en el periodo analizado un crecimiento del 19,8%, pasando de ser 715 a 855. Además, su peso sobre el total sube seis puntos porcentuales, representando el 19% de las agencias de viajes de España.

Más empleados por agencias

Si se analiza la evolución en función del número de empleados, las diferencias son aún más llamativas. Llama especialmente la atención que las agencias con un único empleado se han desplomado (-72%), pasando de 1.155 empresas de 2009 a 315 al cierre de 2017. También se produce un drástico descenso del 56% del número de empresas con dos trabajadores, que pasan de 1.760 a 765. En el lado opuesto están las agencias con más de cinco empleados, que crecen un 68%, pasando de ser 1.100 en 2009 a 1.845 en 2017. Las de entre tres y cinco trabajadores también experimentan una subida del 6%, concluyendo el mencionado año con 1.485 ocupados.

En términos de facturación, el 58% de los puntos de venta declara vender más de un millón de euros al año. Le siguen los que facturan menos de 300.000 euros anuales, que representan el 16% de las oficinas. Aquellas con un volumen de entre 600.000 y un millón de euros concentran el 15%, mientras que las de entre 300.000 y 600.000 tienen un peso del 11%.

IAG7 Viajes recibe el Sello del Código Ético

IAG7 Viajes se ha adherido al Sistema de Validación de Eventos (SVE) de Fenin por el cual es necesario que tanto los organizadores como los patrocinadores hayan pasado el proceso de acreditación que Fenin ha desarrollado en colaboración con la firma de servicios profesionales KPMG Asesores. El cumplimiento del Código lleva consigo el reto de establecer procesos de verificación.

BrainTrust ofrecerá su conocimiento a GEBTA

BrainTrust se ha unido al consorcio español GEBTA como *partner* estratégico, convirtiéndose en la primera consultora en unirse a este grupo. BrainTrust ofrecerá a los miembros de la asociación su experiencia y conocimiento del mercado de Business Travel. Las agencias de GEBTA España representan más del 80% de la cuota de mercado de los viajes de empresa.

Las transacciones para eventos crecen un 31%

StubHub, la plataforma de compraventa de entradas propiedad de eBay, ha conseguido cerrar 2017 con un incremento de transacciones de entradas en España de un 31%. El director general de StubHub International, Ander Michelena, destaca la seguridad entre las características de la plataforma. "La evolución en estos dos años ha sido muy positiva", aseguran.

Aehcos colabora con el Palacio de Marbella

El Ayuntamiento de Marbella y la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos) han firmado un convenio de colaboración que contempla la cesión gratuita de habitaciones al Palacio de Congresos Adolfo Suárez con el objetivo de potenciar la promoción turística de la ciudad a través de viajes de familiarización con turoperadores de diferentes países.

Aon Affinity: 'El Turismo es un objetivo atractivo para organizaciones terroristas'

'La industria debe tomar las medidas adecuadas para evaluar, mitigar y transferir el riesgo', advierte Estace

A pesar de que el Turismo ha mostrado una excepcional fortaleza tras los ataques terroristas que se han dado en los últimos años, el impacto de éstos es innegable. Para Aon Affinity, el Turismo es muy sensible a la amenaza terrorista, especialmente cuando se producen atentados con muchas víctimas en lugares de ocio o de gran afluencia de viajeros.

En palabras de su directora de Turismo, Katia Estace, el Sector "es un objetivo atractivo para algunas

organizaciones terroristas", lo que exige que "la industria tome las medidas adecuadas para evaluar, mitigar y transferir el riesgo de pérdidas derivadas de los ataques". Según detalla, en 2017 "hubo al menos 44 ataques en todo el mundo dirigidos al transporte público o sectores comerciales en grandes ciudades". Y es que, según datos de The Risk Advisory y Aon Terrorism Tracker, más del 80% de las muertes relacionadas con el terrorismo en 2017 en los países oc-

cidentales ocurrieron en lugares donde se concentran los turistas, incluidos hoteles, aeropuertos, espacios públicos y lugares de ocio.

Vulnerabilidad de los turistas

De hecho, los datos muestran una notable vulnerabilidad de los turistas en los ataques en espacios públicos en las principales ciudades occidentales. Por ejemplo, en octubre del pasado año 2017, un ataque con impacto de vehículo en una po-

pular ruta ciclista en el sur de Manhattan acabó con la vida de ocho personas, seis (75%) de ellas turistas extranjeros, mientras que 11 de las 15 víctimas mortales (73%) de Barcelona (agosto de 2017) era ciudadanos extranjeros. En estos y otros casos, los atacantes no expresaron el deseo de atentar contra visitantes foráneos, pero la selección del blanco y los medios utilizados hacían que hubiese una gran probabilidad de que sus víctimas fueran turistas.



La directora de Turismo de Aon Affinity, Katia Estace.

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.?

FETAVE: 'Resulta difícil entender críticas de CEAV'

Nuevo capítulo del enfrentamiento entre CEAV y la Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas (FETAVE). La segunda reclama "sensatez" a la primera, subrayando que "es el momento de priorizar la unidad de acción empresarial liderados por el Consejo de Turismo de CEOE para garantizar la adecuada negociación política de la Ley de Viajes Combinados".

W2M Pro reúne a cerca de 500 agentes de viajes

W2M Pro ha congregado a cerca de 500 agentes de viajes en dos eventos celebrados en Estepona (Málaga) y Madrid. La primera cita, a la que asistieron unos 150 profesionales, tuvo lugar el jueves 3 de mayo en el Hotel Iberostar Costa del Sol, mientras que la segunda, celebrada el jueves 10 de mayo, acogió en la sala Zenith de Madrid a más de 300 personas.

Cifra récord de 71 millones de pasajeros

Nuevo récord de pasajeros en la red de Aena. Los aeropuertos españoles alcanzan en los cuatro primeros meses la cifra de 71,5 millones de usuarios, lo que supone un crecimiento del 7,6% en comparación con el mismo periodo de 2017. En estos cuatro meses se han operado 646.728 aeronaves entre salidas y llegadas, un 6,5% más que hace un año.

AEGVE incorpora a un nuevo socio directo

La Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE) ha anunciado la incorporación a la entidad, como nuevo socio directo, de la Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas (FIIAPP). Se trata de una fundación del sector público estatal (F.S.P.) integrante del conjunto de la cooperación española.

Las reservas intermediadas son más rentables para los hoteles que las directas, según un estudio Infrata

ETTSA acusa a los hoteleros de intentar reducir la transparencia y la capacidad de comparar

Un estudio elaborado por Infrata, del que se hace eco la Asociación Europea de Tecnología y Servicios Turísticos (ETTSA), desacredita la falsa creencia de que las reservas directas son

más rentables para los hoteles. Según el mismo, el canal indirecto aporta mayor beneficio y, además, contribuye de manera decisiva a incrementar las tasas de ocupación. "La creencia

generalizada de que la distribución directa es más barata para los hoteles que la indirecta ha sido desacreditada de una vez por todas", señala el secretario general de ETTSA.

La distribución directa no es más barata para los hoteleros que la intermediada. Según se desprende de un estudio publicado por Infrata, consultora especializada en la industria del viaje, la diferencia entre ambos canales es del 0,03% a favor del segundo. En concreto, tomando como referencia una tarifa media de 112 euros, a través del canal directo el hotel consigue un beneficio de 80,92 euros, frente a los 80,94 euros que percibe cuando vende a través de intermediarios.

Además de la mayor rentabilidad del canal indirecto, el estudio también hace referencia a la importancia del mismo en términos de ocupación. Y es que, según sus con-

clusiones, la apuesta por la venta directa en detrimento de la intermediada conlleva la pérdida del "efecto cartelera" que supone la inclusión de los hoteles en las grandes plataformas de distribución, lo que les obliga a aumentar sustancialmente el gasto en marketing, desarrollos tecnológicos y técnicas de captación de clientes.

Impacto negativo

Ian Lowden, autor del estudio, advierte del "impacto negativo" en términos de rentabilidad que tiene el hecho de "intentar convertir reservas indirectas e indirectas". Además, hace referencia a la com-

plejidad de estas estrategias, así como al coste "marginal" de los canales indirectos.

En palabras del secretario general de la Asociación Europea de Tecnología y Servicios Turísticos (ETTSA), Christoph Klenner, "la creencia generalizada de que la distribución directa es más barata para los hoteles que la indirecta ha sido desacreditada de una vez por todas". A su juicio, "el mayor incentivo para los hoteleros para impulsar las ventas directas es reducir la transparencia y la capacidad de comparar". "Los clientes deben tener la opción de elegir qué canales se adaptan mejor a sus necesidades", concluye Klenner.



La venta directa conlleva la pérdida del 'efecto cartelera'.

Las ventas aéreas de las agencias crecen a doble dígito en el primer cuatrimestre

La producción se ha incrementado cerca de un 19% en el mes de abril

La producción aérea de las agencias de viajes españolas con título de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) experimenta en el primer cuatrimestre del año un fuerte incremento del 10,1%. Según los últimos datos a los que ha tenido acceso NEXOTUR, asciende a 1.710,3 millones de euros, frente a los 1.552,8 millones del mismo periodo del pasado año.

En lo que respecta a abril, registra una espectacular escalada del 18,7%, pasando de los 308,3 millones de 2017 a 437,3 millones. Esta tendencia contrasta con el retroceso del 3% del pasado mes de marzo, cuando la facturación bruta se situó en 452 millones. Como publicó este periódico, en los dos primeros meses de 2018 el incremento fue de doble dígito, con una tasa media del 14,3% y un volumen de 718,5 millones.

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 supuso un aumento interanual del 2,8%. Un año antes se llegó a 4.597,9 millones, con



La producción asciende a 1.710 millones de euros.

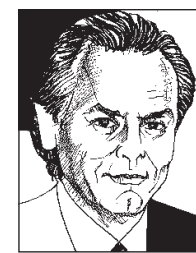
una tasa del 1,8%, mientras que en 2015 también se produjo un tímido incremento del 1,4%, hasta 4.514,9 millones. Mucho mayores fueron las subidas de 2013 y 2014, del 13,9% y del 4,5%, respectivamente.

En lo que respecta al número de billetes vendidos, los 4.084 puntos

de venta con título IATA también protagonizan una subida de dos dígitos (10%) en el primer cuatrimestre, con 6,8 millones de billetes vendidos, frente a los cerca de 6,2 millones del ejercicio anterior. En abril, el aumento es del 21,1%, con 1,7 millones.

Optimismo en Europcar España de cara al verano

El espectacular momento que vive el Turismo receptivo, unido a la progresiva recuperación de la demanda nacional, se refleja en los resultados de Europcar en el mercado español. Así lo reconoció el director general de la compañía de alquiler de vehículos, José María González, en un encuentro con periodistas en el marco del Mutua Madrid Open, del que forman parte del equipo de patrocinadores.



José M^a González

Según detalla, la Semana Santa "ha ido bien", con un Turismo español que "parece imparable" a pesar de la incipiente recuperación de destinos competidores como Turquía y Egipto. Para el verano, González se muestra "optimista", esperando que "se mantenga la dinámica" observada en la festividad.

En su intervención, en el Sky Lounge de Europcar en la Caja Mágica, el directivo también habló de la ambiciosa estrategia de diversificación en la que se encuentra inmerso su grupo, que lleva años apostando por un crecimiento corporativo vía alianzas o adquisiciones. Al

respecto, explica que se trata de una estrategia que "abarca todo lo relacionado a la movilidad". Entre otros aspectos, apunta que "la movilidad urbana y el coche con chófer son dos segmentos en los que queremos estar". "Ambos están disparados y creo que crecerán muchísimo", prosigue.

