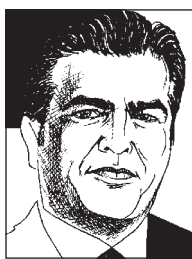




WILLIE WALSH

Mejoras del 'portal' B2B

PÁG. 12 / IAG avanza en el desarrollo de su nuevo 'portal' de agencias



EMILIO RIVAS

Las mismas comisiones

PÁG. 11 / Travelplán mantiene las comisiones de los productos habituales



MIGUEL MIRONES

Apoyar la Q de Calidad

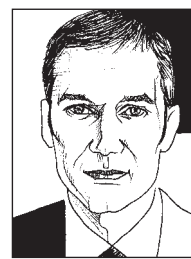
PÁG. 8 / Mirones reclama "mayor apoyo presupuestario" para la Q



FERNANDO CLAVIJO

Revisión de la garantía

PÁG. 8 / Dos meses para actualizar las garantías a las agencias de Canarias



CÉSAR GUTIÉRREZ

Un concurso transparente

PÁG. 13 / Fetave pide al Imsero un concurso "transparente y objetivo"

NewGen Iss llegará a España tres meses antes de lo previsto

IATA confía en que el proyecto, al que se oponen las agencias, se complete en 2020

Aunque el plan inicial de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) era implementar el NewGen Iss en España en el verano de 2019, el lobby

aéreo adelanta los plazos a abril-junio, según ha podido saber NEXOTUR. Las principales Organizaciones empresariales del Sector rechazan este nuevo sistema.



Pablo García-Diego preside 4AsE.

Turismo Prerrománico no es un sistema cerrado

"Nuestro sistema integrador gestiona en los viajes más de 600 monumentos", asegura el presidente de 4AsE. Pág. 4

La creación de empleo se frena en seco en julio

Entre julio y junio el empleo cae un ligero 0,2%, el primer descenso del siglo XXI. Frente a julio de 2017, crece un 6,4%. Pág. 10

Club NEXOTUR

Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 25

IATA adelanta al segundo trimestre de 2019 la implementación del polémico nuevo sistema NewGen Iss en nuestro país, previsto en un principio para el verano del año que viene. En el mismo periodo, entre los meses de abril y junio, también se pondrá en marcha en grandes mercados europeos como Portugal, Italia, Bélgica, Ho-



Alexandre de Juniac

landa, Suiza y República Checa, entre otras. Igualmente, el lobby aéreo alarga el proceso de implementación, que ya no finalizará en 2019, sino que se prolongará durante 2020. Sin embargo, para dicho ejercicio solo quedarán países de menor importancia en términos de venta, ninguno de ellos de Europa. Escapate en pág. 6

Malestar del Sector con la Ley de Viajes Combinados

A falta de conocer los cambios legislativos que se introducirán en España, la nueva Directiva de Viajes Combinados no deja de causar preocupación y rechazo entre directivos y representantes del Sector. En opinión del presidente de CEAV, Rafael Gallego, "las Administraciones turísticas deberían centrarse en proteger al consumidor del intrusismo y no sobrecargar a un Sector con garantías adicionales". Para el director general de Catai, Fernando Sánchez,

"ninguna legislación sectorial es tan proteccionista para el cliente como la de las agencias de viajes". Como sentencia el director general de Nautalia Viajes, Rafael García Garrido, "es nuestro día a día desde hace ya muchos años". Para el director general de Viajes Carrefour, David Villarino, "lo importante ahora es asegurar que todos los actores que dan el mismo servicio que las agencias funcionen con las mismas reglas". Escapate en pág. 9

Juan Arrizabalaga, nuevo director general de Globalia

Un gestor de altura para reactivar la salida a Bolsa

El hasta ahora presidente de Altadis, Juan Arrizabalaga, se ha convertido en el nuevo director general de Globalia. Su nombramiento se produce justamente un año después de la dimisión de Pedro Serrahima, quien abandonó el cargo aduciendo diferencias con el CEO de Globalia, Javier Hidalgo. Todo parece indicar, dado el perfil de Arrizabalaga, que su



Juan Arrizabalaga

misión es dedicarse a algo más que la gestión y el día a día del grupo turístico. Uno de sus principales cometidos podría ser la reactivación del plan de la familia Hidalgo para sacar a Bolsa Globalia, así como continuar con la reorganización del grupo y buscar alianzas e integraciones sinérgicas con terceras empresas. Escapate en pág. 7

SPV buscará una subida salarial y mejoras sociales

El Sindicato Profesional de Viajes (SPV) denunciará en octubre el actual Convenio Colectivo Estatal de Agencias de Viajes, vigente hasta el 31 de diciembre, para que no se prorrogue un año más, lo que supondría la congelación salarial. Al igual que en anteriores negociaciones, los sindicatos dedicarán especial atención a la cues-



José A. Morales

tión salarial. También buscarán mejoras sociales y de formación con el objetivo de contribuir a una mayor profesionalización del Sector, informan desde SPV. El actual Convenio, vigente de 2016 a 2018, fue acordado en septiembre de 2016 después de cerca de ocho meses de negociaciones. Escapate en pág. 6



OFERTAS ESPECIALES

Puentes de Otoño

(Indica la ciudad de salida del precio base)

Praga



desde **490€**

ESTANCIA: del 11 al 14 de Oct. / 4D/3N
SALIDAS: BCN, VLC, PALMA* y AGP
HOTEL: 3* AD + Visita Panorámica

Estambul



desde **445€**

ESTANCIA: del 11 al 14 de Oct. / 4D/3N
SALIDAS: MAD, BCN y MÁLAGA*
HOTEL: 3* AD

Marruecos



desde **800€**

ESTANCIA: del 7 al 14 de Oct. / 8D/7N
SALIDAS: MADRID*
HOTEL: 3*, circuito en MP y guía Esp.

Malta



desde **464€**

ESTANCIA: del 8 al 11 de Oct. / 4D/3N
SALIDAS: VALENCIA*
HOTEL: 3* AD

Rusia Clásico



desde **973€**

ESTANCIA: del 7 al 14 de Oct. / 8D/7N
SALIDAS: MADRID*
HOTEL: 4* AD + Visitas

Precios base por persona en habitación/apartamento/cabina doble, avión y tasas aéreas incluidas (excepto Cruceros). Consultar condiciones en www.politours.com

CLAVES

Marcas de identidad

AS MARCAS DE identidad turística parecen ser el momento de gloria de nuestros políticos con nuestra querida industria por lo que al parecer en cuanto toman posesión de su cargo el responsable de Turismo, reuniendo a sus huéspedes, (tan solo a veces acompañado por los representantes de la industria en su Comunidad) serios y engolados suelen lanzar la misma soflama: 'X' necesita una marca turística... una verdadera seña de identidad; nuestro destino debe desestacionalizarse, y... nos interesa el turista



☞ ANTONIO CABALLOS

de calidad (todo eso dicho de diferentes formas más o menos tintadas de suficiencia).

El resultado de tales planes, y en especial del primer punto, es que después de gastar mucho tiempo y bastante dinero cuando llega el siguiente gobierno, vuelve a suceder una cosa parecida. Renovando los mismos objetivos, el sucesor del antecesor y así continúan.

Personalmente creo después de haber visto pasar ya varios gobiernos comunitarios, provinciales y locales, creo que los destinos y las políticas turísticas deben tener continuidad, partiendo de una base, hacer las correcciones necesarias, progresando hasta dar con ese "dorado" que es la marca, aunque lo más difícil sería colocarla dentro de las ilusiones del viajero.

Ejemplos de éxito como "I Love NY" (con manzanita y todo) o ¿por qué no? el 'Spain is different', que nos colocó en el mundo en su momento, popularizando a todo un país. Eso significa que a un destino le toque el premio gordo de la lotería turística.

Después de conseguido el objetivo: situar el país en el mundo. Pues si le dices a un chino, por ejemplo, que eres español, en general quedará absorto, y deberás matizarle aun que el país está en Europa, añadiéndole que son de allí el Futbol Club Barcelona o el Real Madrid y... Asia es objetivo prioritario de futuro. Imagínate si tratas de explicarle que Oviedo y Girona (con todos los respetos) son lugares que merecen, sin duda, ser visitados.

Seamos sensatos, realistas, trabajemos con cabeza, no con corazón, cogiéndonos la cartera y siempre con las gentes de la Industria Turística: España sigue siendo diferente.

☞ Antonio Caballos García es agente de viajes.

La gestión de todo el viaje en blockchain, la liquidación aérea y la combinación de viajes de proveedores aéreos lo vemos como una oportunidad a más largo plazo, anticipando una mayor evolución dentro de la tecnología blockchain', señala el director general de Travelport España

TRIBUNA



☞ FRED LINDGREN

¿Tiene utilidad la tecnología blockchain para el Sector?

EL ESTUDIO GARTNER Hype Cycle para Tecnologías Emergentes 2017 concluyó que la tecnología blockchain fue el "Pico de Expectativas Infladas". ¿Pero es esto cierto para la industria de los viajes? En Travelport, nuestros arquitectos han estado investigando las implicaciones del blockchain, tanto para nuestro negocio como para el sector de los viajes en general así como sus posibles aplicaciones prácticas. En una industria que ya está basada en la confianza, donde existen relaciones sólidas y que funciona bien para gestionar las complejidades, comenzamos con una pregunta importante: ¿hay un rol para el blockchain? Para llegar al fondo de esto, para empezar, hemos estado analizando la idoneidad del blockchain para administrar la integración y la gestión del contenido de viajes para una distribución y venta seguras. También hemos estado considerando otros potenciales usos de esta tecnología en nuestro sector. Esta es nuestra conclusión:

— Reservas integrales de viajes: Actualmente los blockchains públicos no son adecuados, la escalabilidad y la velocidad de verificación de las transacciones son factores limitantes para su uso.

— Identidad del pasajero: blockchain y los registros distribuidos sí son tecnologías adecuadas, aunque es necesario un sólido mecanismo de control de acceso y modelo de seguridad.

— Pagos por transacciones de viajes: podría ser adecuado para el blockchain, pero serían necesarios partners financieros y requiere estabilidad monetaria.

— Programas de fidelidad: posiblemente serían adecuados para el blockchain, aunque requiere la colaboración de los proveedores de viajes y un acuerdo sobre el mecanismo de intercambio.

— Garantía de reservas y pagos: validar una reserva en registros distribuidos, adecuado para el blockchain, ya que no implica mantener toda la reserva en los registros distribuidos.