Ambición de ser mejores

Por segundo año, Europcar ha formado parte del equipo de patrocinadores del Mutua Madrid Open, celebrado del 4 al 13 de mayo en Madrid. Ha tenido presencia en la propia pista, con el patrocinio de las neveras de por los tenistas en los partidos. Al respecto, González destaca que "estamos muy satisfechos de apoyar de nuevo un evento deportivo del calibre del Mutua Madrid Open". "Para nosotros es fundamental aliarnos con iniciativas que compartan nuestros valores: en este caso la pasión por los principios del deporte y la ambición de ser mejores cada año", añade.

Presupuesto de autobuses en la 'website' de Oferbus



Oferbus ofrece una interesante ayuda para quienes deseen presupuestar

un viaje en autocar, ya que presenta un útil sistema de confección de itinerarios que envía a diversas empresas de transporte terrestre para solicitar un presupuesto.

Los vehículos de alquiler en Canarias junto a Cicar



La *rent a car* Cicar presenta una *web* compatible para terminales móviles en la que ofrece únicamente al cliente final información sobre la empresa y su flota de vehículos en las Islas Canarias y un sencillo sistema de reservas.

Alojamiento en el sur de Europa en HotelSearch



HotelSearch es una central de reservas dedicada exclusivamente a la oferta al cliente final de todo tipo de alojamientos en gran parte de España, Francia e Italia, incluyendo una información adecuada y un sencillo sistema de reservas.

Nueva web compatible de Turismo en Argentina



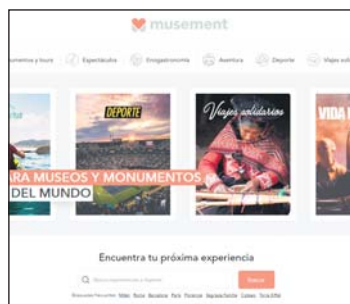
La nueva página de oficial de Turismo de Argentina, compatible para terminales móviles, mantiene un fácil acceso a la información de interés para un viajero en el país, pero aunque ofrece buscadores de servicios, están casi vacíos.

Musement trabaja con más de un millar de agencias de viajes

Musement se consolida en el sector Business to Business (B2B) en España. La plataforma de reservas de experiencias en destino colabora en la actualidad con cerca de 1.200 agencias en el país, un 375% más.

Su gerente de ventas, Sacha Panarello, apunta que "en poco más de un año hemos logrado generar la confianza suficiente como para que más de un millar de agencias españolas trabajen con nosotros". Destaca que dicha colaboración les ha permitido mejorar en el segmento Tours&Activities, "sección que crece cada año gracias a la demanda de los viajeros y en la que las agencias son fundamentales, pues siempre han sido un vehículo importante para su difusión".

Gracias a estos acuerdos, las agencias tienen acceso a los millares de actividades que ofrece Musement a nivel mundial, "lo que les facilita el trabajo, ya que no tienen que hablar con varios proveedores", señalan desde la empresa. Además, las agencias obtienen entre un 30% y un 50% del margen de beneficios, dependiendo del tipo de actividad.



Quiere colaborar con el 70%.

Panarello explica que "la entrada de nuestra empresa en el B2B cubre un vacío en los servicios que ofrecen las agencias ya que antes para ofertar actividades en destino tenían que realizar labores de búsqueda y contacto con proveedores en países y regiones diferentes". Los datos de Musement del último año, muestran que el crecimiento del 900% de los ingresos generados por estos intermediarios, cifra que, a juicio de la directiva, "ejemplifica la importancia de este tipo de acuerdos". De cara a 2019, la empresa se marca como objetivo llegar a colaborar con el 70% de las agencias que operan en el mercado español.

Meliá Hotels se alía con Expedia para vender 'paquetes' dinámicos

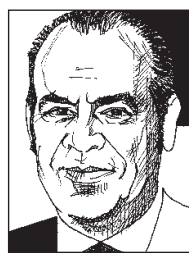
Sigue los pasos de Barceló Hotel Group, Marriott International y Bahía Príncipe

Meliá también venderá 'paquetes' dinámicos a través de su página web gracias a una alianza estratégica con Expedia. Sigue así los pasos de Barceló Hotel

Group, Marriott International y Bahía Príncipe. De momento, la incorporación de esta oferta complementaria solo se llevará a cabo en Estados Unidos.

Meliá Hotels International también diversificará su oferta de la mano de Expedia, como ya hicieron Barceló Hotel Group, Marriott International y Bahía Príncipe. La cadena hotelera ha suscrito un acuerdo tecnológico con el gigante *online* que le permitirá ofrecer 'paquetes' dinámicos en Estados Unidos a través de su página web www.melia.com.

Gracias a la tecnología de Expedia, la nueva opción de reservas incorporada por Meliá da a sus clientes la posibilidad de combinar su estancia en un hotel con reservas de vuelos de las más de 550 aerolíneas socias del grupo *online*. Al respecto, la cadena destaca que las reservas de 'paquetes' incrementan la demanda, "dado que



Gabriel Escarrer

la estancia en este tipo de reservas es una vez y media mayor que en las reservas solo de alojamiento, y el índice de cancelación se reduce a la mitad".

El vicepresidente senior de desarrollo de negocio global de Meliá Hotels International, José María Dalmau, se muestra convencido de que "empleando la tecnología de Expedia Group, podremos enriquecer el proceso de inspiración, planificación y reserva de nuestros clientes y, al mismo tiempo, atraer huéspedes que hagan estancias más largas, con reservas hechas con mayor antelación y menores índices de cancelación". Además, entiende que la ampliación de la oferta "supone también mejorar la experiencia del cliente,

en tanto que podrán reservar, en nuestra propia web, todo lo que necesiten para su estancia en solo unos pocos clics".

Iniciativas innovadoras

Por su parte, el director senior de Expedia en EMEA y LATAM, Luis Hurtado de Mendoza, explica que la colaboración con la cadena "demuestra de forma elocuente el compromiso y la importancia que otorgamos a nuestra fuerte inversión en innovación tecnológica, y cómo está siendo amortizada por nuestros socios hoteleros". "Acuerdos como este evidencian el creciente interés de los hoteleros en trabajar con nosotros en estas iniciativas innovadoras que generan valor más allá de la distribución".

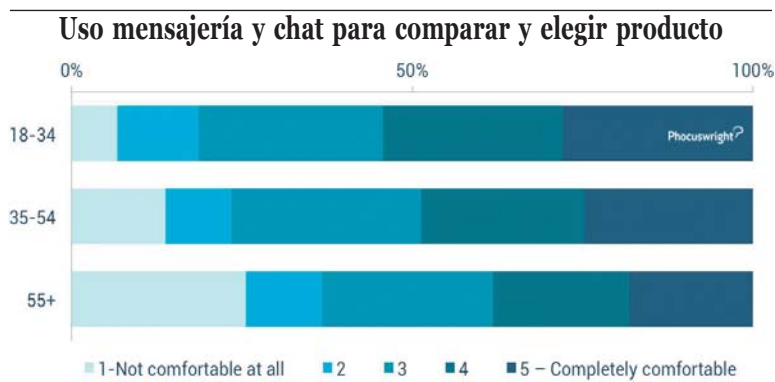
Los jóvenes recurren a 'chatbots' y redes sociales para interactuar con las empresas

Los europeos tienen predisposición a utilizar los chatbots para comparar y elegir viajes

Los jóvenes europeos, que representan casi el 40% de la población viajera del viejo continente, están a la vanguardia en la utilización de las nuevas tecnologías para comunicarse con las empresas de viajes. Según Phocuswright Research, uno de los canales que más crece es el *chatbot* o asistente de voz, usado al menos una vez por semana por más de cuatro de cada diez viajeros de edades comprendidas entre 18 y 34 años.

Estas herramientas, cada vez con una mayor penetración en la distribución turística, ofrecen a las empresas una amplia gama de posibilidades, desde la planificación hasta la facilitación de los servicios en el destino. Además, la mitad de los europeos tienen predisposición a utilizar los chatbots para comparar y elegir productos de viaje, contactar con el mostrador de un hotel u obtener recomendaciones locales.

La otra gran herramienta para interactuar con las empresas de via-



Fuente: Phocuswright Research.

© NEXOTUR

jes es la red social visual. Los jóvenes europeos que emplean aplicaciones como Instagram, Snapchat y Pinterest, no solo comparten experiencias, sino que también se mantienen al día de las novedades de sus marcas favoritas. En el proceso de toma de decisiones, las fotos y videos de amigos y empresas vinculadas al Turismo colgadas en redes sociales

"son tan influyentes como las reseñas de viajes para personas de entre 18 y 34 años", revela el estudio.

Además, también existe la posibilidad de captar su atención a través de anuncios. Y es que a dos de cada cinco usuarios de redes sociales no les importa que aparezcan publicaciones patrocinadas en sus perfiles, siempre y cuando sean relevantes.

Amadeus Selling Platform Connect estrena funcionalidades

Amadeus Selling Platform Connect cumple dos años en España. Coincidiendo con esta efeméride, la plataforma, utilizada ya por el 80% de los agentes de viajes del país, incorpora nuevas funcionalidades y mejora su contenido.

Una de las principales novedades es la posibilidad de acceder desde Amadeus Service Hub, la plataforma de soporte *online* que atiende 20.000 peticiones de información anuales, así como la inclusión de contenido *low cost* procedente de páginas web en las ofertas de viaje elaboradas con Amadeus Travel Offers.

Respecto a los servicios auxiliares, se simplifica el flujo de reserva desde el catálogo de servicios de la compañía y se añade como nuevo servicio la reserva de menores no acompañados. Otros cambios reseñables consisten en las posibilidades de personalización y preferencias de los entornos de trabajo.



Fernando Cuesta

Amadeus Selling Platform Connect se lanzó en mayo de 2016. La nueva solución simplificaba las operaciones de los agentes, permitiendo la reducción de hasta un 68% el tiempo destinado a la reserva de los servicios complementarios de las aerolíneas, o la personalización de los procedimientos de trabajo de la agencia. De hecho, se creó con la colaboración de 184 agencias de 23 países distintos.

En palabras del director de tecnología y desarrollo de Amadeus España, Rafael González, "los cambios suponen una mejora sustancial en la operatividad de Amadeus Selling Platform Connect, pues además de enriquecer su contenido y rendimiento, incorporan la experiencia de los usuarios, de los agentes". "Amadeus Selling Platform Connect es ahora un mejor producto gracias a experiencia acumulada en estos dos años por nuestros clientes", concluye.

TurNexo

100% Agentes

Barcelona

¿Quieres presentar tu producto
a agentes de viajes de Barcelona?
—Participa como Expositor.
Info: TurNexo@TurNexo.com

¿Quieres conocer las novedades
de la oferta de este verano?
—Inscríbete 'on-line' como
Visitante en: www.TurNexo.com



Jueves 8 de Noviembre de 2018

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



MOSTRADOR

Politours lanza una oferta para el mundial de este año

Politours ha diseñado un programa especial para que sus clientes puedan asistir al mundial de fútbol que se celebrará en Rusia a principios de este verano. Los aficionados al deporte rey podrán alojarse en el crucero fluvial Barcotel M.S. Radischev, un buque de categoría tres anclas, durante la duración del evento. El barco cuenta con 266 plazas en total y los clientes de Politours pueden elegir entre alojamientos individuales o cabinas dobles, triples y cuádruples. Esta oferta del turoperador estará vigente del 18 de junio hasta el 15 de julio.

El precio por persona y noche es desde 130 euros, dependiendo de la anticipación de la reserva y



El folleto de Politours.

sujeto a modificaciones, incluye alojamiento y desayuno. Para las condiciones detalladas de la oferta se puede encontrar más información en la web de Politours.

✉ www.politours.com

Catai se une a Imaginarium para su propuesta de viajes familiares

El operador ofrece viajes para encontrarse con los reyes magos o Santa Claus

Catai e Imaginarium han lanzado un programa de viajes temáticos pensando en los más pequeños. Las dos primeras propuestas de cinco días, con salidas desde Madrid a Marruecos y Laponia, ya se pueden reservar.

Viajes Imaginarium by Catai es la nueva oferta del turoperador para realizar viajes pensados para toda la familia. Estas rutas cuentan con una animación desde el primer momento del viaje, que acompañará y dará un hilo conductor a los itinerarios para que los más pequeños no pierdan la atención, aprendan de la cultura y la experiencia única de cada destino, mientras se divierten. Ya se puede reservar el viaje

‘En busca de los reyes magos’, con salida desde Madrid el 5 de diciembre y que recorre el sur de Marruecos en cinco días por 1.589 euros los adultos y 1.414 los niños hasta 11 años. Para ‘Encuentro con Santa Claus’, un viaje por Laponia de cinco días con salida el 1 de diciembre desde Madrid, los precios van desde los 2.438 euros para adultos y 2.148 euros para los niños.

✉ www.catai.es



Promoción de Imaginarium by Catai.

Mapa Tours ofrece vuelos directos a Italia desde Asturias, Valladolid, Santiago, Bilbao y Málaga

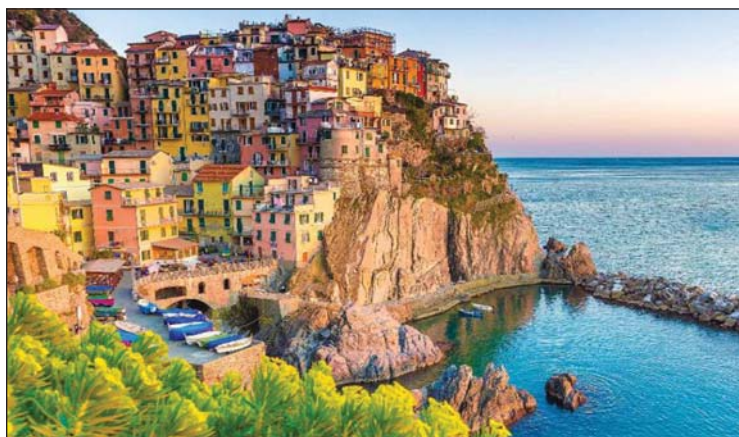
El turoperador cuenta con varios itinerarios de siete u ocho días con un precio desde 1.080 euros

Italia es uno de los destinos favoritos de los españoles. Por eso, Mapa Tours ha pensado en varios tipos de viajes por el país mediterráneo saliendo desde distintos puntos de España durante mayo y junio.

Mapa Tours lanza varias ofertas para viajar en primavera a uno de los destinos más codiciados por los españoles, Italia, que podrán volar desde los aeropuertos de Asturias, Valladolid, Santiago, Bilbao y Málaga en los meses de mayo y junio. Entre las propuestas del turoperador destaca ‘Italia al Dente’, de siete días de duración desde 1.214 euros visitando Venecia, Padua, Pisa, Florencia, Siena y Roma. ‘Italia Bella’ inclu-

ye Pompeya, Lago de Carga o Milán, entre otras, desde los 1.281 euros. Para un viaje más pausado, de siete días desde 1.129 euros, los turistas pueden elegir ‘Roma, Pompeya y Costa Amalfitana’, o ‘Italia esencia’, desde los 1.080 euros por ocho días. Para los que estén más interesados en Sicilia, pueden elegir una visita de ocho días por la isla mediterránea desde 1.149 euros con ‘Sicilia Barroca’.

✉ www.mapatours.com



Mapa Tours ofrece varios tipos de viajes a Italia.

CroisiEurope ha aumentado su oferta de suplementos gratis

CroisiEurope ofrece a sus clientes solteros el suplemento individual gratuito en las salidas de sus cruceros fluviales de la temporada. Los pasajeros que deseen viajar solos, lo podrán hacer sin tener que abonar un suplemento en los cruceros fluviales por Europa, los de larga distancia (Mekong y África Austral), los temáticos y los cruceros marítimo-costeros por el Adriático, ‘Mediterráneo-Chipre y Tierra Santa’, y ‘Mediterráneo-Malta y Sicilia’.

Estos pasajeros podrán realizar el crucero disfrutando además de wifi gratis y tasas portuarias incluidas, pensión completa y bebidas gratis (excepto en los cru-



Crucero de CroisiEurope.

ceros de Navidad), así como de un descuento del 5% en caso de contratar el paquete de excursiones. Una oportunidad para los clientes que hagan su reserva entre el 26 de abril y el 30 de junio.

✉ www.croisiurope.es

Volotea inaugura otra base en Marsella, con la que llega a 11

Volotea, compañía aérea de ciudades medianas y pequeñas, ha inaugurado su decimoprimer base en Marsella, donde se basarán permanentemente dos aviones Boeing 717 y que permitirán un significativo incremento en rutas y frecuencias. Desde que la compañía comenzó a operar en Marsella en 2014, el número de pasajeros ha ido aumentando constantemente cada año. En 2017, la aerolínea ha transportado 150.000 pasajeros desde Marsella, lo que supone un 77% en comparación con 2016, y ha alcanzado una media del 83% de ocupación.

Este año Volotea ofrecerá más de 286.000 asientos para volar



Uno de los aviones de Volotea

desde y a Marsella, añadiendo nueve rutas a Biarritz, Caen, Corfú, Funchal, Heraclión/Creta, Menorca, Mikonos, Santorini y Mallorca. En total ya cuenta con 19 destinos desde Marsella.

✉ www.volotea.com

Saudia Airlines opera nuevos vuelos a Málaga

Saudia Airlines abrirá dos nuevas rutas que unirán Málaga con la capital de Arabia Saudí, Riyadh, y con la ciudad de Jeddah. Ambas se inaugurarán en junio y serán operadas con las modernas aeronaves Boeing 787 Dreamliner. Jeddah-Málaga efectuará sus vuelos los lunes y jueves desde el 11 de junio hasta el 10 de septiembre, mientras que el itinerario Riyadh-Málaga hará lo propio los miércoles y sábados desde el 9 de junio al 8 de septiembre.

✉ www.saudia.com

Lot comienza a volar entre Nueva York y Budapest

Lot ha introducido la primera conexión de larga distancia sin escalas entre Budapest, en Hungría, y los Estados Unidos, concretamente a la ciudad de Nueva York. Operará un B787 Dreamliners cuatro veces por semana, los lunes, jueves, viernes y domingos. Los aviones partirán de Budapest a las 11:55, y llegará a la ciudad americana en nueve horas y 45 minutos.

La aerolínea polaca también ha comenzado a operar vuelos desde Budapest a Chicago, que se realizarán dos veces por semana, los martes y los sábados, con un tiempo total de viaje de 10 horas y 15 minutos. Con ambos vuelos, Hungría vuelve a tener conexiones si escalas con Estados Unidos, lo que no ocurría desde el 2011.

✉ www.lot.com/es/

TurNexo

100% Agentes

Madrid

¿Quieres presentar tu producto a agentes de viajes de Madrid?
—Participa como Expositor.
Info: TurNexo@TurNexo.com

¿Quieres conocer las novedades de la oferta de este verano?
—Inscríbete 'on-line' como Visitante en: www.TurNexo.com



Jueves 15 de Noviembre de 2018

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



■ CLUB NEXOTUR

La Hospedería de la Iglesuela del Cid lanza una promoción

La Hospedería de la Iglesuela del Cid cuenta con una promoción especial para todos los miembros del Club NEXOTUR. Estos podrán beneficiarse de descuentos del 50% sobre tarifa oficial,

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

alojándose por 54,09 euros por persona y noche. Oferta sujeta a disponibilidad del establecimiento. Para más información y realizar reservas puede llamar al siguiente número de teléfono: 964 44 34 76.

■ FAM TRIP



La provincia busca reforzar su presencia en el Turismo de reuniones.

Málaga muestra su oferta MICE

La provincia de Málaga ha sido destino de numerosos profesionales internacionales para conocer su oferta especializada para la celebración de reuniones y eventos. Por un lado, se ha celebrado un viaje de familiarización y, por otro, ha acogido el desarrollo del encuentro Meet & Talk Forum.

Lufthansa incrementa en un 20% sus frecuencias en España durante el verano

La compañía aérea alemana prevé operar una media de 800 vuelos por semana

Lufthansa continúa apostando fuerte por el mercado español mediante la introducción de nuevas frecuencias y la apertura de nuevas rutas. Así lo ha asegurado su director general para España y Portugal, Carsten Hoffmann, quien también ha destacado el balance de actividad de la compañía aérea en el país durante el ejercicio 2017, así como las perspectivas para este año. Durante el horario de verano de 2018, operará un promedio de 800 vuelos semanales con origen o destino España, lo que supone un incremento del 20% respecto al mismo periodo del año anterior. De este modo, conectará 12 ciudades españolas con sus hubs de Fráncfort y Múnich. De hecho, el mercado español se mantiene como uno de los principales para Lufthansa en Europa, siendo su cuota de mercado de un 7%.

Además de la reciente incorporación de Santiago de Compostela y Pamplona a su red de destinos, añade ahora Menorca a sus rutas conectando Mahón con Fráncfort una vez por semana a partir del próximo 28 de abril. Asimismo, du-



En el caso de Lufthansa Group, el aumento de vuelos es del 30%.

rante esta temporada de verano se han reforzado destinos como Bilbao, Madrid o Valencia, donde la aerolínea germana ha incrementado sus frecuencias un 65% con respecto al año anterior, ofreciendo un vuelo diario a Múnich y tres frecuencias diarias a Fráncfort. En cuanto a las aerolíneas de Lufthansa Group (Lufthansa, SWISS, Austrian Airlines, Brussels Airlines y Eurowings), conectarán 20 aeropuertos españoles con 25 destinos en Alemania, Austria, Suiza y Bélgica, incrementando sus frecuencias un promedio del 30%

para este verano, al operar alrededor de 2.600 vuelos semanales con origen o destino España.

Según cifras de Aena, más de 10,5 millones de pasajeros eligieron una aerolínea de Lufthansa Group para volar en 2017 entre España y Alemania, Austria, Bélgica y Suiza, lo que supone un 17,4% más respecto al año anterior. En el caso de Lufthansa, también registra cifras positivas, con un incremento del 9,4% respecto al año pasado, hasta casi 3,7 millones de pasajeros.

✉ www.lufthansa.com

El Digital de NEXOTUR, líder absoluto de la Prensa Sectorial de Calidad Nexotur.com aumenta el tiempo medio de lectura y supera ya los 16 minutos, según Google Analytics

NEXOTUR amplió desde 2000 su cobertura con el desarrollo del Digital diario Nexotur.com. Apuesta por las nuevas tecnologías que se confirmó hace tres años con la integración de sus publicaciones

turísticas del Grupo NEXO en la nueva Plataforma Digital de Información Turística, 'portal' al que los profesionales dedican un promedio de 16 minutos a su lectura, tiempo similar al que dedican al papel

y muy superior (ocho veces más) al de otros medios, lo que demuestra el compromiso del Grupo NEXO por ofrecer una Prensa sectorial de Calidad, como corroboran los datos oficiales de Google Analytics.

Récord superado. El tiempo medio de lectura de los 50.000 suscriptores de la Plataforma Digital de Información Turística del Grupo NEXO no para de crecer. Nexotur.com superó 16 minutos de media en 2017 (de enero a diciembre, de lunes a domingo y las 24 horas del día) dejando atrás la media del año anterior, que era 14:27 minutos.

Los datos oficiales de Google Analytics constatan que los visitantes del Digital dedican a la lectura en pantalla un tiempo similar al que brindan al semanario en papel. La duración media de lectura se sitúa en la cifra récord de 16:02 minutos, frente a 14:27 minutos registrados en 2016, un 11% más.