— Ticketing: similar a la anterior, pero corre el riesgo de transferir el proceso heredado a la tecnología de registros distribuidos.

— Liquidación B2B: sería adecuada para registros distribuidos en una red comercial cerrada.

— Compras e inventario: es posible el control de inventario con registros distribuidos, pero probablemente solo dentro de un grupo de acceso

limitado o una red cerrada debido tanto al rendimiento como a la escalabilidad.

— Criptomonedas de viajes: token de viaje o cambio de divisas, trabajando en los registros del proveedor. Probablemente será una necesidad para apoyar algunos de los otros modelos.

tratos y la verificación de la identidad del pasajero que actualmente se tiene que realizar varias veces. Los clientes de Travelport actualmente realizan muchas de estas actividades utilizando procesos manuales con múltiples controles y pasos de verifi-



En este sentido, Travelport predice que a corto plazo la mayoría de los desarrollos del blockchain ocurrirán en grupos de proveedores dentro de la industria de los viajes.

A medio/largo plazo, es posible que los pagos, el inventario y la administración de pedidos se vean afectados por las tecnologías blockchain o de registros distribuidos. La gestión de todo el viaje en blockchain, la liquidación aérea y

la combinación de viajes de proveedores aéreos lo vemos como una oportunidad a más largo plazo, anticipando una mayor evolución dentro de la tecnología blockchain. La evolución de los estándares abiertos en torno a los blockchains de viajes y la voluntad de los proveedores de viajes de ofrecer o vender contenido en registros distribuidos impulsará los avances en estas áreas.

Sin embargo, el principal impacto de las tecnologías blockchain y registros distribuidos será una reducción en los tiempos de procesamiento y mejoras de eficiencia para cualquier proceso en el que varias partes deban compartir y procesar la misma información. Como por ejemplo la facturación, la liquidación, el movimiento de pagos, la negociación de con-

Los registros distribuidos asegurados por blockchain garantizarían que todas las partes acuerden una sola versión de la verdad en tiempo real eliminando muchos de los procesos existentes. Esta tecnología permitirá que la identidad del viajero no se tenga que verificar en el aeropuerto al facturar una maleta y hacer el checkin, al pasar el control de seguridad y de pasaportes, al embarcar en el avión, al alquilar un coche, al hacer el checkin en el hotel, contratar un tour en el destino, etc.

En resumen:

— A corto plazo (1-2 años): Pagos B2B limitados, Criptomonedas de viajes, Identidad básica de los viajeros, Registros distribuidos privados para inventarios de proveedores de viajes.

— A medio plazo (2-5 años): Cambio de criptomonedas de viajes, Reservas en registros distribuidos privados, Pagos con criptomonedas para viajes, Comienzo de aceptación de la moneda IATA para pagos y liquidación, Existirá una identidad del viajero compartida por los proveedores de viajes.

— A largo plazo (+5 años) Uso de la moneda IATA para la liquidación aérea, Todo el viaje en blockchain, Servicios interlinea entre blockchains, Identidad global del viajero.

Así, Travelport colabora estrechamente con partners tecnológicos en posibles utilidades de la tecnología blockchain. Las primeras investigaciones y desarrollos se han realizado alrededor de las siguientes aplicaciones:

1. Integración y gestión de contenido de viajes de bajo valor para una distribución y venta seguras.

2. Desarrollar y gestionar una billetera de criptomonedas de viaje e intercambio de activos.

3. Determinar cómo podemos asegurar, anonimizar y gestionar las identidades de los viajeros en todo el ecosistema de viajes.

Travelport está buscando activamente otros socios de la industria de los viajes que estén interesados en explotar la tecnología blockchain y registros distribuidos. Además, creemos que muchas de las implementaciones iniciales en la industria de los viajes se basarán en cadenas privadas de registros distribuidos. Esto ayuda a desarrollar el aprendizaje y evaluar la idoneidad de la tecnología, se debe tener precaución al liberar los productos de viajes y procesarlos en blockchains públicos. Travelport cree que el blockchain y los registros distribuidos siguen siendo una tecnología todavía inmadura, pero tienen el potencial de cambiar el mercado de los viajes a medio y largo plazo. Por otro lado, existen riesgos financieros y de reputación al invertir en la tecnología blockchain demasiado pronto,

Tienen el potencial de cambiar el mercado de los viajes a medio y largo plazo

o hacerlo para ámbitos para los que esta tecnología no es la más adecuada. También existe el riesgo de no hacer nada, ya que el mercado de los viajes podría verse afectado por otras innovaciones del blockchain. Es por eso por lo que

Travelport está invirtiendo activamente en proyectos de prueba de concepto de registros distribuidos con nuestros socios tecnológicos. En definitiva, Travelport cree que puede posicionarse como un habilitador entre los ecosistemas blockchain utilizados por los proveedores de viajes. Travelport está posicionado para administrar los activos de viaje tanto dentro como fuera de la cadena, proporcionando capacidades de billetera e intercambio a los proveedores y los consumidores. Esta capacidad podría combinarse con nuestros propios registros distribuidos para la gestión de un contenido de bajo valor fuera de nuestro modelo de distribución clásico.

☞ Fred Lindgren es director general de Travelport España.

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), GERGAÑA 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 HERNÁEZ, JUAN CARLOS MAÑAS Y CLAUDIO MEFFERT
CONSEJO ASESOR (DIRECTORES): FRANCISCO VÁZQUEZ (CIMET), CLAUDIO MEFFERT (FUTURLIA) Y JULIO C. ABREU (NEXO BUSINESS)

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 (INTERNATIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966
TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

¡Salvemos la Calidad y el I+D+i turísticos!

EL FUTURO ESTÁ EN PELIGRO. La cultura de Calidad y el tejido de I+D+i están en trance de desaparecer. El gravísimo recorte presupuestario que sufren el ICTE y el ITH pone en riesgo uno de los atributos más relevantes del Sector y del destino España.

Los recortes del Gobierno Rajoy, pese al fin de la crisis financiera, se mantienen. Y con ellos la amenaza real de que el Sector pierda lo que había logrado en tres aspectos claves para nuestra competitividad: calidad, innovación y tecnología. Un desatino que sorprende, por cuanto calidad e innovación son dos de las escasas competencias (con la promoción e internacionalización), que conserva la Secretaría de Estado de Turismo. Máxime cuando la promoción de la Q de Calidad Turística, que es lo que reclama el

Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), afecta a una marca propiedad de la propia Secretaría de Estado, y el ICTE es un organismo que reúne a todo el Empresariado sectorial y realiza una actividad verdaderamente encomiable.

Al igual que ocurre con otro milagro sectorial, como es el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), impulsado por la Confederación Española de Hoteles, que suple las carencias en I+D+i de muchos establecimientos independientes y de pymes de alojamiento, mediante este caso excepcional de departamento colectivo de I+D+i hotelero que es el ITH.

"Nuestra labor ha sido y es fundamental", subraya el presidente del ICTE, Miguel Mirones, "y esperamos que lo siga siendo en el futuro". El ICTE solicita al Gobierno central "mayor apoyo presupuestario, porque en el fondo", apunta Mirones, "estamos hablando de promover la marca España".

La Calidad y el I+D+i sectoriales corren peligro de morir de inanición, a causa de la falta de financiación de la Secretaría de Estado de Turismo, que incumple así su compromiso con el Sector

De hecho, la marca Q de Calidad Turística ha vivido una expansión espectacular bajo la presidencia de Mirones en el ICTE, cargo al que accedió en 2003 por acuerdo unánime de las grandes Organizaciones empresariales. A lo largo de estos años, pese a la incidencia de la crisis

económica, más de 5.000 empresas españolas han logrado la certificación. Todo un hito que impregna al Sector Turístico de una cultura de Calidad.

"Nuestra labor ha sido y es fundamental, y esperamos que lo siga siendo en el futuro", resalta Mirones, quien hace hincapié en que "con la recuperación de otros destinos que hasta ahora estaban inmersos en una cierta inestabilidad política, es necesario ofrecer algo más que buenos precios: el camino es la búsqueda de la calidad", porque gracias a la calidad turística

"podemos ser más competitivos que otros destinos".

Pese al incuestionable éxito de la marca Q de Calidad, para el ICTE es esencial que desde las Administraciones públicas haya un compromiso para fomentarla, que se tiene que traducir en un mayor apoyo presupuestario, porque en el fondo estamos hablando de marca España.

ITH e ICTE son dos instrumentos fundamentales en la mejora continua y la innovación sectorial o, lo que es lo mismo, del Turismo en España. Son dos herramientas eficaces, gestionadas por el propio Sector, que suplen unas competencias que corresponden a nuestras Administraciones turísticas, pero que necesitan de su apoyo. ¿Se lo prestará el nuevo gobierno socialista de Sánchez? Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

▲ CHECK-IN / AGENDA 2030 DE ONU CIMET, con la Sostenibilidad

El Comité Organizador de CIMET, consciente de que el Turismo es un sector clave para la Agenda 2030 de Naciones Unidas, va a dedicar parte de la XXII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo a impulsar los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el Turismo de la ONU, en lo que se refiere al Trabajo Decente, el Consumo y Producción Responsables (*One Planet*) y la Conservación de los Mares.

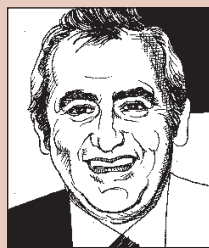
Para ello, CIMET 2019 implicará en este objetivo tanto a los ministros de Turismo de Iberoamérica participantes como a las Organizaciones Empresariales del Sector Turístico de España, integradas en el Consejo de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), entidad colaboradora de CIMET junto con FITUR, que organiza cada año el Grupo NEXO.

La XXII Conferencia Iberoamericana CIMET se propone apoyar a la Organización Mundial del Turismo (OMT) y a Naciones Unidas (ONU) en su objetivo de colaborar estrechamente con todos los países e instituciones, para garantizar así que el Turismo contribuya a un futuro mejor para todos, sin dejar a nadie atrás. "CIMET 2019 desea dedicar un debate abierto entre ministros y empresarios, a tres aspectos concretos en los que trabaja OMT: la Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible; la Iniciativa para la Medición de la Repercusión Económica, Social y Medioambiental del Turismo y el Código Ético Mundial del Turismo".

El Grupo NEXO pone así CIMET a disposición de la OMT y de los objetivos de la Agenda 2030.