"El tiempo medio que dedican nuestros usuarios a la lectura de la Plataforma Digital de Información Turística Grupo NEXO", asegura el director de NEXOTUR, Eugenio de Que-

sada, "es la mejor muestra del respaldo del Sector a nuestra apuesta por el rigor y la seriedad informativa".

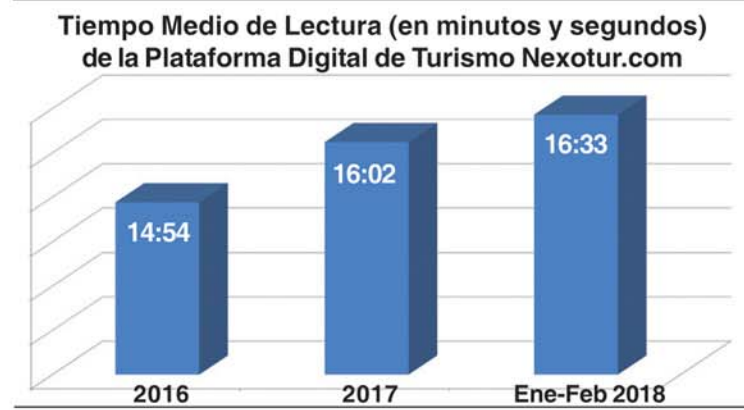
2018 ha comenzado en la misma línea con un crecimiento del tiempo medio de lectura hasta los 16 minutos y 33 segundos en los primeros meses, una cifra que se ve refrendada, además, por el incremento de los usuarios, un 27,2% más que hace un año, así como del número de visitantes (+37,8%) y de páginas vistas (+47,8%).

Una de las claves del éxito es la elaboración de contenido propio: todas nuestras noticias se elaboran por la Redacción, a partir de fuentes propias, sin contar con el concurso de las agencias informativas, que uniforman los contenidos.

Frente al auge de la prensa sensacionalista o amarilla en el Sector Turístico, Grupo NEXO apuesta desde la fundación de

su digital en 2000 (es el diario decano en la Red) por mantener la Calidad de la información. Una de las claves para lograrlo ha sido la elaboración de contenido propio, con la renuncia expresa a nutrir el Digital de teletipos de agencias de noticias —que inundan medios sectoriales y generalistas en la Red— así como del sinfín de comunicados y propaganda que difunden los gabinetes de comunicación de los políticos y desde las empresas.

Desde la creación de Nexotur.com en 2000, Grupo NEXO adoptó una decisión trascendental: renunciar a publicar comentarios, a cargo de autores anónimos y muchas veces con contenidos ofensivos o insultantes. De este modo, prescindió del incremento de tráfico online generado por la inclusión de estos comentarios, renunciando así a la cantidad



Fuente: Google Analytics

© NEXOTUR

(el volumen de tráfico), en favor de la calidad de sus lectores (el tiempo medio de estancia).

Tres lustros sin confundir aquellas noticias elaboradas por nuestra Redacción con los "comentarios" anónimos que, en muchos casos, no son otra cosa que meros desahogos de gente ociosa, cuando no ajus-

tes de cuentas o, lo que es aún peor: el dudoso trabajo de pretendidas "profesionales" que, con la excusa de defender la reputación online de su cliente, desacreditan e incluso difaman (desde el impune anonimato) a sus empresas competidoras, en una mala práctica que el Grupo NEXO deplora.

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

Luxotour programa viajes a Myanmar, Sri Lanka y La India con guía acompañante desde Barcelona

Los viajes incluyen vuelos de ida y vuelta, visitas indicadas con guía de habla hispana y alojamiento con pensión completa

Para los meses de septiembre, octubre y noviembre, Luxotour Grandes Viajes ha diseñado tres recorridos por India, Myanmar y Sri Lanka con un acompañante desde el inicio

del viaje, en Barcelona. Los tres recorridos son 'India del Norte Esencial', del 22 al 29 de septiembre desde 1.655 euros, 'Myanmar, templos y pagodas', a partir de 2.495 euros

del 8 al 19 de septiembre y, por último, 'Sri Lanka, la lágrima de Buda', del 1 al 10 de noviembre por 2.135 euros. Todos incluyen varios circuitos con guía en español.

Luxotour Grandes Viajes lanza por primera vez programas especiales para viajar con guía acompañante desde Barcelona a India, Myanmar y Sri Lanka en los meses de septiembre, octubre y noviembre, respectivamente. El valor añadido de estos tres circuitos reside en el acompañamiento desde el punto de partida del viaje por un guía de habla catalana, un experto conocedor del destino, que facilitará a los clientes cada uno de los aspectos del recorrido. Todos los programas incluyen, además del guía, vuelos de ida y vuelta, visitas indicadas durante el circuito en servicio privado con guías locales de habla hispana, alojamiento en pensión completa, seguro de asistencia, equipo del viajero, tasas aéreas y suplemento de carburante.

'India del Norte Esencial' es el primero de los viajes. Con fecha del 22 al 29 de septiembre y con un

precio desde los 1.655 euros, los clientes del turoperador podrán conocer Jaipur, Agra, Samode, Amber, Fatehpur y Sikri. A lo largo de este recorrido de ocho días de duración, los viajeros podrán vivir algunas costumbres indias como la celebración de la ceremonia Aartien el templo de Birla, asistir al mercado mayorista de la leche, subir al fuerte Amberen jeep, o aprenderá a ponerse el sari al estilo tradicional, entre otras experiencias. No faltará, en Agra, la visita al Taj Maha, único ejemplo de arquitectura e ingeniería mogol, el fuerte de Agray el orfanato de la Madre Teresa.

Myanmar y Sri Lanka

Del 8 al 19 de octubre, el mayorista cuenta con el circuito 'Myanmar, templos y pagodas', a partir de 2.495 euros por persona, con el que descubrir la antigua Birmania. Este

itinerario permite conocer los tesoros de Yangón y su emblemática pagoda Suel, el Lago Inle, el monasterio de teca de Shweyanpyay, las representaciones de Buda en las cuevas de Pindaya, las plantaciones de té, el pueblo de Khaung Daing, famoso por su producción de queso de soja y frijoles de todo tipo, las colinas de Shan, el legendario puente U Bein, construido en madera de teca, y las ciudades de Mandalay y Bagán, con sus numerosos templos, pagodas y Budas que pintan una impresionante panorámica en medio de la naturaleza.

Por último, del 1 al 10 de noviembre, el programa especial 'Sri Lanka, la lágrima de Buda' permite conocer, desde 2.135 euros por persona, la agitada ciudad de Colombo; el orfanato de elefantes de Pinna-wela, la famosa Roca del León de Sigiriya, el complejo arquitectónico de Polonnaruwa, formado por



'India del Norte Esencial' es uno de los programas de Luxotour.

templos, palacios y una piscina en forma de loto, las vistas sobre el Lago Giritale, las cuevas del templo de Dambulla, el jardín de las especias de Matale, el templo sagrado del Diente de Buda, en Kandy. En la segunda mitad del recorrido se podrá conocer el Jardín Botánico de Peradeniya, las

plantaciones de té de Nuwara Eliya y de Ella, los pueblos tradicionales y cascadas que adornan el paisaje camino a NanuOya, las cataratas Ravan el Parque Nacional de Yala a través de un safari en jeep o el parque Weligama, donde se observará la forma tradicional de pesca.

✉ www.luxotourgrandesviajes.com



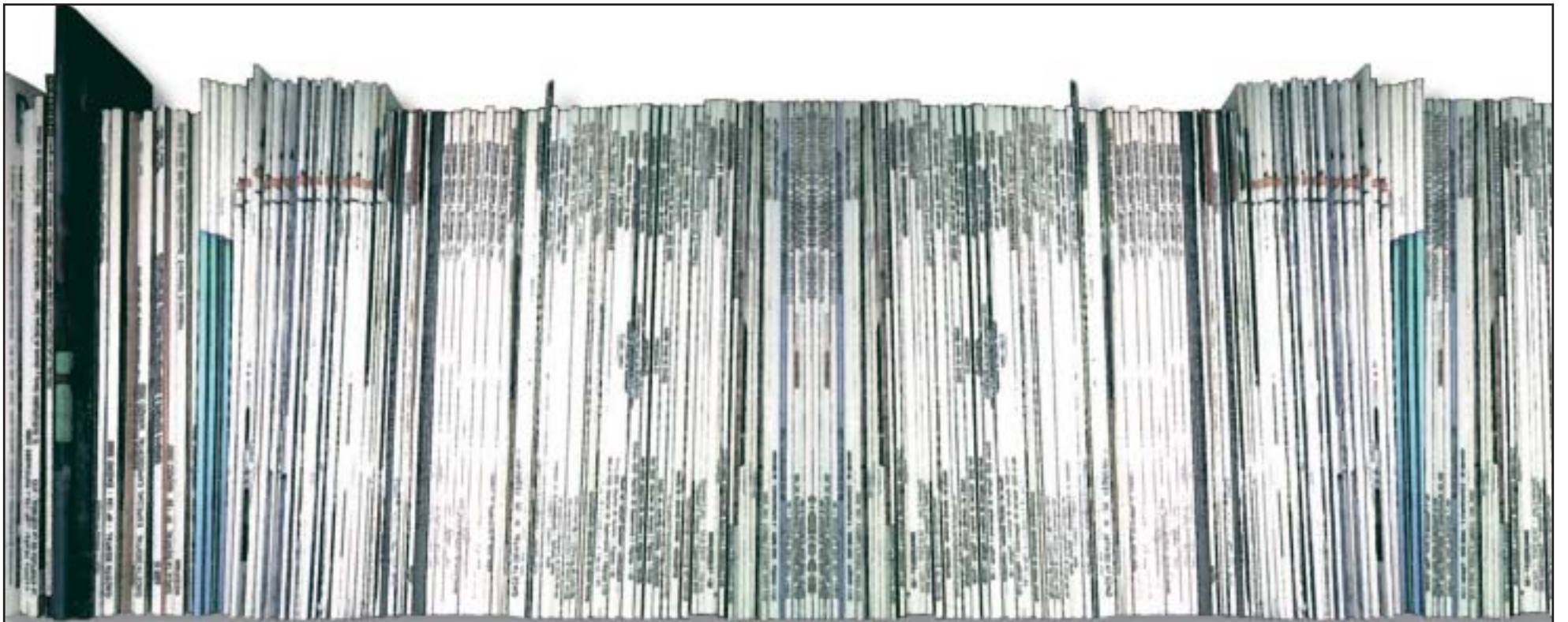
La información profesional no es un juego de niños

NEXOTUR ofrece, cada semana, la información más útil, rigurosa y comprometida con el Sector. Sin rumores, ni vida social o datos sin contrastar. Un instrumento de trabajo al servicio del agente de viajes emisor y en defensa de sus intereses.

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR
 ☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39
 DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid
 E-mail: atencion-clientes@nexotur.com / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid



De Profesional a Profesional



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 (aeepp@aeepp.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

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 cada 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 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



El Sector ha cambiado y la Información también



NexoHotel.com **20** XX CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO **20**

HOTELERÍA Y ALDARMENTO

Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo

El Hotel Semáforo de Fisterra acaba de abrir sus puertas en el Faro de Finiserra, el segundo punto más visitado de Galicia y que ahora se rehabilita para ser un hotel restaurante "de ensueño".

Paradores cierra 2016 con ingresos por valor de 255 millones de euros

Los destinos existosos a finales de 2016

Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde

Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria



**Date de alta en
Nexohotel.com**

Diario *online* de Hotelería

**... y recíbelo cada mañana
en tu email**

HOTELERÍA

Las pernoctaciones en hoteles aumentan más de un 7% respecto a marzo de 2017

Los hoteles facturan casi 88 euros de media por habitación ocupada, lo que supone un incremento anual del 5,2%

En marzo las pernoctaciones hoteleras crecen un 7,1% respecto a 2017. Las de residentes aumentan un 13,1%, mientras que las de no residentes

un 3,3%. Por zonas turísticas, el sur de Gran Canaria presenta el mayor grado de ocupación por plazas (79,6%) y el sur de Tenerife el mayor grado

de ocupación en fin de semana (80,1%). Según el país de origen de los viajeros, los de Reino Unido y Alemania concentran el 23,1% y el 21,4%.

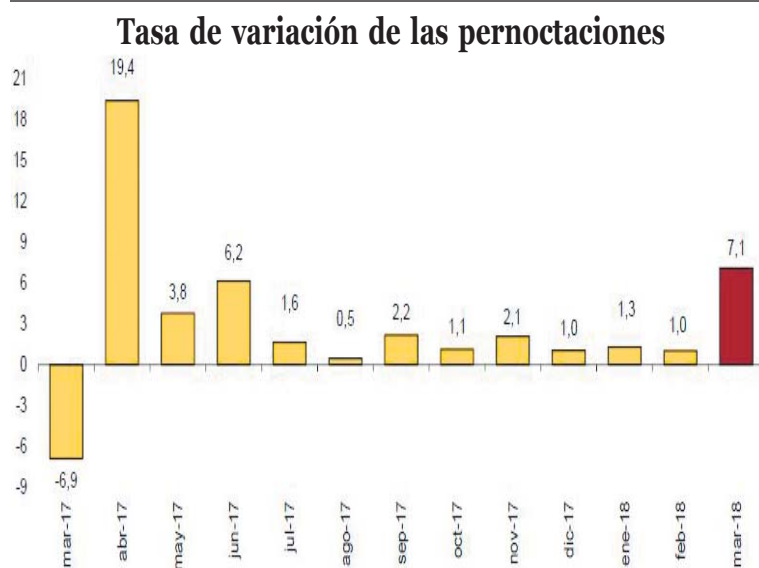
Durante el mes de marzo las pernoctaciones en establecimientos hoteleros han superado los 21,9 millones en España, un 7,1% más que en el mismo mes de 2017. Las pernoctaciones de viajeros residentes en España han aumentado un 13,1% y las de los no residentes un 3,3%. La estancia media ha bajado un 1,4%, situándose en 2,9 pernoctaciones por viajero. Durante los tres primeros meses de 2018 las pernoctaciones han aumentado un 3,5% respecto al mismo periodo del año anterior.

En términos de ocupación hotelera, en marzo se cubre el 53,6% de las plazas ofertadas, con un aumento anual del 3,4%. Canarias presenta el mayor grado de ocupación por plazas durante marzo (76,7%). Le siguen Comunidad de Madrid (58,6%) y Comunidad Valenciana (56,1%). Por zonas turísticas, el sur de Gran Canaria presenta el mayor grado de ocupación por plazas (79,6%) y el sur de Tenerife el mayor grado de ocupación en fin de semana (80,1%). Tenerife registra el mayor número de pernoctaciones, con más de dos millones. Los puntos turísticos con más pernoctaciones son Barcelona, Madrid y San Bartolomé de Tirajana.

Según el país de origen de los viajeros, los de Reino Unido y Alemania concentran el 23,1% y el 21,4%, respectivamente, del total de pernoctaciones de no residentes en establecimientos hoteleros en marzo. El mercado británico baja un 0,6%, mientras que el alemán crece un 2,9%. Las pernoctaciones de los viajeros procedentes de Francia, Suecia e Italia (los siguientes mercados emisores) registran unas tasas anuales del -1%, 1,3% y 2,2%, respectivamente.

Precios hoteleros

Por otro lado, la tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH) se sitúa en el 4,8% en marzo, lo que supone 1,7 puntos más que la del mes pasado y 1,6 puntos por encima de la registrada hace un año. Canarias, Cataluña, Andalucía y Comunidad de Madrid son las comunidades con mayor ponderación en el IPH en marzo (suponen el 74,5% del peso total). Además, la facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada (ADR) es de 81,7 euros en marzo, lo que supone un aumento del 5,2% respecto al mismo mes de 2017. Por su parte, el ingreso medio diario por



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

© NEXOTUR

habitación disponible (RevPAR), que está condicionado por la ocupación registrada en los establecimientos hoteleros, alcanza los 49,9 euros, con un incremento del 6,1%.

Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid son los destinos principales de los viajeros residentes en España en marzo, con tasas anuales de variación en el número de

pernoctaciones del 13,5%, 9,3%, 16,3% y 7,4%, respectivamente. El principal destino elegido por los viajeros no residentes es Canarias, con un 41,4% del total de pernoctaciones, seguida de Cataluña (con el 16,4% del total y un crecimiento del 5,1% de las pernoctaciones) y Andalucía (con el 14,4% del total de pernoctaciones y un aumento anual del 7,4%).

AccorHotels compra Mövenpick Hotels & Resorts por 482 millones de euros y se consolida en el mercado europeo

Se beneficia del programa de fidelización, los canales de distribución y los sistemas operativos

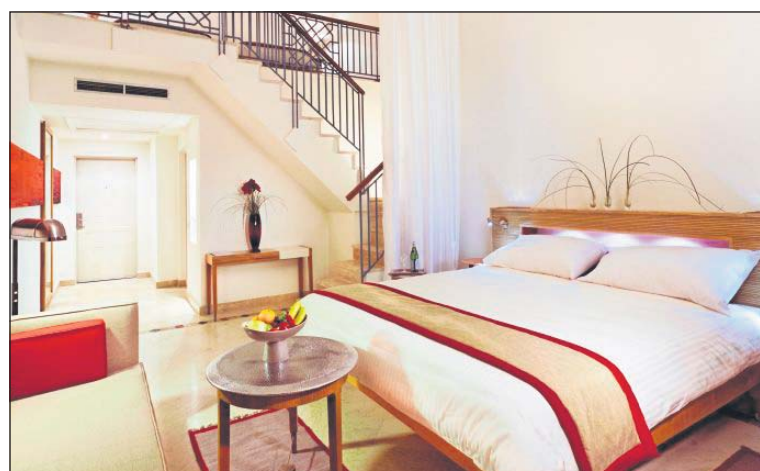
Mövenpick Holding y Kingdom Holding han acordado la firma de venta de Mövenpick Hotels & Resorts con AccorHotels por 560 millones francos suizos, lo que equivale a 482 millones de euros. El acuerdo tendrá un impacto creciente en las ganancias del grupo desde el primer año.

"Con la adquisición de Mövenpick, nos consolidamos como uno de los líderes en el mercado europeo y se acelera aún más nuestro crecimiento en los mercados emergentes, en particular en Oriente Medio, África y Asia-Pacífico" ha comentado el presidente y director ejecutivo de AccorHotels, Sébastien Bazin. "Al unirse al grupo, Mövenpick se beneficiará del poder de AccorHotels, particularmente en términos de distribución,

fidelización y desarrollo. Esta unión ilustra la estrategia que pretendemos seguir con la apertura del capital de AccorInvest: aprovechar las oportunidades tácticas para fortalecer nuestras posiciones y consolidar nuestro liderazgo, así como para impulsar nuestro crecimiento", ha asegurado Bazin. La transacción está sujeta a aprobaciones regulatorias, por lo que deberá completarse durante la segunda mitad de 2018.

Mövenpick Hotels & Resorts

Fundado en el año 1973 en Suiza, Mövenpick Hotels & Resorts opera en 27 países con 84 hoteles y más de 20.000 habitaciones. Además, la cadena planea abrir 42 hoteles adicionales hasta 2021, lo que representa casi 11.000 habitaciones



Habitación de Mövenpick Hotels & Resorts.

y una expansión en Oriente Medio, África y Asia-Pacífico. El grupo tiene una gran experiencia en los prin-

cipales servicios relacionados con hoteles y cuenta con más de 16.000 empleados en todo el mundo.

■ PRODUCTO

Los clientes pueden disfrutar ya de Chateau Miramar by Be Live

Be Live Hotels cuenta en su red con el nuevo establecimiento ubicado en La Habana, el Chateau Miramar by Be Live. En total son cinco los hoteles que la cadena gestiona en Cuba, dos en la capital y tres en Varadero. El nuevo establecimiento, propiedad de Cubanacan, es un hotel *boutique* con 50 habitaciones, restaurante y piscina de agua salada, entre otros servicios. Con una importante inversión prevista por Globalia, se tiene previsto el aumento de categoría del establecimiento a las cuatro estrellas. Dada la cercanía con el otro hotel que gestiona en La Habana, Be Live Habana City Copacabana, prevén crear un complejo hotelero.

Derby Hotels suma nuevos apartamentos en la ciudad condal

La división de apartamentos turísticos del grupo Derby Hotels Collection, Barcelona Apartment, ha sumado en marzo un nuevo edificio, el Wello Eixample Apartments, ubicado en la calle Consell de Cent de Barcelona. El inmueble dispone de 12 unidades de diferentes dimensiones con todo tipo de comodidades, como aire acondicionado, conexión wifi, baño privado, cocina equipada, terraza, salón-comedor, etc. El nuevo inmueble es su octavo establecimiento, aunque Barcelona Apartment también comercializa otros tres edificios de apartamentos de lujo.

'Living Lab Hotel' es el nuevo Modelo de Innovación Turística

Blue Bay Hotels ha puesto en marcha, junto con las cadenas hoteleras Grupo Satocan, HD Hotels y Dunas Hoteles, y el apoyo del Instituto Tecnológico de Canarias (ITC) y del Patronato de Turismo de Gran Canaria, el laboratorio de innovación 'Blue Living Lab Hotel' en el Hotel Beach Club de San Agustín, en Gran Canaria. "Nos sentimos muy orgullosos de haber promovido una iniciativa que tiene como objetivo promover la innovación entre actores públicos y privados. El intercambio de conocimiento, el desarrollo y aplicación de la innovación es vital para que el sector turístico canario y español mantenga su liderazgo", ha afirmado el presidente de BlueBay Hotels, Jamal Satli Iglesias.

El Gremi d'Hotels apoya la propuesta de prohibición apartamentos turísticos de Palma

La medida que está prevista que se apruebe en un pleno de Palma que se celebrará en julio

La prohibición del Ayuntamiento de Palma de los pisos turísticos en edificios plurifamiliares en toda la ciudad es una medida que no deja de

causar reacciones. La última, la del Gremi d'Hotels de Barcelona, que entiende que esta decisión tiene que hacer reflexionar a las dife-

rentes instituciones y agentes sociales, económicos y turísticos, tanto de la capital catalana como del propio gobierno de la Generalitat.

El Gremi d'Hotels de Barcelona (GHB) celebra la medida propuesta por el Ayuntamiento de Palma de prohibir de manera definitiva los pisos turísticos en edificios plurifamiliares en toda la ciudad. Con esta norma, los propietarios de un piso o de un apartamento situados en un edificio plurifamiliar en Palma no podrán alquilar sus viviendas a turistas. Sólo se permitirá el alquiler a viajeros en viviendas unifamiliares, casas aisladas o chalets. De este modo, se convertirá en la primera ciudad de España que prohíbe estos alquileres. Esta medida se someterá durante unos meses a exposición pública y se aprobará en un pleno que se celebrará en julio.

El GHB entiende que esta decisión tiene que hacer reflexionar a las diferentes instituciones y agentes sociales, económicos y turísticos, tanto de la capital catalana como del propio gobierno de la Generalitat, para que apuesten por los edificios completos de viviendas de uso turístico, un modelo de negocio, vinculado al alojamiento turístico, que fomenta la coexistencia de la actividad turística de manera respetuosa con los ciudadanos.