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Fernando Fraile

El director general del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) es, junto a su presidente Miguel Mirones, el artífice de la eficaz gestión de la célebre Q de Calidad Turística. Responsable del Congreso de Calidad Turística, que se



ha internacionalizado con la última edición celebrada en Colombia, gestiona un equipo joven y eficiente, con un presupuesto exigüo pese a que la marca Q es propiedad del Estado, que mantiene los 'recortes' a la Calidad Turística Española.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / DIRECTIVA EUROPEA

La agencia, hiperregulada

NEXOTUR ha sondeado qué opina el Sector sobre los cambios que acarreará la llegada de la nueva Directiva de Viajes Combinados. La mayoría de los directivos consultados coincide en señalar que no existe ninguna otra actividad minorista con tantas exigencias por parte de las Administraciones, y avisan de la imposibilidad de asumir más costes.

La Comisión Europea anunciaba a bombo y platillo la entrada en vigor el pasado 1 de julio de una nueva Directiva de Viajes Combinados. A pesar de que países como España todavía no han llevado a cabo la transposición, Bruselas aseguraba que "los ciudadanos europeos, incluidos los 120 millones que han viajado este verano, disfrutarán de una mayor protección, al estar cubiertos no solo los viajes combinados, sino los servicios de viajes vinculados".

A falta de conocer los cambios legislativos que se introducen (está aprobado el proyecto de Ley, pero aún tiene que ser sometido al Congreso de los Diputados y a las Comunidades autónomas), directivos y representantes del Sector muestran su preocupación y rechazo por las cada vez mayores obligaciones que debe afrontar la agencia.

"Ninguna legislación sectorial es tan proteccionista para el cliente como la de las agencias de viajes", denuncia Fernando Sánchez, director de Catai. "Es bueno protegerle, pero sin pasarse, ya que en este caso la medida puede volverse en su contra", avisa Sánchez, y alerta de que "el Sector no puede asumir más costes, por lo que los que se produzcan derivados de la nueva normativa tendrán que ser necesariamente repercutidos al cliente".

El 2018, Año Europeo del Patrimonio Cultural / El Turismo Cultural tiene cada vez más importancia / España ofrece un gran acervo cultural y una magnífica infraestructura de servicios turísticos / Existe información sobre nuestros monumentos pero muy disgregada / El turista necesita una información completa y exacta / Muy difícil de gestionar por los agentes de viajes

«Turismo-prerrománico.com es un sistema integrador para agencias»

Pablo García-Diego / Presidente de 4AsE



Desde que se creó en 2010, la Asociación de Amigos del Arte Altomedieval Español (4AsE) ha convertido la página que entonces existía, dedicada al Arte y la Cultura en España entre los siglos V y X, en un portal integrador de Turismo Cultural y Rural en el que los agentes de viajes pueden, sin costo alguno, construir el viaje que solicite su cliente seleccionando entre los más de 600 monumentos medievales que el sistema ofrece, así como alojamientos u otros servicios turísticos en el entorno de los monumentos seleccionados y crear automáticamente un dossier que incluye el itinerario del viaje con sus distancias en kms, toda la información de los monumentos a visitar y los alojamientos seleccionados..

P.- ¿Cuál fue el origen de la Asociación que preside?

R.- Un pequeño grupo de personas, algunas con gran experiencia en Turismo, interesadas en estudiar y divulgar el Arte Prerrománico Español y en fomentar los viajes para conocerlo, que ya estaban colaborando desde el año 2005 en el desarrollo de una página de información sobre la Historia y la Cultura en la Hispania Altomedieval y de apoyo al Turismo Rural, creó en 2010 la Asociación de Amigos del Arte Altomedieval Español (4AsE). Desde ese momento, además de seguir ampliando la información que ya había en la página, analizamos la necesidad de desarrollar una nueva versión de la misma utilizando la tecnología más avanzada, que permitiera al usuario una gestión interactiva para organizar sus viajes en base a la información y en la gestión del posicionamiento GPS de los monumentos y establecimientos turísticos que íbamos incluyendo en el sistema. Para ello era necesaria una importante inversión que no estaba a nuestro alcance por lo que solicitamos una subvención al Ministerio de Cultura.

Actualmente el sistema gestiona en los viajes más de 600 monumentos

P.- ¿Les fue concedida la subvención solicitada?

R.- A la tercera fue la vencida: a finales de 2012 se nos concedió una parte de lo solicitado y pudimos comenzar el nuevo desarrollo, con un objetivo muy ambicioso distribuido en varias fases que se fueron cubriendo según lo previsto gracias a nuevas subvenciones. El nuevo sistema se terminó en septiembre de 2016 y se puede ver en www.turismo-prerromanico.com.

P.- ¿Cómo definiría este nuevo sistema que han desarrollado?

R.- La versión actual es un sistema integrador, en tres idiomas, está desarrollada en WordPress con vocación de estándar; válida para ser instalada sobre diferentes sistemas, para el acceso desde cual-

quier tipo de terminal y para gestionar información de cualquier tipo, en cualquier país e idioma y con la particularidad que puede tratar tanto información interna de nuestra web, como enlazar con la existente en otros sistemas que colaboren con nosotros, sin que tengan que hacer ningún cambio. Esto nos ha permitido ampliar nuestros contenidos centrados inicialmente en los siglos V a X, con nuevas áreas como

las dedicadas al Arte Románico o a los castillos españoles. En la actualidad estamos integrando en nuestra gestión de viajes monumentos seleccionados por su interés de colaboradores de calidad tan con-

trastada como Románico Aragonés, Románico Digital, Arteguías, Monasterios de Catalunya o Castillos del Olvido entre otros. Actualmente el sistema gestiona en los viajes más de 600 monumentos, número que sigue aumentando significativamente, de los que presenta una completa descripción situada en nuestro sistema o en los de nuestros colaboradores.

P.- ¿Cómo se gestionan los viajes en el sistema?

R.- El sistema ofrece a los agentes de viajes y a otros usuarios la gestión de tres tipos de viaje:

Viajes de grupo programados por la Asociación o por terceros. El sistema presenta los viajes y envía las solicitudes de reserva al organizador.

Viajes "A su aire" recomendados por la Asociación. Hemos preparado propuestas de viajes a hacer por

el usuario en su coche, a los que se accede desde un buscador por provincia u otros parámetros. Seleccionando un viaje presenta su itinerario con los monumentos a visitar. El sistema también le propone alojamientos y servicio turísticos en la zona. El usuario puede modificar el viaje a su gusto, generar una agenda de viaje que incluya la descripción de todos los elementos seleccionados, el itinerario con distancias en kms y, opcionalmente, gestionar la solicitud de reserva en los establecimientos incluidos.

Viajes "A su aire" que define el usuario: en los que cada internauta puede indicar las características del

viaje que desea hacer y el sistema le propone los monumentos para que seleccione los que quiere visitar, a partir de ahí el sistema funciona como en el caso anterior.

P.- ¿Por qué definen el 'portal' www.turismo-prerromanico.com como "un sistema integrador"?

R.- Porque Turismo Prerrománico no es un sistema cerrado, ya que está diseñado, en efecto, como un elemento integrador entre los distintos agentes que forman el Sector Turístico, con el fin de fomentar la colaboración entre todos ellos.

Con otros portales de información cultural mediante el enlace con sus monumentos. Ya tenemos varios acuerdos de este tipo, como Románico Aragonés o Arteguías entre otros y ofrecemos la misma posibilidad a otras páginas con información artística de calidad.

Acuerdos con alojamientos, cadenas hoteleras, asociaciones de Turismo Rural u otros servicios turísticos, para incluir sus establecimientos en nuestra red. Posibilidad de enlazar con la central de reservas que nos indiquen.

Colaboración con agencias de viajes para la utilización de nuestra funcionalidad para la preparación y la venta de viajes culturales, programados o a definir con el cliente.

P.- ¿Qué ofrece www.turismo-prerromanico.com a los 'portales' de información cultural?

R.- La posibilidad de que sus monumentos aparezcan, sin ninguna acción por su parte, en la gestión de información cultural y de viajes de nuestro sistema integrador, así como en nuestras redes sociales. Pensamos que esto amplía sensiblemente su utilidad y aumenta su visibilidad por parte de los

clientes finales, así como las visitas a su página y su posicionamiento en los buscadores.

P.- ¿Qué ofrece www.turismo-prerromanico.com a los alojamientos y otros servicios turísticos que les pueda interesar?

R.- Los establecimientos turísticos socios de 4AsE, además de aparecer periódicamente en nuestras redes sociales —que actualmente tienen más de 30.000 seguidores—, se destacan en la ficha de cada uno de los monumentos próximos y se presentan al usuario cuando en la gestión de viajes se busca un alojamiento u otros servicios turísticos en el entorno de un monumento.

Por supuesto, nuestro sistema permite la solicitud de reserva, y también ofrece el enlace con la página y con la central de reservas del establecimiento. Aportando al agente de viajes una herramienta eficaz para su trabajo diario.

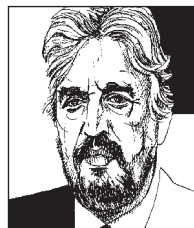
El sistema ofrece a los agentes de viajes y a otros usuarios la gestión de tres tipos de viaje

Un sistema para organizar viajes culturales

En Turismo Prerrománico ofrecemos dos líneas de colaboración con el Sector. La primera es la oferta a las agencias de viajes que programen viajes culturales, para publicar su viaje en el portal de Turismo Prerrománico y en nuestras redes sociales. También ofrecemos nuestra ayuda

para preparar este tipo de viajes de grupo.

La segunda es el soporte que el sistema proporciona al agente para organizar fácilmente viajes a petición del cliente que desea viajar "a su aire", para seleccionar previamente los monumentos



© PABLO GARCÍA-DIEGO

ayudas en la pantalla, ofrecemos soporte te-

a visitar, comprobando sus características y horarios, así como los alojamientos y otros servicios turísticos a incluir en el viaje. Para todo ello, además de un tutorial muy claro y ayudas en la pantalla, ofrecemos soporte te-

léfónico y por mail. En unas horas un agente puede convertirse en experto en la creación de itinerarios culturales que le soliciten los clientes. En suma, una herramienta singular y profesionalizada, que Turismo-prerrománico.com pone a disposición de los agentes de viajes.



Somos los que escapan del frío rumbo a un paraíso repleto de islas y belleza.