De hecho, además de fomentar la coexistencia, garantiza una gestión profesionalizada. Los edificios completos de HUT's erradicar las situaciones conflictivas con veci-

nos de escalera y contribuyen a mejorar los estándares de calidad percibidos por los visitantes de la ciudad y, por tanto, también del conjunto del Sector Turístico de Barcelona. Se trata de un modelo no intrusivo con su contexto y que, garantiza un pleno control de la actividad turística que se lleva a cabo.

Medidas a tomar

En este sentido y ante la inminente publicación del nuevo Decreto de Reglamento de Turismo de Cataluña, el GHB alerta que la incorporación de nuevas modalidades de alojamiento turístico a las actuales, las cuales considera que solo generarán un grave déficit de vivienda en Barcelona y, por tanto, se opone rotundamente a estas nuevas modalidades, al considerar que bajará la calidad en la prestación del servicio y agravará la convivencia entre la actividad turística y los vecinos y las discrepancias que ya se han puesto de manifiesto este último año, con especial incidencia en diversas zonas de la ciudad.

"Nos preocupa que las medidas propuestas en este Decreto, en lugar de ayudar a solucionar los problemas de convivencia que hemos vivido este último año, especialmente destacados en la ciudad de Barcelona, ayudarán a agravarlos al darse todas las facilidades para



Es la primera ciudad de España que prohíbe estos alquileres.

que se genere este déficit de vivienda tan importante", ha comentado el director general del Gremi d'Hotels, Manel Casals.

Por este motivo el GHB, ante la necesidad de no agravar e incrementar las discrepancias entre la actividad turística y los vecinos, considera que es del todo imprescindible ordenar correctamente las modalidades existentes actualmente, remarcando la necesidad de no incorporar nuevas modalidades de alojamiento turístico hasta que las actuales no estén controladas de manera efectiva.

Por otro lado, la entidad considera que no se pueden regular aquellas propuestas que son ilegales e incontrolables, pues sus afectaciones perjudicarían al conjunto

socioeconómico de la ciudad; con afectaciones al estado del bienestar; propiciando la degradación del mercado laboral y de las garantías laborales; propiciando un alto nivel de fraude fiscal y de economía sumergida, con una reducción del impacto del gasto de un turista en el destino; fomentando la competencia desleal; con una falta de control sobre la calidad y la seguridad y la pérdida del control sobre la carga de un destino; con graves afectaciones en las comunidades de vecinos, de su desgaste y de la desnaturalización del comercio de barrio y, con un impacto directo en el incremento del precio de la vivienda que supone el desplazamiento de la población autóctona.

Fevitur acusa de impulsar políticas contra el Turismo con una medida 'radical y populista'

Estudia emprender acciones legales contra la prohibición de viviendas turísticas en Palma

La Federación Española de Asociaciones de Viviendas y Apartamentos Turísticos (Fevitur) lamenta que Palma de Mallorca sea la primera ciudad en adoptar una medida tan "radical y populista" como es la prohibición total de las viviendas turísticas vacacionales en edificios plurifamiliares, y que "responde únicamente a motivaciones políticas".

Para el presidente de Fevitur, Tolo Gomila, esta situación "denota la más absoluta animadversión hacia el Turismo y hacia la economía", así como la "incapacidad de gestión de una minoría radicalizada que, por juegos de equilibrio parlamentario, tiene responsabilidad en el Gobierno municipal".

La intención del ejecutivo es poner en marcha dicha prohibición a partir del mes de julio, una vez pasado el trámite del pleno. Desde Fevitur avisan que se está estudiando adoptar medidas legales ante los posibles indicios de prevaricación administrativa en todo el proceso. "No estamos frente a una



Considera que se está 'frente a una prohibición que empobrece la ciudad'.

regulación, estamos frente a una prohibición que empobrece la ciudad", insiste Gomila, que lamenta las consecuencias adversas de la iniciativa para la pequeña y mediana empresa y el comercio de la capital balear, así como un "claro lastre para la desestacionalización, tantas veces promulgada por el ejecutivo y tan poco practicada".

En este sentido, la patronal estatal de las viviendas turísticas vacacionales recuerda las "sentencias favorables de Oviedo, Barcelona, Madrid, Valencia, Canarias o Berlín" en relación con otras regulaciones mucho menos restrictivas de lo que se propone en Palma, y espera que, en el caso de la capital balear, "también sea derogada".

AEHM culpa a las VUT de no alcanzar el 85% de ocupación

La ocupación en los hoteles de la Comunidad de Madrid en el puente de mayo, del 27 de abril al 6 de mayo, se ha quedado un 10% por debajo del 85% esperado por el sector como consecuencia, mayormente, del crecimiento descontrolado de las viviendas de alquiler de uso turístico (VUT).

Así lo ha señalado la secretaria general de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Mar de Miguel, quien ha lamentado que los hoteles de la región no hayan podido alcanzar las expectativas que habían previsto para estos días festivos, ya que la ocupación media no ha llegado a superar el 75%.

Desde la AEHM reclaman a las Administraciones la puesta en marcha de una adecuada regulación sobre las viviendas de alquiler de uso turístico. Asimismo, consideran de vital necesidad que el Gobierno central legisle de forma precisa.

PRODUCTO

Vincci Hoteles se renovará con 11,6 millones de euros

Con un plan de inversión de 11,6 millones de euros, Vincci Hoteles actualizará sus establecimientos en España en los próximos cinco años. Esta inversión forma parte de la apuesta de la cadena hotelera de mantener una constante renovación de sus alojamientos. Dentro de esta inversión, este año se prevén 3,3 millones de euros, que suponen un incremento de los 200% respecto al año anterior, repartidos entre los 29 hoteles que posee en España. Esta cantidad se verá incrementada tras la previsión de nuevas aperturas en los próximos meses en ciudades como Bilbao. "A pesar de la juventud de la compañía, apostamos por una renovación constante de los establecimientos", comenta el director general de Vincci Hoteles, Carlos Calero.

Interstate Hotels prevé ampliar su presencia en Europa con 12 hoteles

Interstate Hotels & Resorts abrirá 12 nuevos hoteles en Europa occidental. Intersate se encargará de gestionar los establecimientos mediante acuerdos a largo plazo con Borealis Hotel Group, una empresa hotelera holandesa en expansión. Las propiedades, que incluyen los ya operativos Ibis Budget Amsterdam City South (de 314 habitaciones) y el Hotel Indigo The Hague-Palace Noordeinde (de 63 habitaciones), además de otros establecimientos cuya apertura está prevista para 2018 y 2019, se componen de 1.732 habitaciones de gama media y alta con servicios de alta calidad y elegantes bajo franquicias de las marcas IHG, Accor, Marriott y Hilton en ubicaciones de primera categoría en los Países Bajos, Bélgica y Francia.

Dolce Sitges ofrece una nueva sala con capacidad para un total de 360 personas

Dolce Sitges reafirma su apuesta por el Sector MICE con la nueva sala de conferencias Mediterrani. Con unas dimensiones de 440 metros cuadrados tiene una capacidad para 360 personas en formato teatro. La nueva sala de conferencias Mediterrani es un espacio versátil formado por tres salas panelables (Syrah, Parellada y Samsó) que pueden ser utilizadas por separado, unidas de dos en dos o las tres en una sola, en función de las necesidades de los visitantes. Cuenta con una decoración totalmente actualizada y abundante luz natural. Sus proyectores Full HD con diferentes opciones de posición, sus paneles de separación insonorizados y conexiones a un sistema audiovisual de última tecnología son solo algunas de sus características.

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 Berastegui, 4 bajo I BILBAO	☎ 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Morera, 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 Trias 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 Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputacio, 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 Diputacio, 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 Arequipa, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664
MUNDICOLOR 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 Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4º 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	☎ 945-245500/902-877778 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 5º BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479

UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Enpta. lqz. 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 Ordaz, 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	☎ 971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	☎ 91-3083444 Fax 91-3198444
FINNAIR Tarragona, 161, 15º BARCELONA	☎ 901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Luisa Fernanda, 2 MADRID	☎ 91-5423123 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	☎ 91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
LAN Capitán Haya 1, 7ª 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 Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
CROISIEUROPE C/ General Oraa, 5, 1º MADRID	☎ 91-2952497 reservas@croisieurope.com
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	☎ 956-651178-507070 Fax 956-653379
P&O PORTSMOUTH Cosme Echevarrieta, 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	☎ 91-7545602 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 HOTELES Laude s/n PALMA DE MALLORCA	☎ 971-743030 Fax 971-744171
SOL MELIA Gremio Toneleros, 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 Luisa 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 4º 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 Joaquín 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



El Sector ha cambiado y la Información también

**Concurso
MISS CATALUÑA**
PATROCINADO POR
Laurendor
CON AUTORIZACION DEL
MINISTERIO DE
INFORMACION Y TURISMO



**PREMIOS EN METALICO:
MISS CATALUÑA.
25.000 PESETAS
DAMAS DE HONOR.
10.000 Ptas. CADA UNA**

PREMIOS EN OBJETOS
CONSISTENTES EN
JOYAS, MUEBLES, RELOJES DE ORO, RADIOS, MAQUINAS
FOTOGRAFICAS, ETC. POR UN VALOR GLOBAL DE
UN MILLON DE PESETAS
SOLICITE EN SU PERFUMERIA LAS BASES DE ESTE SENSACIONAL CONCURSO

CONEXO net Colaboran **CEOE** **(Fitur)** **IFEMA**
COMISION ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES
CONGRESOS, REUNIONES E INCENTIVOS



Carmona crece en el sector turístico, en parte, gracias al Sector MICE

El proyecto 'Carmona de Congresos' ayuda a que durante 2016 la localidad sevillana haya logrado un récord histórico en la llegada de visitantes a su Oficina municipal de Recepción Turística.



El MICE, producto clave en Comunidad Valenciana



La política turística de Málaga da resultado en 2016



Oviedo Congresos incorpora a nuevas empresas asociadas



**Date de alta
en Conexo.net**

Diario *online* de Congresos,
Reuniones e Incentivos

**... y recíbelo cada mañana
en tu email**

Vehículos en Canarias en la nueva página 'web responsive' de Cicar

Cicar presenta una página web compatible para terminales móviles en la que ofrece únicamente al cliente final información sobre la empresa y su flota de vehículos en las Islas Canarias y, además, incluye un sencillo sistema de reservas.



www.cicar.com

Cicar, *rent a car* con sede en Lanzarote, ofrece una página de fácil uso en la que informa sobre la empresa, la situación de sus oficinas en las Islas Canarias, Baleares y algunas provincias peninsulares, y sobre la gama de vehículos de alquiler de su flota, incluyendo su precio, su descripción y la indicación de si hay ofertas para ese vehículo. Se completa con un fácil sistema de reservas —no disponible para las agencias de viajes— que no contempla el mantenimiento *online* de la reserva. Por otro lado, la página presenta versiones en castellano, inglés, alemán, italiano, francés y ruso.

INFORMACIÓN

Ofrece un amplio abanico de vehículos de muy diversas categorías, incluyendo su foto, precio por semana, un aviso si está en oferta, la descripción y características del vehículo y las oficinas en que está disponible. También informa sobre sus oficinas y su plano de situación.

RESERVA

Dispone de un sencillo y útil sistema de reservas de vehículos incluyendo las preferencias del cliente, bien diseñado pero que no contempla el acceso posterior a la reserva para su anulación o modificación ni la posibilidad de gestión desde las agencias de viajes.

GENERAL

Presenta información sobre la empresa, su historia y las características de su flota y sus servicios, así como la dirección de correo electrónico y el teléfono de todos sus departamentos y algunos fax. También incluye un teléfono de contacto y el alta de clientes registrados.

▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso

Es una página de sencillo diseño, que permite un fácil acceso a la información de su flota y una sencilla gestión de reservas.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

No incluye ninguna referencia a las agencias de viajes, que no pueden gestionar en ella sus reservas.

CICAR / Rent a Car

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									
8	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTIÓN DE RESERVAS									
10	CONFIRMACIÓN INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTIÓN ESPECIFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

La web de Cicar, a pesar de la amplia información de su oferta y a la facilidad que ofrece para gestionar reservas de alquiler de vehículos, es de muy poco interés para los profesionales de Turismo, ya que no contempla la gestión de reservas desde las agencias de viajes.

7.4

Argentina presenta una nueva 'web' compatible sobre su oferta turística

La nueva página de oficial de Turismo de Argentina, compatible para terminales móviles, mantiene un fácil acceso a la información de interés para un viajero en el país pero, aunque ofrece buscadores de servicios, están casi vacíos.



www.argentina.travel

El Instituto Nacional de Promoción Turística (Inprotur) de Argentina presenta una nueva versión *responsive* de su web de Turismo, modificando su diseño, que mantiene con otra estructura las pantallas claras de gran formato con la información de los temas de interés para un viajero en el país, que sigue organizada en tipos, subgrupos y temas, de los que ofrece una descripción general, pero aunque ofrece un buscador de servicios por el momento está casi vacío, todo ello manteniendo versiones en español, inglés, portugués e italiano.

INFORMACIÓN

Ha reducido a cuatro las áreas de información turística: 'Qué hacer', 'Qué visitar', 'Eventos' y 'Servicios Turísticos'. En cada uno ofrece varias opciones y seleccionando uno presenta diversas alternativas con una descripción general en cada caso, aunque con pocas imágenes.

RESERVA

Aunque presenta buscadores de muchos tipos de servicios en algunos destinos, por el momento no presentan ninguna información sobre alojamientos ni sobre la mayoría de los tipos de servicios y, por lo tanto, no contempla ningún tipo de gestión de reservas.

GENERAL

Ya no presenta el enlace con la página oficial del Ministerio de Turismo que ofrecía contenidos interesantes para el turista, pero ahora incluye un área de información para el viajero en Argentina y sus requisitos de acceso, así como otra para publicaciones de los viajeros.

▲ Lo Mejor / Amigable

Con un nuevo diseño *responsive* muy al uso mantiene su facilidad de acceso a toda la información que ofrece.

▼ Lo Peor / Servicios

Ofrece buscadores de todo tipo de servicios turísticos por destino, pero sin contenido en la mayoría de los casos.

ARGENTINA / Destino

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
10	% DEL PRODUCTO									
6	ACTUALIZACIÓN									
10	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	ENLACE CON OTROS PORTALES									
6	GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS									
6	GESTIÓN DE TRANSPORTES									
4	GESTIÓN DE OTROS SERVICIOS									

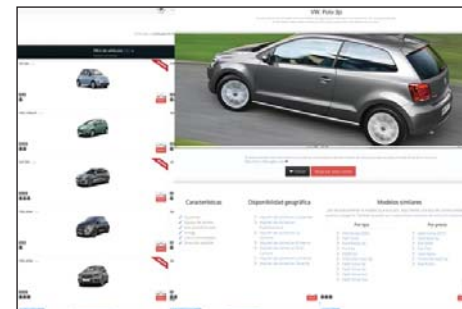
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página oficial de Turismo en Argentina es accesible desde cualquier tipo de terminal y sigue ofreciendo interés para las agencias de viajes por la información de sus atractivos turísticos, pero su buscador de todo tipo de servicios por destino está prácticamente vacío.

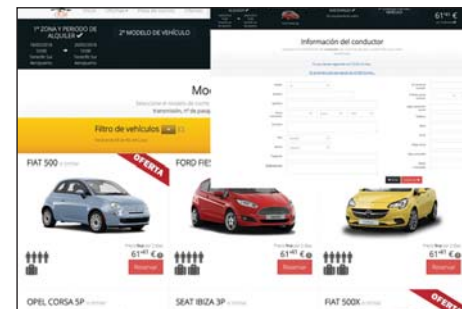
6.0



Entrada / Presenta el acceso a sus oficinas, flota y ofertas y la primera pantalla del proceso de reservas.



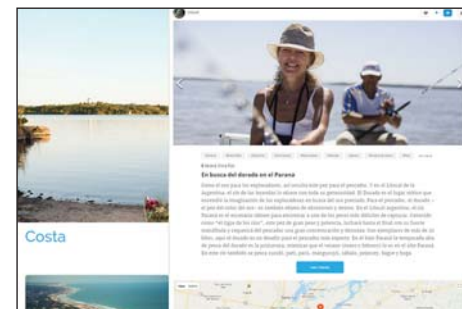
Producto / Informa sobre todos los vehículos de su flota indicando el precio semanal, las ofertas y sus principales características.



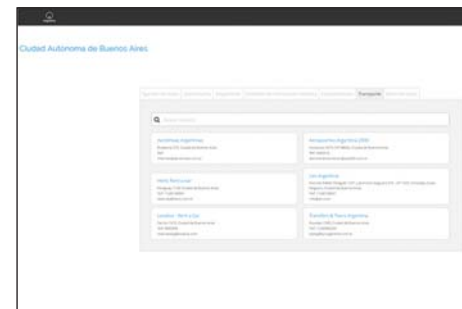
Reserva / Dispone de un sencillo sistema de reservas de vehículos sin acceso posterior y no disponible para las agencias.



Entrada / En formato compatible presenta el acceso a sus áreas de información, propuestas, eventos y publicaciones de los viajeros.



Producto / Ofrece diversas opciones y el acceso a su descripción de cosas que hacer, sitios a visitar y eventos.



Reserva / Incluye buscadores de todo tipo de servicios turísticos por destino, pero sin información en la mayoría de los casos.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Algunas agencias de viajes exigen a sus trabajadores el conocimiento de MAC

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 Jauregui.** Bilbao. Esta agencia minorista en Bilbao con más de 26 años de antigüedad necesita un agente de viajes para incorporación inmediata a la empresa. Precisa a una persona con experiencia demostrada en el sector, conocimientos de Amadeus y en general de todas las labores de mostrador. Asimismo, se valorará el conocimiento de Orbis.

■ **Viajan2.** Madrid. Esta agencia de viajes minorista ubicada en la zona de paseo de la Habana y especializados en viajes de novios ofrece puesto de trabajo de jornada completa. Para los candidatos es imprescindible contar con una experiencia profesional mínima de dos años y hablar perfectamente portugués.

■ **Marly Camino** Madrid. Esta agencia, especializada en el Camino de Santiago busca un profesional dinámico con experiencia en el área de reservas de viajes u hoteles. Es necesario que los candidatos tengan experiencia en manejo de Amadeus y Star, así como conocien-

tos de MAC en inglés. También deberá tener su residencia en Madrid.

■ **Bentravel Madrid.** Madrid. Esta agencia de viajes busca a un profesional con experiencia demostrable de, al menos, dos años. También valorarán positivamente la reseñas de los empleos anteriores, la aportación de una agenda propia de clientes, conocimientos de otros idiomas además del inglés y la posibilidad de disponer de un gran flexibilidad horaria.

■ **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 lunes a viernes de forma continua y posibilidad de contrato indefinido.

■ **Viajes Cometa.** Madrid. Esta agencia de viajes madrileña necesita a un profesional especializado en viajes corporativos y a medidas. Los candidatos intere-

sados 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.

■ **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, resolutivez, 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.

■ **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.

■ **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.

■ **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.

■ **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.

■ **Mapa Tours.** Madrid. La mayorista está seleccionando estos días personal para el departamento de contabilidad en sus oficinas centrales de Madrid. Valorará dominio del programa contaplus y de inglés.

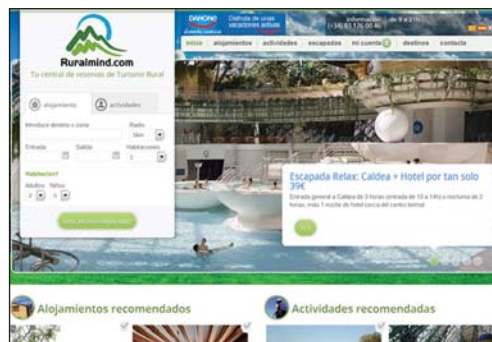
Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Turismo Rural en Cataluña

↑ Ruralmind presenta una página en la que **informa** sobre alojamientos, escapadas y otras actividades de Turismo Rural en Cataluña y parte de Francia, incluyendo un sencillo sistema de reservas y de gestión de regalos, no disponible para las agencias de viajes.

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

↓ No incluye la gestión de **reservas** desde las agencias de viajes.



<http://www.ruralmind.com>

Transporte en Europa

↑ Ouibus presenta una nueva versión de su **web** con un diseño **responsive**, que mantiene una amplia **información** sobre sus destinos en Europa, vuelve a incluir un área de ayuda al viajero y mantiene la gestión de reservas, no válida para las agencias.

↑ Por su amplia cobertura es una **web** de **utilidad** para el viajero.

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



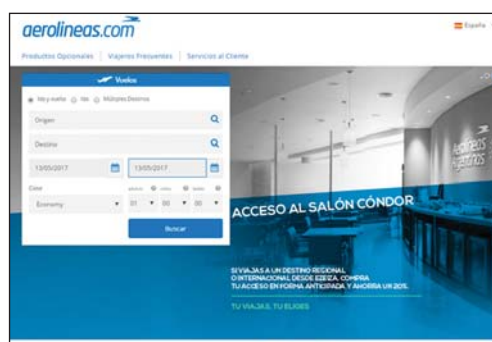
<http://www.ouibus.com>

Vuelos en Argentina

↑ Aerolíneas Argentinas presenta otra versión de su página que con nuevos diseño de sus pantallas y estructura de accesos, reduce la **información** sobre la empresa y sus servicios y mantiene la misma gestión de sus vuelos, pero sin la de otros servicios.

⇒ Su **utilidad** está limitada a vuelos en y desde Argentina.

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



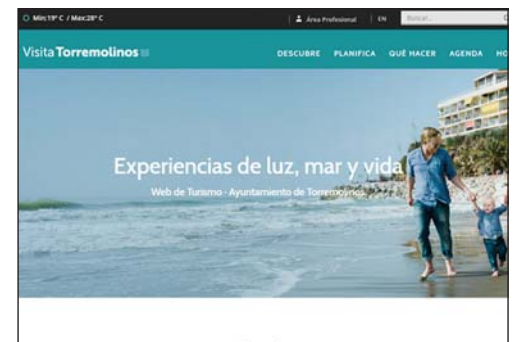
<http://www.aerolineas.com>

Turismo en Torremolinos

⇒ Torremolinos presenta una nueva **web** de Turismo en la ciudad que, con un diseño adecuado, ofrece por el momento una agenda de eventos, una **información** muy general sobre sus atractivos turísticos y muy poca sobre hoteles y restauración.

⇒ Por su escaso nivel de **información** resulta de poca **utilidad**.

↓ No ofrece **información** ni **reserva** de servicios turísticos.



<http://www.turismotorremolinos.es>

Apartamentos en Benidorm

↑ **Benidorm** presenta una nueva versión **responsive** de su página, que sigue ofreciendo una completa **información** y una fácil gestión de reservas, únicamente de apartamentos en Benidorm, pues ya no incluye hoteles, traslados ni otros servicios en la zona.

⇒ Su **utilidad** está limitada a algunos edificios de apartamentos.

↓ Ya no contempla la gestión de **reservas** desde las agencias.



<http://www.beninter.com>

Congresos en España

↑ El Spain Convention Bureau presenta una nueva página **responsive** en la que **informa** sobre todas las ventajas que ofrece nuestro país a los organizadores de eventos y una completa información de los 56 destinos españoles para congresos.