ISLAS CANARIAS, MADEIRA Y AGADIR.

Gran Canaria • Tenerife • La Palma • Funchal (Madeira) • Agadir • Lanzarote



8 días y 7 noches a bordo del ZENITH
por **339€*** con todo incluido.

Todo INCLUIDO

- ✓ Primeras marcas. Bebidas ilimitadas.
- ✓ La mejor gastronomía.
- ✓ Gran variedad de actividades.
- ✓ Gimnasio y clases de fitness.
- ✓ Espectáculos. Música en vivo.
- ✓ Programa infantil.

pullmantur
cruceros



Premio Excellence a la mejor tripulación nueve años seguidos.

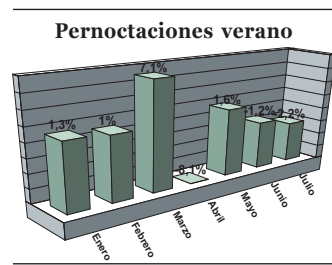
**cruceros
como somos**

(*) Precio por persona en ocupación doble, en camarote interior. El precio incluye: Crucero de 7 noches en régimen de Todo Incluido. No incluye tasas y otros cargos ni cargo por servicio y administración. Tasas y otros cargos: 200€. Cargo por servicio y administración: 77€. 3ª y 4ª pax y niños: consultar descuentos aplicables según itinerario. 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

Este verano descenden las pernoctaciones en España

En junio y julio las pernoctaciones caen un 1,2% y un 2,2% en comparación a los mismos meses de 2017. En el acumulado, la caída es del 0,7%. Andalucía sigue acaparando la mayoría de las pernoctaciones, (24%). **Pág. 22**



Enaire gestiona un 3% más de vuelos en julio y agosto

Enaire ha gestionado 430.000 vuelos entre julio y agosto, un 3% más. Las operaciones que más suben son las domésticas (77.573), un 6,6% más, mientras que las internacionales (265.436) lo hacen un 1,3%. **Pág. 10**



Se rebasa los 4.000 millones de pasajeros aéreos en 2017

En 2017 se superó por primera vez la barrera de los 4.000 millones de pasajeros (un 7,3% más), según IATA. Las compañías aéreas operaron vuelos regulares desde 20.000 ciudades, más del doble que en 1995. **Pág. 8**

PRONTUARIO

Playas privatizadas en Benidorm (y II)

PUES BIEN, TODAS las playas se hayan invadidas en Benidorm por los cientos de hamacas de adjudicación privada, sin respeto al espacio público. Esta irracional ordenación viene además a castigar a determinados tramos de playa, de especial manera en la de Levante, provocando un trato discriminatorio, precisamente donde residentes y visitantes soportan las más altas tasas municipales. Resulta

profundamente lamentable la dejación de responsabilidades con que la corporación municipal de Benidorm actúa, quien, a pesar de los numerosos escritos de denuncia recibidos, opta por la más

negligente de las reacciones: el silencio por respuesta.

Desde aquí hago un llamamiento urgente a la corporación municipal para que mediten, aunque sea con retraso, por cuanto su gestión y la de sus antecesores está produciendo de degradación, perjuicio y daño a la imagen y marca de la que, en otros tiempos, fue primera ciudad de ocio y vacaciones de nuestro país y muy posiblemente, de todo el Mediterráneo. Alcalde Antonio Pérez tome medidas correctoras, ya. De lo contrario, está corriendo el riesgo de pasar, junto a sus dos últimos antecesores, como los peores alcaldes de la historia de esa bellísima joya turística llamada Benidorm.

Aquellos que la hundieron. Sus conciudadanos habrán de saber evaluar todo esto en las próximas elecciones municipales. Dicho sea, con el debido respeto, por un profesional y empresario del Turismo que tan solo desea lo mejor para la primera industria de nuestro país y para la bella ciudad de Benidorm que, durante más de tres décadas, he tenido la satisfacción de promocionar en medio mundo.

⇒ José Luis Prieto es presidente de honor de UNAV.

IATA cambia los plazos e implementará el NewGen Iss en España en primavera

El 'lobby' aéreo prevé que el proceso se haya completado a nivel mundial en el año 2020

Las agencias de viajes españolas padecerán los cambios recogidos en el NewGen Iss antes de lo previsto. NEXOTUR puede adelantar que su

implementación se llevará a cabo entre los meses de abril y junio de 2019. El plan inicial de IATA era que llegase a España en la temporada

de verano del mismo año. En el mismo periodo llegará también a Portugal, Italia, Bélgica, Holanda, Suiza y República Checa.

El polémico NewGen Iss de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) llegará a España antes de lo esperado. Según ha podido saber el periódico NEXOTUR, la pretensión del lobby aéreo es que se implemente en el segundo trimestre del próximo año, en vez del tercer trimestre, como anunció inicialmente.

En el mismo periodo, entre los meses de abril y junio, también se pondrá en marcha en grandes mercados europeos como Portugal, Italia, Bélgica, Holanda, Suiza y Re-



Alexandre de Juniac

pública Checa, entre otras. El otro cambio reseñable en el calendario fijado es el retraso en el proceso de implementación, que en vez de finalizar en 2019, se prolongará durante el año 2020. Sin embargo, para dicho ejercicio solo quedarán países de menor importancia en términos de venta, ninguno de ellos de Europa.

Rechazo unánime

La implementación del NewGen ISS, rechazada por las principales Orga-

nizaciones empresariales del Sector, supondrá un antes y un después en las relaciones entre agencias de viajes y compañías aéreas. Uno de los puntos más criticados es el sistema de pago EasyPay, por el cual el importe del billete queda bloqueado en la cuenta del agente de viajes en el momento en que se autoriza la emisión del mismo. Otro de los cambios incluidos es la creación de tres nuevos niveles de acreditación: estándar sin posibilidad de pago en cash; estándar con posibilidad de pago en cash y con un límite de crédito; o acreditación en varios países, con límite de crédito, lo que significa que las agencias

online o consolidadores no necesitan tener una licencia en cada país y les sirva una sola.

A estas medidas se agregó una adicional en la recta final del pasado año 2017. Se trata de la Capacidad de Retención de Remesas (RHC), con la que IATA pretende lograr "una venta más segura y mitigar las pérdidas derivadas de los incumplimientos de las agencias de viajes". Grosso modo, es un sistema de gestión de crédito mediante el cual se establece un límite de ventas por agencia y, una vez superado, se le darán opciones de distribución más seguras que minimicen el riesgo de impago.

SPV buscará una subida salarial y mejoras sociales en el Convenio de agencias de viajes

La no denuncia del Convenio colectivo supondría la congelación de los salarios en 2019

Sindicatos y empresarios se preparan para iniciar la negociación del nuevo Convenio Colectivo Estatal de Agencias de Viajes. Según ha podido saber NEXOTUR, el Sindicato Profesional de Viajes (SPV) denunciará este mes de octubre el actual Convenio, vigente hasta el próximo 31 de diciembre. Con ello evitará que se prorroguen un año más las condiciones recogidas en el actual, lo que conllevaría una congelación de los salarios.

Esto es exactamente lo que sucedió en 2015. En aquella ocasión solamente SPV denunció el Convenio, pero al no contar entonces con una representatividad mayoritaria del Sector (ahora sí la tiene), su petición no fue suficiente para que se iniciasen las negociaciones. "Los otros dos sindicatos dejaron un año sin convenio y sin subida salarial a los

trabajadores", aseguran fuentes consultadas por NEXOTUR.

Revisión salarial

Al igual que en anteriores negociaciones, los sindicatos dedicarán especial atención a la cuestión salarial. También buscarán mejoras sociales y de formación con el objetivo de contribuir a una mayor profesionalización del Sector, informan desde SPV.

El actual Convenio, vigente de 2016 a 2018, fue acordado en septiembre de 2016 después de cerca de ocho meses de negociaciones. Como avanzó NEXOTUR, los agentes de viajes se beneficiaron en 2016 de un incremento salarial del 1% en el primer año, así como de nuevos aumentos del 1,5% en los dos años siguientes. Aunque la intención inicial de los

Tablas salariales del nuevo Convenio

NIVELES	SALARIO BASE 2016	SALARIO BASE 2017	SALARIO BASE 2018
10	1.731,29	1.757,26	1.783,62
9	1.588,35	1.612,17	1.636,36
8	1.457,20	1.479,06	1.501,25
7	1.336,89	1.356,94	1.377,30
6	1.273,22	1.292,32	1.311,71
5	1.212,60	1.230,79	1.249,25
4	1.154,85	1.172,17	1.189,75
3	1.059,50	1.075,39	1.091,52
2	972,01	986,59	1.001,39
1	891,76	905,14	918,71

Fuente: Convenio Colectivo Estatal de Agencias de Viajes.

© NEXOTUR

sindicatos era llegar al 4,5% en los tres años de vigencia del Convenio (frente al 4% finalmente conseguido), el aumento salarial acordado fue todo un éxito si se tiene en

cuenta que el planteamiento inicial de la parte empresarial era congelar los sueldos en 2016 por segundo año consecutivo y aplicar tímidas subidas del 0,5% en 2017 y 2018.

Sabre pone en marcha el programa 'Más allá de NDC'

Sabre lanza el programa 'Más allá de NDC' en colaboración con American Airlines, American Express Global Business Travel, Carlson Wagonlit Travel (CWT) y Flight Centre Travel Group. Se trata de una alianza con la que se persigue desarrollar soluciones integrales compatibles con New Distribution Capability (NDC). Como parte de su compromiso con el programa, cada uno de los cuatro socios participará junto a Sabre en el proceso de diseño de la solución y aprovechará las capacidades de prueba beta.

El presidente de Sabre Travel Solutions, Dave Shirk, confía en que "al asociarnos con la aerolínea más grande y varias de las principales empresas de viajes del mundo, llevaremos al mercado soluciones habilitadas para NDC que irán más allá de la búsqueda y la reserva". Además, añade que "el hecho de lanzar este programa con pesos pesados de la industria demuestra que estamos mirando más allá de los objetivos a corto plazo".

Arrizabalaga, un gestor de altura para reactivar la salida a Bolsa de Globalia

Buscará alianzas e integraciones sinérgicas con terceras empresas

Justamente un año después de la salida de Pedro Serrahima, Globalia ha anunciado el fichaje de Juan Arrizabalaga, cuya dilatada experiencia y preparación han convencido al CEO, Javier Hidalgo. Según expertos económicos consultados por NEXOTUR, su papel en el grupo distará del desempeñado por su antecesor.