↑ Es de **utilidad** por su información sobre destinos para eventos.

↓ Para **reservas** ofrece el enlace con la **web** del destino.



<http://scb.es>

LEGISLACIÓN

Contratación

Seguridad Social

✓El Boletín Oficial del Estado (BOE), publica el 28 de abril con el anuncio de la formalización del contrato derivado de la adjudicación para la contratación del servicio de agencia de viajes para Fremap, mutua colaboradora con la Seguridad Social. Nautalia Viajes, S.L. ha resultado ser la empresa adjudicataria con un valor estimado del contrato de 10.375.968 euros (IVA no incluido), con un presupuesto base de licitación de 5.305.457 euros (importe total). El contrato se adjudicó el 29 de noviembre de 2017, eligiéndose esta oferta, según publica el BOE, por ser la más ventajosa en su conjunto según los criterios de adjudicación que figuran en los pliegos.

✓El Boletín Oficial de Madrid publica la resolución del 13 de abril de 2018, de cese de actividades de la agencia 'Viajes Vista Alegre, Sociedad Limitada'. Lo que se realiza en cumplimiento de lo establecido en el artículo 45.1 de la Ley 39/2015.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

CURSO

Gastronomía española en todos los hoteles

Icex presenta un programa de formación para chefs del sector hotelero

Icex España ha presentado en San Sebastián el 'I Programa de Gastronomía Española dirigido a directores de alimentos y bebidas, chefs ejecutivos y sous chefs de hoteles internacionales de prestigio'. La formación se basa en un curso presencial de dos semanas en el Basque Culinary Center que ha preparado un programa ad hoc y exclusivo en el que los alumnos podrán conocer tanto los productos esenciales de la gastronomía como trabajar sobre su aplicación práctica en el sector hotelero y desarrollar talleres de innovación en materia de restauración, coctelería, servicio de desayuno, servicio al cliente y nuevas tendencias.

Tras las dos semanas de formación en San Sebastián, los participantes van a realizar un viaje de descubrimiento de la cultura gastronómica por el norte de España en un recorrido desde Donostia a Galicia, con final en Madrid, en el que visitarán Cantabria, Asturias, Galicia y Castilla y León. En la clausura de esta primera edición del programa en la sede de Icex en Madrid se entregarán los diplomas en una ceremonia presidida por el consejero delegado de Icex, Francisco Javier Garzón. El programa nace con vocación de permanencia con el fin de establecer unas relaciones sólidas y duraderas con las compañías o grupos hoteleros.



LIBROS

Recomendaciones de Iberia Plus

'Billete en blanco'. Editado por la aerolínea Iberia

Para celebrar su 25 aniversario, la compañía aérea Iberia ha editado 'Billete en Blanco', una guía de viajes escrita con la colaboración de los socios de su programa de viajeros frecuentes, Iberia Plus. Este libro recoge las anécdotas de los pasajeros de la aerolínea pensando en la utilidad de los nuevos turistas que vayan a visitar esos mismos lugares. La guía se puede descargar o leer online de forma completamente gratuita en la página web de Iberia, dividida en seis capítulos: 'África', 'América del Norte', 'América del Sur', 'Asia y Oriente Medio', 'Europa' y 'El Viaje es Disfrutar'. Este libro, que está acompañado de fotografías de los destinos, resume un total de 25 historias que los clientes de Iberia dejaron escritas en la plataforma 25 billetes en blanco, y gracias a las que los elegidos han sido recompensados.

CALENDARIO

El Turismo en China

●Entre el 15 y el 17 de junio tiene lugar en Pekín el BITE (Beijing International Tourism Expo), que representa una de las exposiciones internacionales más importantes para el Turismo en todo el mundo. En la edición de este año, asistirán expositores y visitantes de todos los países. La importancia de este evento se debe a que China se está convirtiendo en uno de los destinos más importantes, además, su mercado es uno de los más solicitados para el Turismo receptor, por ser una de las nacionalidades con mayor poder adquisitivo cuando va de viaje. Además, en los últimos años, la Comisión Municipal de Desarrollo Turístico de Pekín, ha aprovechado las oportunidades durante los últimos años para promover la industria de viajes mediante el desarrollo de una serie de eventos bien temáticos. Estos eventos anuales han mejorado efectivamente la popularidad de Pekín. Para más información sobre el evento consultar la página www.chinaexhibition.com.

N BOLSA DE TRABAJO
nexotur.com

¿Necesita
un profesional?

Ofertas y Demandas
de Empleo para
Profesionales de
Agencias de Viajes

Cumplimente
AHORA sus demandas
y ofertas de empleo
en tiempo real

¿Busca trabajo?

Inserte ahora sus ofertas y demandas

en Internet, en la web: www.nexotur.com

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración

SUBEN

▲ Ursula Leeman



Albatravel España ha realizado un cambio en su dirección con el nombramiento de Ursula Leeman como nueva gerente. En sus 20 años de experiencia, ha estado 13 en la jefatura de contratación y producto de Transhotel Europa.

▲ Jack Staehler



RoomIt de CWT ha anunciado el nombramiento de Jack Staehler como director de Tecnología. Trabaja desde la sede central de RoomIt en Chicago y será miembro de los equipos directivos de CWT tanto en Producto y Tecnología como de Roomit.

▲ Mary Larkin



La Junta Directiva de la Unión de Ferias Internacionales (UFI) ha elegido a Mary Larkin como su próxima presidenta para el periodo 2019-2020. La decisión se ha tomado durante la reunión que la Junta ha celebrado durante la Conferencia Europea de UFI en Verona (Italia).

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Ovidio de Andrés	3
Entrevista / Juan José Olivan	4
Escaparate	6-15
Mostrador	17-21
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluatnet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31



DEL 14 AL 20 DE MAYO DE 2018

BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

Se dispara la creación de empresas turísticas

El buen momento que atraviesa el Turismo, especialmente el apartado receptivo, se refleja en la creación de empresas turísticas en España. En los tres primeros meses del año se han dado de alta 5.622 nuevas sociedades vinculadas a esta rama de actividad, lo que supone un incremento del 87% en comparación con las 3.004 empresas fundadas en el arranque de 2017. No obstante, también aumenta el número de bajas. Hasta marzo han echado el cierre 642 compañías turísticas, un 116% más respecto al mismo periodo del año anterior, cuando se contabilizaron 297 bajas. De este modo, el índice de creación empresarial neta baja a 8,76, frente al 10,11 registrado en los tres primeros meses de 2017.



SEMANA DEL 21 AL 27 DE MAYO DE 2018

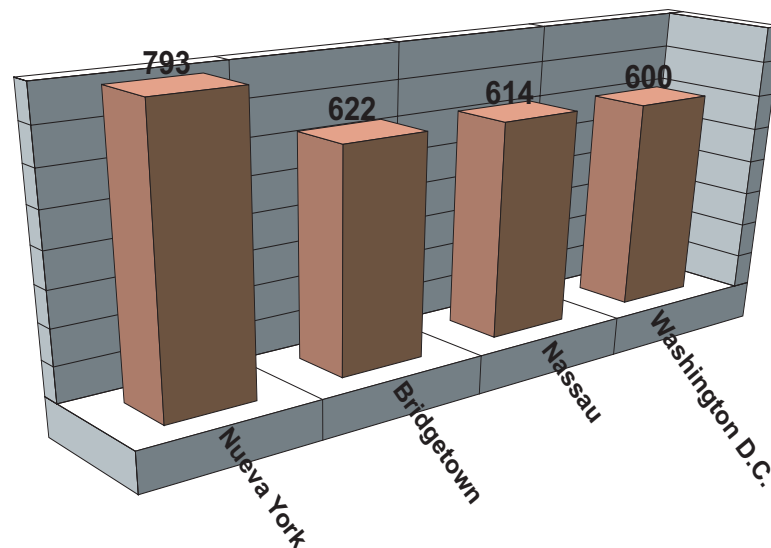
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

Nueva York, el destino MICE más caro

El coste diario por día para viajes de negocio en Nueva York es de 793 euros, el más caro del mundo. Se sitúa muy por encima de los siguientes destinos de la región, pero también es muy superior a la siguiente ciudad en la lista, Ginebra, con un coste diario de 720 euros. Otro de los datos destacados es la caída de Londres, que ha salido del top ten de los destinos más costosos y ha caído tres puestos en la lista de las ciudades europeas.

Precio en dólar de las ciudades estadounidenses



Fuente: ECA International.

© NEXOTUR

Nueva York ha sido la ciudad más cara del mundo para viajes de negocios en 2017 con un coste medio de 793 dólares al día, según la última investigación (Daily Rates) de la empresa ECA International. En su clasificación mundial, segunda y tercera aparecen dos ciudades europeas (Ginebra y Zurich, respectivamente), en cuarto lugar Luanda (Angola) y en quinto Bridgetown (Barbados). Completan el top ten París (Francia), Nassau (Bahamas), Washington (Estados Unidos), Basilea (Suiza) y Mónaco (Francia).

"Nueva York encabeza la clasificación como el lugar más caro para viajes de negocios debido al alto coste de los hoteles y los viajes, así como las políticas obligatorias de propinas del 15-20% durante las comidas", ha afirmado Simon Franklin, director del estudio de ECA International. "Una alta demanda de hoteles especialmente significa que las tarifas se pueden cobrar como premium y esto se refleja en el coste medio de una estancia en un hotel de cuatro estrellas, que actualmente es de 509 dólares por noche", ha añadido. En América, los siguientes destinos más caros para realizar Turismo MICE son Bridgetown (622 euros por noche), Nassau (614), y la capital estadounidense, Washington D.C. (600 euros).

El informe proporciona costes medios de alojamiento en hoteles, que representa la mayor parte de cualquier asignación diaria, así como comidas, bebidas, lavandería, transporte de taxis y artículos básicos diarios. Esta información es utilizada por las empresas para determinar las asignaciones de gas-

tos diarios para el personal que realiza viajes de negocios.

En segundo lugar de la clasificación mundial, y la ubicación europea más cara para viajes de negocios, es Ginebra, donde el viaje de negocios medio ha costado 720 dólares al día. Franklin ha destaca-

do que "las ciudades suizas siempre han sido lugares costosos para los viajes de negocios, y 2017 no ha sido diferente ya que el franco suizo ha continuado funcionando muy fuerte. Además de esto, Suiza ha sido considerada durante mucho tiempo como un importante cen-

tro financiero y bancario, y seguirá siéndolo en el futuro inmediato, lo que significa que los viajes de negocios seguirán siendo necesario".

Mientras tanto, en Asia, el coste de los viajes de negocios ha sido mucho más barato comparativamente. Hong Kong ha sido el lugar más caro para viajes de negocios en este continente, pero solo ha sido el 29º más caro a nivel mundial. En este sentido, Franklin ha explicado que "Hong Kong ha regresado como el lugar más caro de Asia para visitar por negocios, después de superar a Tokio en el ranking. Sin embargo, este cambio se debe principalmente a que el precio total de los viajes de negocios en Japón ha disminuido en el transcurso de 2017. El coste de los viajes de negocios en Hong Kong se ha mantenido relativamente sin cambios desde el año pasado con el típico viaje de negocios que ahora cuesta 508 dólares al día de media".

La caída de Londres

En la clasificación, Londres ha visto cómo caía en el ranking, al igual que todas las ubicaciones del Reino Unido incluidas en la lista. La capital británica ha salido del top ten internacional de ciudades más caras para viajes de negocios, superada por Mónaco, Basilea y París este año. Londres también ha caído en el ranking europeo, pasando del tercer al sexto lugar. Esto se debe a que el fuerte desempeño del euro en el último año ha visto cómo los costes en otras ciudades europeas como París y Mónaco han rebasado a la capital del Reino Unido.



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?