Y es que todo parece indicar, dado el perfil de Arrizabalaga, que su misión es dedicarse a algo más que la gestión y el día a día del grupo de empresas líder del Turismo en España. Uno de sus principales cometidos podría ser la reactivación del plan de la familia Hidalgo para sacar a Bolsa Globalia. Cabe recordar que éste fue uno de los grandes objetivos del presidente del grupo, Juan José Hidalgo, quien realizó encargos con asesores externos, llegando a solicitar valoraciones a bancos de negocios. Finalmente, en 2014, optó por dejar en *stand by* la salida a Bolsa, si bien en ningún momento se apartó de forma definitiva esta opción, que fue delegada posteriormente en el actual CEO, Javier Hidalgo.

Otra de las prioridades de Arrizabalaga sería, según los expertos consultados por este periódico, continuar con la reorganización del grupo y buscar alianzas e integraciones sinérgicas con terceras empresas, reforzando así el posicionamiento de Globalia. Como publicó NEXOTUR, el propio Javier Hidalgo reconoció recientemente la existencia de conversaciones con otras empresas de Europa e Iberoamérica, siempre que "complementen nuestro negocio, y en ningún caso que resten". Subrayó entonces que su objetivo pasa por "crecer en todas las unidades de negocio", lo que pretende conseguir mediante "alianzas, *joint venture* u otros modelos de colaboración" basados en sinergias.

Definirá el plan estratégico

Tras permanecer cinco años como analista de *marketing* en Fagor, Arrizabalaga pasó en 1993 al Grupo Carrefour, donde ocupó durante siete años diferentes puestos de responsabilidad. Posteriormente fue director de ventas y *marketing*



El nuevo director general de Globalia, Juan Arrizabalaga.

de Cortefiel, fichando en 2002 por ToysR US, donde llegó a ser director general para España y Portugal. En el verano de 2013 se incorporó a Altadis, la distribuidora del Grupo tabacalera, como consejero delegado y posteriormente, en septiembre de 2015, fue designado presidente, cargo que ha ocupado hasta su fichaje por Globalia.

Según anunció Globalia el pasado 6 de septiembre, en su nuevo cargo —ocupado hasta hace un año por Pedro Serrahima— Arrizabalaga será el responsable, entre otros cometidos, de terminar de definir y lanzar el plan estratégico global del grupo. A él reportarán tanto las direcciones de negocio como las direcciones corporativas y de soporte.



COSTA DEL SOL MÁLAGA
CONVENTION BUREAU

visita
costa
del
sol
.com

**Siempre
Cálida**

Calidad, experiencia y autenticidad... harán exclusivo tu evento en la Costa del Sol. Entornos de excepción y una oferta complementaria de primera convierten nuestro destino en tu mejor elección.

#ViveCostadelSol

La imparable progresión de la aviación, en cifras

El tráfico aéreo mundial protagoniza un vertiginoso crecimiento en las dos últimas décadas. Según los datos recogidos en un informe de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), 2017 se superó por primera vez la barrera de los 4.000 millones de pasajeros (+7,3% respecto a 2016), a lo que contribuyó la mejora de la situación económica y la rebaja de las tarifas.

Getafe da nombre al nuevo A320neo de Iberia

'Getafe, cuna de la aviación española' es el nombre elegido por Iberia para el último Airbus A320neo que ha recibido. En un evento celebrado en los hangares de Iberia en La Muñozza (Madrid), el presidente de la aerolínea, Luis Gallego, junto con la alcaldesa de la localidad, Sara Hernández, han rendido homenaje a esta población, fuertemente ligada al mundo de la aviación.

Toledo albergará la VI convención de Airmet

El Hotel Beatriz de Toledo acogerá del 16 al 18 de noviembre la VI convención anual de Airmet. Durante el evento, en el que se darán cita más de 350 profesionales del Sector, se desarrollará un extenso programa de gran utilidad para las agencias de viajes. Mención especial merece la mesa redonda sobre la nueva Directiva de Viajes Combinados y el Reglamento General de Protección de Datos.

El gasto en Turismo se dispara un 44% en un lustro

El estudio de Funcas 'Focus on Spanish Society' pone de manifiesto la recuperación del Turismo emisor en España tras el desplome producido en los años más duros de crisis económica. En 2016, últimos datos de los que dispone, los españoles gastaron en sus viajes de ocio (dentro y fuera de España) cerca de 31.500 millones de euros, unos 10.000 millones más que en 2012.

El fomento de la 'Q' de Calidad necesita un 'mayor apoyo presupuestario', según ICTE

Para Mirones el camino del destino España 'es la búsqueda de la calidad'

"Nuestra labor ha sido y es fundamental, y esperamos que lo siga siendo en el futuro". Así lo resalta en una entrevista concedida a NEXOTUR el presidente del

ICTE, Miguel Mirones, quien solicita al Gobierno central "mayor apoyo presupuestario, porque en el fondo estamos hablando de promover la marca España".

La marca 'Q' de Calidad Turística ha vivido una expansión espectacular bajo la presidencia de Miguel Mirones en el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), cargo al que accedió en 2003. A lo largo de estos años, pese a la incidencia de la crisis económica, más de 5.000 empresas españolas han logrado la certificación.

"Nuestra labor ha sido y es fundamental, y esperamos que lo siga siendo en el futuro", resalta Mirones, quien hace hincapié en que "con la recuperación de otros destinos que hasta ahora estaban inmersos en una cierta inestabilidad política, es necesario ofrecer algo más que buenos precios". En su opinión, "el camino es la búsqueda de la calidad, porque ahí podemos ser más competitivos que otros".

A pesar de la exitosa trayectoria de la marca, de la que afirma "sentirse satisfecho", considera "importante que desde las Administraciones públicas haya un compromiso

para fomentarla". "Y ese compromiso obviamente se tiene que traducir en un mayor apoyo presupuestario, porque en el fondo estamos hablando de promover la marca España", prosigue el presidente del ICTE.

En este sentido, espera que "el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo sea sensible a nuestras peticiones y aumente la dotación para poder seguir promoviendo la calidad certificada en nuestro país con los recursos necesarios". "La 'Q' de Calidad es patrimonio de todo el Sector Turístico de nuestro país", subraya Mirones.

Antídoto contra la turismofobia

Mirones también se muestra convencido de que la citada marca puede ser un antídoto contra la turismofobia "porque el rechazo social se produce cuando no hay una regulación del Turismo, de la prestación de los servicios y de la oferta, pues deja de ser sostenible



El presidente del ICTE, Miguel Mirones.

y es percibido como una amenaza por el resto de la población". "Los establecimientos certificados han pasado por rigurosas auditorías que garantizan que los productos y servicios turísticos se ofertan bajo estrictos criterios de profesionalidad, rigor, sostenibilidad y búsqueda de la satisfacción del cliente y del entorno en el que operan", argumenta.

Mapa Tours se adelanta al Imsero con Mapa Senior +60

Se intensifica la lucha por hacerse con el turista senior. Mapa Tours lanzó ayer, tres días antes del inicio de las ventas del programa de viajes del Imsero, su nuevo folleto Mapa Senior +60. Se trata de una alternativa para este segmento de la población



Alberto Díaz

"donde se incluye una selección de circuitos por Europa, Norte de África, Oriente Medio y, como gran novedad, programas de larga distancia por Asia, África y América", informa la empresa.

El turoperador asegura que con esta línea de negocio, creada hace un año, persigue contribuir a que las agencias de viajes "se beneficien de una mayor rentabilidad". Cabe recordar que en el momento de su lanzamiento hicieron especial hincapié en que darían "una comisión digna".

Se trata de 'paquetes' y circuitos cerrados en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas, de entre 8 y 11 días de duración en régimen de pensión completa (con agua) y con algunas visitas y excursiones incluidas, según programa. En total, pone a la venta 25 itinerarios, fren-

te a los diez que disponía hace un año.

Como publicó NEXOTUR, Mundosenior Plus también se adelantará al inicio de las ventas del Imsero. La marca, creada por Halcón Viajes y B the travel brand después de que Mundiplan

les arrebataste el lote correspondiente a los viajes insulares (Baleares y Canarias) del programa oficial, comenzará mañana (día 13 de septiembre) a distribuir sus plazas, es decir, un día antes de que puedan hacerlo, de forma escalonada por Comunidades autónomas, Mundiplan y Mundosenior.

Más allá de esta estrategia de anticiparse al inicio del Imsero, la otra gran novedad es la progresiva ampliación de la oferta del turoperador, que inicialmente se dedicó a viajes a Baleares y Canarias. El programa de esta temporada incluye, además de los citados destinos, viajes a Portugal (Costa de Lisboa y Algarve), circuitos culturales por España (en 12 Comunidades), multitud de circuitos por Europa (de seis u ocho días) y viajes a Túnez, Marruecos e Israel.

Las agencias de viajes de Canarias disponen de dos meses para actualizar sus garantías que se revisan al alza

El importe será el 5% del volumen de negocios derivado de los ingresos por venta de viajes combinados, con un mínimo que sube a 100.000 euros

La revisión al alza de los avales también llega a Canarias. Según ha podido comprobar NEXOTUR, las agencias de viajes establecidas en el archipiélago disponen de poco más de dos meses para actualizar sus garantías. El cambio normativo entró en vigor el pasado 17 de agosto, si bien la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes fijó un plazo de adaptación de tres meses, por lo que éste expiraría el 17 de noviembre.

Al igual que en el resto de Comunidades autónomas, el cambio más relevante es que el importe a garantizar, siempre y cuando se opte por la garantía individual (también existen garantías colectivas o por viaje combinado), será el correspondiente a un 5% del volumen de negocios derivado de los ingresos por venta

de viajes combinados, con un mínimo de 100.000 euros. Hasta ahora, en la práctica totalidad de las Comunidades se requería avales por importe de 60.000 euros a las minoristas, 120.000 a las mayoristas y 180.000 a las minoristas-mayoristas.

La décima que da el paso

La garantía sirve para "responder, con carácter general del cumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación de sus servicios frente a las personas contratantes de un viaje combinado y, especialmente, en caso de insolvencia, del reembolso efectivo de todos los pagos realizados por las personas que viajen o por una tercera persona en su nombre, en la

medida en que no se hayan prestado los servicios correspondientes, y en el caso de que incluya el transporte, de la repatriación efectiva de las mismas, sin perjuicio de que se pueda ofrecer la continuación del viaje", recoge el decreto aprobado por el Gobierno de Canarias.

Hasta el momento, como ha ido publicando este periódico, la revisión de avales ya se ha llevado a cabo en Andalucía, Aragón, Baleares, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Extremadura y La Rioja, mientras que en Madrid la modificación es inminente. Todas cumplen con lo acordado en la Mesa de Directores de las Comunidades autónomas, en la que los Gobiernos autonómicos pactaron un texto común.



El cambio normativo entró en vigor el pasado 17 de agosto.

Preocupación por las obligaciones de la nueva Ley de Viajes Combinados

La Comisión Europea anunciaba a bombo y platillo la entrada en vigor el pasado 1 de julio de la nueva Directiva de Viajes Combinados en toda la Unión Europea. Según afirmó, desde dicho día, y a pesar de que países como España todavía no han llevado a cabo la transposición, el Ejecutivo comunitario aseguraba que "los ciudadanos europeos, incluidos los 120 millones que han viajado este verano, disfrutarán de una mayor protección, no solo estando cubiertos los viajes combinados, sino también los servicios de viajes vinculados".

A falta de conocer los cambios legislativos que se introducen en España (está aprobado el proyecto de Ley, pero aún tiene que ser sometido a votación en el Congreso de los Diputados y aprobarse en las Comunidades autónomas), directivos y representantes del Sector muestran su preocupación y rechazo por las cada vez mayores obligaciones que deben afrontar agencias de viajes y turoperadores.

Para el director general de Catai, Fernando Sánchez, "ninguna legislación sectorial es tan proteccionista para el cliente como la de las agencias de viajes". "Es bueno protegerle, pero sin pasarse, ya que en este caso la medida puede volverse en su contra", avisa, al tiempo que alerta de que "el Sector no puede asumir más costes, por lo que los que se produzcan derivados de la nueva normativa tendrán que ser necesariamente repercutidos al cliente".

Sánchez también critica que "nuestra normativa no esté armonizada con la de nuestros proveedores". Esto provoca que "nosotros, como intermediarios, nos veamos obligados a asumir responsabilidades que en principio deberían corresponder a esos proveedores como prestatarios finales del servicio, y que no asumen porque su normativa no se lo exige".

Muchos factores externos

El director general de Nautalia Viajes, Rafael García Garrido, lamenta que "sin lugar a dudas estamos demasiado exigidos y luchamos contra muchos factores externos", si bien se muestra convencido de que "saldremos adelante". En esta línea, asegura "no entender en absoluto" que a las agencias se les exija tanto mientras que otros subsectores turísticos gozan de una legislación más permisiva y menos garantista. "Es nuestro día a día desde hace ya muchos años", sentencia con resignación.

El director de Viajes Carrefour, David Villarino, se desmarca del resto y muestra su convencimiento de que las medidas incluidas en la nueva Directiva de Viajes Combinados "favorecen que el servicio que le damos al cliente mejore, que se eleve el nivel de exigencia y eso, como criterio, no puede ser malo". "Lo importante ahora es asegurar que todos los actores que dan el

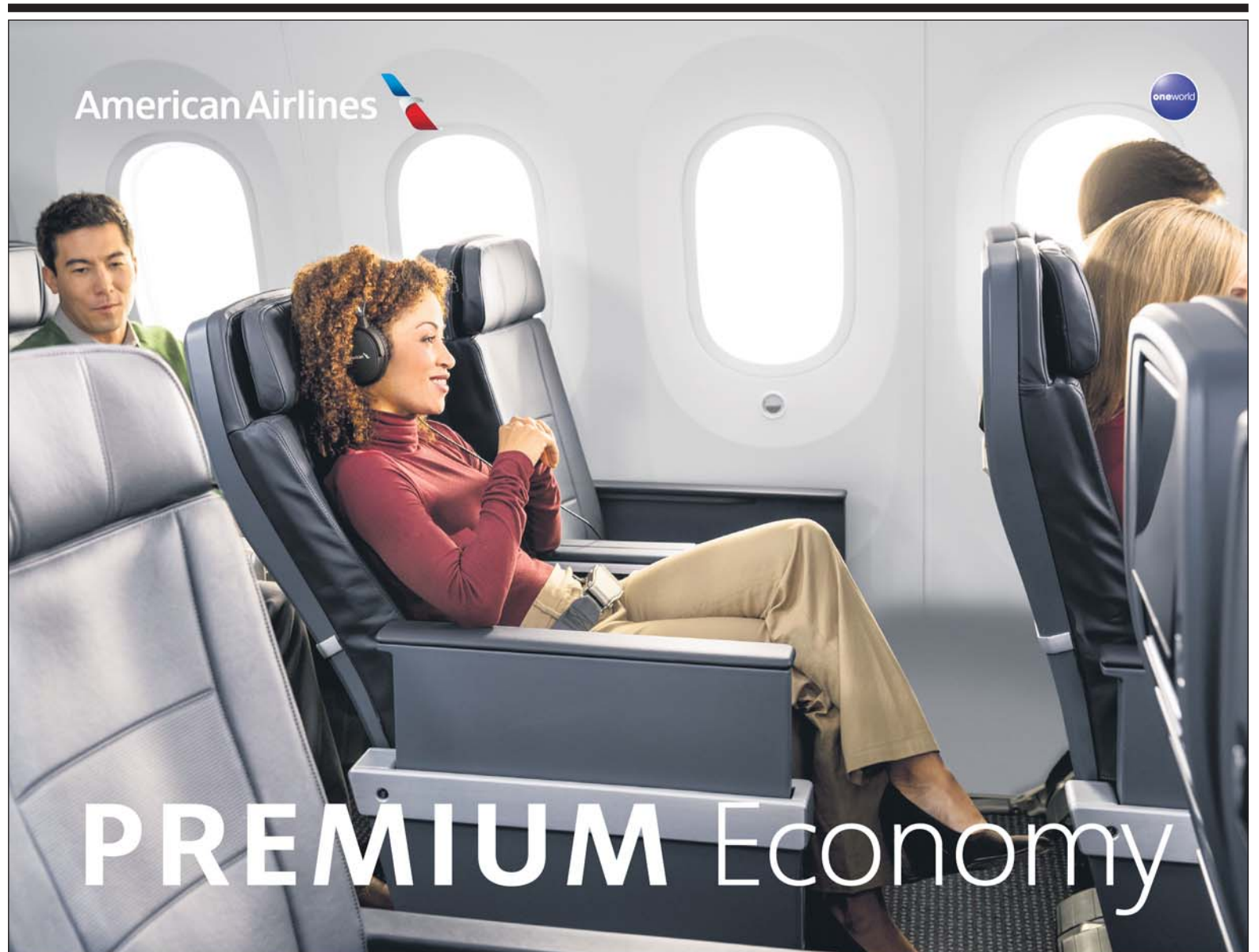
mismo servicio que las agencias funcionen con las mismas reglas", concluye Villarino.

En opinión del presidente de CEAV, Rafael Gallego, "las Administraciones turísticas deberían centrarse en proteger al consumidor del intrusismo y no sobrecargar a un Sector con garantías adicionales que no se dan en ningún otro país de la Unión Europea". Profun-

dizando en el proyecto de Ley aprobado en España, que incluye medidas adicionales no recogidas en la Directiva de Viajes Combinados (como la creación de una doble garantía), insiste en que "denunciaremos al Gobierno español" si no lo corrige. Según argumenta, "es un tema fundamental para mantener la competitividad de las agencias de viajes españolas".

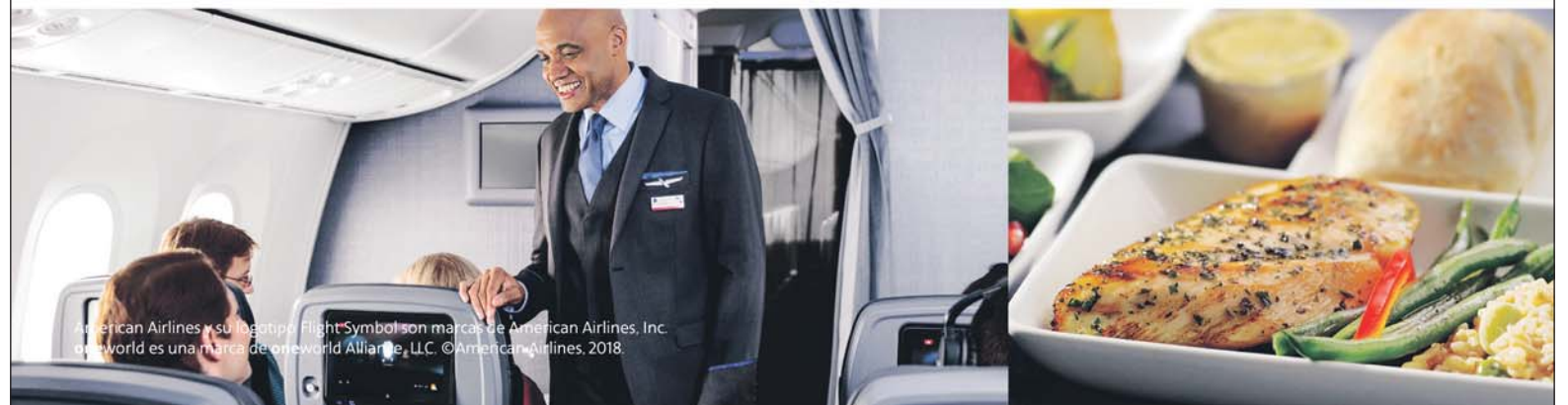


La nueva Directiva de Viajes Combinados entró en vigor el 1 de julio.



**Más espacio.
Mayor comodidad.**

Con más espacio y un servicio mejorado de comida y bebidas, Premium Economy es una excelente opción para sus viajes internacionales.
aa.com/PremiumEconomy



American Airlines y su logotipo Flight Symbol son marcas de American Airlines, Inc. oneworld es una marca de oneworld Alliance, LLC. © American Airlines, 2018.

Baleària y Fred Olsen Express proyectan CBS

Fred Olsen Express y Baleària operarán de forma conjunta las rutas entre la Península y Canarias. Lo harán a través del proyecto Canary Bridge Seaways (CBS), que arrancará a mediados de noviembre con tres conexiones por semana. Ambas navieras están trabajando para integrar sus sistemas comerciales y de gestión para facilitar la reserva de billetes a través de todos los canales.

Nuevo récord de viajeros en AVE y Larga Distancia

La demanda de trenes de AVE y Larga Distancia sigue batiendo récords. Renfe revela que entre julio y agosto ha alcanzado la cifra histórica de seis millones de pasajeros, registrando un incremento interanual del 3,6%. La ocupación media se sitúa en el 90%. Renfe cierra estos dos meses con un total de 200.000 viajeros más en sus trenes comerciales.

Unión entre el Turismo y el sector agroalimentario

La Junta de Andalucía subraya los grandes beneficios que aporta la unión entre el Turismo y el sector agroalimentario. El consejero de Turismo y Deporte, Francisco Javier Fernández, y el de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Rodrigo Sánchez Haro, han puesto en valor las grandes sinergias existentes, en el marco de la presentación de la segunda fase de la campaña Tasty Andalucía.

Enaire gestionó 430.000 vuelos en julio y agosto

Enaire ha gestionado 430.000 vuelos entre los meses de julio y agosto, lo que supone un aumento interanual del 3%. Las operaciones que más suben son las domésticas (77.573), con una tasa del 6,6%, mientras que las internacionales (265.436) lo hacen un 1,3%. La cifra de sobrevuelos asciende a 86.794, un 5% más. El tráfico aéreo ha crecido en todos los centros de control.

Mundosenior Plus abre ventas un día antes del arranque del programa de viajes del Imsero

El turoperador creado por Halcón Viajes y B the travel brand sigue ampliando su oferta

Halcón Viajes y B the travel brand se mantienen firmes en su estrategia a pesar de las críticas recibidas. Mundosenior Plus, marca creada por ambas, ha comenzado a distribuir sus viajes

antes de que arranquen las ventas del programa oficial del Imsero. Lo ha hecho el 13 de septiembre con una oferta mejorada. El programa de esta temporada incluye esta temporada viajes a

Portugal (Costa de Lisboa y Algarve), circuitos culturales por España (en 12 Comunidades), multitud de circuitos por Europa (de seis u ocho días) y viajes a Túnez, Marruecos e Israel.

Las ventas del programa 2018/2019 de Mundosenior Plus arrancan nuevamente antes de que lo hagan las del programa de Turismo del Imsero. La marca, creada por Halcón Viajes y B the travel brand después de que Mundiplan les arrebataste el lote correspondiente a los viajes insulares (Baleares y Canarias) del programa oficial, ha comenzado a distribuir sus plazas el pasado 13 de septiembre, es decir, un día antes de que empezaran a hacerlo, de forma escalonada por Comunidades autónomas, Mundiplan y Mundosenior.

Más allá de esta estrategia de anticiparse al inicio del Imsero, la otra gran novedad es la progresiva ampliación de la oferta del turoperador, que inicialmente se dedicó a la venta de viajes a Baleares y Canarias. El programa de

esta temporada incluye, además de los citados destinos, viajes a Portugal (Costa de Lisboa y Algarve), circuitos culturales por España (en 12 Comunidades autónomas), multitud de circuitos por Europa (de seis u ocho días) y viajes a Túnez, Marruecos e Israel.

Precios superiores

Los precios vuelven a ser superiores a los del programa del Imsero. Los clientes que contraten con Mundosenior Plus, en cuyo caso no necesitarán acreditarse, podrán reservar viajes con precios que oscilan entre 285 y 738 euros.

Como publicó NEXOTUR, en 2015 Mundosenior creó la marca Mundosenior Plus después de que el Tribunal Administrativo Central de Recursos Contractuales deses-

timase su recurso contra la adjudicación a Mundiplan del lote del programa del Imsero correspondiente a las islas. Tras esta acción, Mundiplan llegó a amenazar a la dirección del Imsero con emprender acciones legales por, entre otros motivos, "permitir a Mundosenior lanzar el programa paralelo utilizando el nombre del Imsero".

También CEAV ha mostrado su rechazo a la estrategia adoptada por los creadores de Mundosenior Plus. Hace un año remitió un escrito al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, del que depende el Imsero, en el que trasladó su inquietud y disconformidad con Mundosenior Plus. Según sostiene, la marca "crea confusión en el público" debido a que "en muchas ocasiones piensa que viaja con la garantía del Estado".



Los precios vuelven a ser superiores a los del programa del Imsero.

Primera vez desde el cambio de siglo que las agencias no crean empleo en julio

La desaceleración en las ventas podría estar detrás de la destrucción de empleo

La creación de empleo se frena en seco. Aunque aún es pronto para sacar conclusiones, llama la atención que, por primera vez desde el cambio de siglo, agencias y turoperadores han reducido sus plantillas en un mes de julio (en comparación con junio).

Según los datos de la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, el mes se cerró con 65.983 ocupados, lo que supone un tímido retroceso en comparación con los 66.095 trabajadores alcanzados el mes anterior.

Detrás de esta destrucción de empleo, que habitualmente se inicia una vez finalizada la temporada estival, podría estar la desaceleración que ha sufrido el negocio en los meses anteriores. Atendiendo a los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la facturación de minoristas y turoperadores experimentó en junio



La cifra de ocupados es de 65.983.

un tímido incremento del 0,9%, nada que ver con los aumentos de dos dígitos logrados en primavera.

A pesar de la reducción del número de ocupados, el dato de julio

es muy superior en comparación con el alcanzado en el mismo mes del año anterior. El incremento es del 6,4%, con cerca de 4.000 empleados más (65.983 frente a los 62.020 de 2017).

El gasto en Turismo se dispara un 44% en un lustro, según Funcas

El estudio de Funcas 'Focus on Spanish Society' pone de manifiesto la recuperación del Turismo emisor en España tras el desplome producido en los años más duros de crisis económica. En 2016, últimos datos de los que dispone, los españoles gastaron en sus viajes de ocio (dentro y fuera de España) cerca de 31.500 millones de euros, unos 10.000 millones más que en 2012.

En contraposición con la evolución de España, en países como Italia y Francia el desembolso destinado a viajes ha retrocedido en el mismo lustro, con tasas respectivas del 20% y del 3%. En Alemania, primera potencia emisora junto a Reino Unido, el gasto crece un 10% en el periodo comprendido entre 2012 y 2016.

Volviendo al mercado español, llama la atención que el grupo de edad que más incrementa su inversión media por viaje es el de entre 25 y 34 años, que prácticamente la duplica al pasar de 519 a



Casi 10.000 millones más que en 2012.

989 euros. Los de entre 35 y 44 años también aumentan su gasto significativamente (cerca de dos tercios), mientras que el crecimiento observado entre los ciudadanos de mayor edad es mucho menos intenso. De media, los españoles destinan a un viaje 677 euros por persona.

Wouter Alders, director comercial de Air France

Air France-KLM ha nombrado a Wouter Alders nuevo director comercial para España y Portugal. Sustituye en el cargo a Verónica Catany-Rezk, que ha asumido otras responsabilidades fuera del grupo. Sus objetivos en el puesto serán "seguir dando la mejor atención a nuestros clientes, manteniendo a ambas compañías aéreas como un referente del sector en servicios e innovación".

Amadeus ha adquirido TravelClick a Thoma Bravo

Amadeus ha firmado un acuerdo para la adquisición de TravelClick a Thoma Bravo, destacada firma de capital riesgo, por 1.333 millones de euros. Este proveedor para el Sector hotelero líder a nivel mundial que presta servicio a más de 25.000 clientes en 176 países. Proporciona soluciones innovadoras basadas en la nube para hoteles independientes y de tamaño medio.

Costa Rica apuesta por el Turismo de bienestar

Con la finalidad de promover y consolidar el destino de bienestar, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) ha firmado un convenio marco de cooperación con la Asociación Wellness Costa Rica. Este acuerdo perfila nueve objetivos, entre ellos, la realización de actividades que busquen el reconocimiento nacional e internacional de Costa Rica como destino de bienestar.

Latam renueva las cabinas de más de 200 aviones

Latam renovará las cabinas de más de 200 aviones para ofrecer una experiencia de viaje con más opciones, flexibilidad y personalización. El primero de los aviones renovados operará a finales de 2018. Transformará las de los aviones que operan tanto las rutas de largo como de corto alcance en toda su red. Las primeras filiales en recibir el avión renovado serán Latam Airlines Perú, Brasil y Chile.

Emilio Rivas: 'Las comisiones de nuestros productos habituales no han variado respecto al año anterior'

Un producto que 'ayuda a las agencias de viajes con aquellos clientes que buscan precio'

El director general de la división mayorista y de receptivo de Globalia, Emilio Rivas, se pronuncia en una entrevista concedida al periódico NEXOTUR sobre la supuesta bajada de la remuneración que perciben las agencias de viajes por la venta de Travelplan. "Las comisiones de nuestros productos habituales no han variado con respecto al año anterior, pero sí hemos lanzado un nuevo tipo de venta complementaria y rompedora en precio a Baleares,

Canarias y estancias por Europa, que efectivamente tiene una comisión menor, pero en ningún caso es la mitad de la retribución habitual", aclara Rivas.

Condiciones comerciales

Según detalla el director general de la división mayoristas y de receptivo de Globalia, "este producto, evidentemente, conlleva unas condiciones más restrictivas de emisión que nuestro producto general y en

una selección muy específica y limitada de hoteles". "A nuestro juicio, ayuda a las agencias con aquellos clientes que buscan precio, y aquí las diferencias con respecto a nuestros productos habituales llegan hasta un 15% menos", prosigue Rivas. Además, el directivo revela que "los resultados a día de hoy son francamente buenos, aunque evidentemente el grueso de nuestra venta son los productos habituales que ofrecen unas condiciones más flexibles".

Preguntado por las condiciones que Travelplan ofrece a las agencias independientes, explica que éstas "se negocian con cada cliente (nuestra propia red, grandes redes, Grupos de gestión y agencias independientes) y varían en función de las ventas o los compromisos y objetivos que se adquieran por ambas partes". "A nosotros nos pasa lo mismo con nuestros proveedores y, lógicamente, con aquellos que les generamos más ventas, mejores condiciones tenemos", sentencia.



El director general de la división mayorista y de receptivo de Globalia.



VISA GEA BBVA

YA DISPONIBLE PARA LAS AGENCIAS GEA Y SUS CLIENTES



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

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

Husa presenta una nueva versión de su página web



Husa presenta una nueva página web oficial muy distinta a la anterior, ya que

su funcionalidad se adapta a la gestión de reservas desde terminales móviles, pero es poco apropiada para pantallas grandes, y sigue sin estar disponible para las agencias.

Interhome presenta una nueva versión 'responsive'



La nueva versión de la web de Interhome, con nuevos diseño y estructura compatibles para terminales móviles —muy semejante a los de la anteriormente analizada—, mantiene la información de sus alojamientos y la reserva no válida para las agencias.

Información limitada de los congresos en Toledo



El Palacio de Congresos de Toledo presenta una página de adecuado diseño que ofrece una información limitada sobre el edificio y sus espacios, mientras que sobre sus servicios sólo incluye una relación en un folleto en PDF y un dossier de prensa.

Una nueva versión de la web oficial de Tenerife



La página web oficial de Turismo en Tenerife mantiene, con un nuevo diseño muy amigable, la información sobre los temas de interés para un viajero en la isla, incluyendo un completo buscador de alojamientos enlazando con su 'sitio' web.



Incorpora la inteligencia artificial como parte de su equipo de atención al cliente.

InterMundial ofrece a sus clientes un asistente virtual

InterMundial presenta su *chatbot*, Robin, un asistente virtual que interactúa con los clientes, les guía y asesora para ofrecerles los seguros que mejor se adaptan a su perfil. Así, a través de este nuevo canal, el incorpora la inteligencia artificial como una parte más de su equipo de servicios y atención al cliente.

Robin es capaz de ofrecer, en tiempo real, una tarificación exacta de los seguros que recomienda y permite la contratación del mismo en un solo clic. Además, guarda y recuerda los presupuestos de los productos consultados y los envía al correo electrónico del usuario que, en todo momento, puede solicitar que un agente le llame por teléfono.

Diseñado para mantener una conversación inteligente y ofrecer servicios las 24 horas y cualquier día de la semana, es un canal sin tiempos de espera y capaz de comunicarse a la vez con un número ilimitado de personas. Está conectado con un equipo de especialistas para que, en cualquier momento, el usuario, si así lo decide, pueda hablar con una persona. En palabras del director de *marketing* de InterMundial, Manuel López Nieto-Sandoval, "su uso permite satisfacer las demandas de un perfil de usuarios mucho más digital y exigente que reclama inmediatez y la posibilidad de comunicarse, en cualquier momento, desde una aplicación".

IAG introduce mejoras en el 'portal' B2B lanzado a raíz del recargo a los GDS

Se pueden emitir billetes sujetos a subvención para residentes y familias numerosas

Desde agosto, ya es posible emitir billetes domésticos sujetos a subvención para residentes y familias numerosas en el 'portal' de la agencia de IAG, donde

se permite reservar tarifas y servicios sin el cargo de distribución (DTC), además de acceder al contenido New Distribution Capability (NDC).

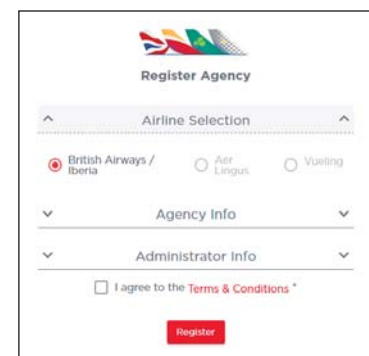
International Airlines Group (IAG) avanza en el desarrollo de su 'portal' de agencias, donde se permite reservar tarifas y servicios sin el cargo de distribución (DTC), además de acceder al contenido New Distribution Capability (NDC). Desde su lanzamiento en noviembre de 2017, coincidiendo con la imposición de un recargo por reservar vía GDS, esta web Business to Business (B2B) se ha convertido en una alternativa para aquellas agencias que no accedan al NDC de Iberia o British Airways mediante un desarrollo propio o utilizando un agregador.

Según informa la aerolínea española, una de las últimas funcionalidades que se ha incorporado es la posibilidad de emitir billetes domésticos sujetos a subvención para residentes y familias numerosas, disponible desde el pasado 1 de agosto. Como publicó NEXOTUR, hasta la citada fecha estos billetes se habían podido seguir emitiendo a través del GDS, estando sujetos al recargo del DTC que, posteriormen-

te, se reembolsaba a la agencia. Una vez que la funcionalidad ya está disponible en todas sus opciones de conexión, incluido el 'portal' de IAG, y puesto que el DTC no es subvencionable, desde el 1 de agosto han dejado de realizarse los reembolsos del DTC a los billetes con descuentos de residentes y familia numerosa.

Carencias del 'portal'

Por otro lado, Iberia cita, entre otras características del B2B de IAG, la posibilidad de reserva y cancelación con reembolso automático de todos los vuelos de las dos aerolíneas, el acceso a las nuevas tarifas de British Airways SHAPP (Short Haul Additional Price Point), la opción de reserva con pago aplazado dentro del límite de emisión del billete y la inclusión de productos complementarios (exceso de equipaje y asientos). Asimismo, el 'portal' de la aerolínea cuenta con liquidación y reporting BSP para



Se puso en marcha en noviembre de 2017.

agencias IATA, informes simplificados de las ventas y posibilidad de crear y gestionar credenciales de acceso a nivel de agente.

Cabe recordar que CEAV criticó duramente a IAG por aplicar el suplemento a pesar de las "carencias" de su plataforma de reservas. Según denunció, las opciones de reserva que ofreció "no son un sustituto real del GDS". "Tiene grandes deficiencias y no está preparada técnicamente", advertía.

Singapore Airlines se suma a la moda de vender 'paquetes'

Los 'paquetes' turísticos estarán disponibles de forma gradual en la plataforma de la aerolínea

Singapore Airlines se incorpora a la larga lista de compañías aéreas que se embarcan en la venta de viajes combinados con la creación de Singapore Airlines Holidays. Lo hará mediante una alianza con Hotelbeds Group, mediante la cual pondrá a disposición de sus clientes 'paquetes' vacacionales compuestos por vuelo y alojamiento (con más de 170.000 establecimientos hoteleros). Las más de 24.000 opciones de traslados y 18.000 actividades que completan la cartera de producto de Hotelbeds, así como entradas a parques temáticos o museos, estarán disponibles de forma progresiva.

Los 'paquetes' turísticos, que estarán disponibles de forma gradual en la página web de la aerolínea en Singapur y otras lo-

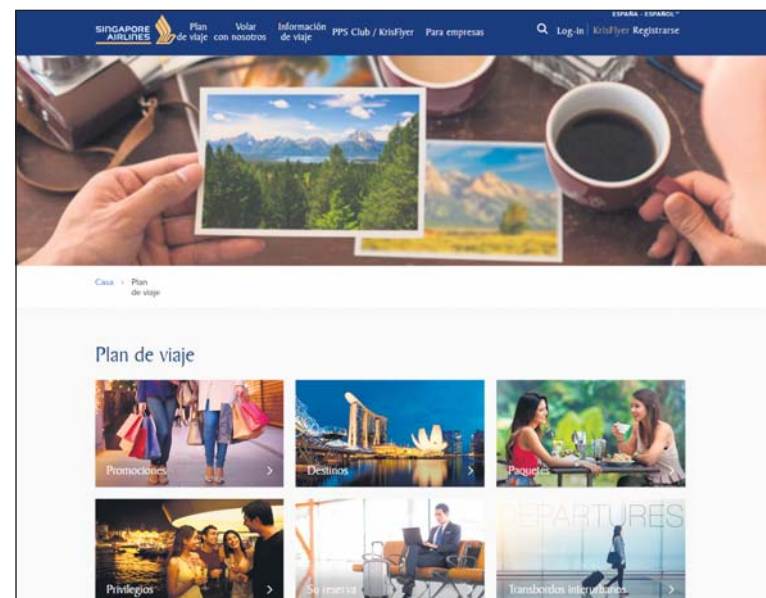
calizaciones de Asia-Pacífico, así como en Europa, India y Norteamérica, serán totalmente personalizables. Hotelbeds destinará un equipo propio con sede principal en Singapur, responsable de promocionar la amplia gama de hoteles, de la atención al cliente, la fijación de precios y la optimización de productos.

Ryanair fue pionera

El director de ventas mayoristas de Hotelbeds, Sam Turner, hace hincapié en la satisfacción de su grupo por el hecho de "asociarnos con una aerolínea líder mundial como Singapore Airlines". "Esperamos ofrecer a sus clientes una cartera de alojamiento inmejorable junto con una experiencia de reserva altamente satisfactoria", señala.

Por su parte, el vicepresidente senior de ventas y marketing de la compañía aérea, Campbell Wilson, resalta que "gracias a esta plataforma de 'paquetes' dinámicos podemos ofrecer a nuestros clientes la opción de combinar nuestros vuelos con los servicios en destino que ellos escojan".

Como ha venido publicando NEXOTUR, Ryanair, Eurowings y Air Europa son solo algunas de las aerolíneas que se han adentrado en la venta de viajes combinados, siempre mediante la firma de un acuerdo con una tercera empresa. La primera fue pionera con el lanzamiento de Ryanair Holidays en la recta final de 2016. Lo hizo de la mano de Logitravel, si bien al poco tiempo rompió su acuerdo con la agencia española, asociándose posteriormente con la alemana HLX Touristik.



Lo hará mediante una alianza con Hotelbeds Group.

Piden al Imsero un concurso que sea transparente y objetivo

Ante la proximidad de la convocatoria del concurso público para gestionar el programa de Turismo del Imsero, al que concurrirán varios grupos, la Federación Territorial de Asociaciones de Agencias de Viajes (Fetave) reclama que los pliegos sean "lo más consensuados posible". Pretende así evitar "impugnaciones mediante recursos", como ocurrió en la licitación anterior, en la que la pugna entre Mundiplan y Mundosenior provocó un retraso sin precedentes en el arranque del programa.



César Gutiérrez preside FETAVE.

Proceso participativo

La Organización quiere que el Imsero abra "un proceso participativo en el que se consulte con las Asociaciones representativas del Sector el borrador de pliegos que está elaborando". Asimismo, demanda que éstos "incorporen exclusivamente criterios de evaluación que permitan su valoración de forma objetiva y que se facilite la participación a través de la constitución de Uniones Temporales de Empresas (UTEs) con objeto de incrementar la concurrencia".

En este contexto, solicita a la directora general del Imsero, Carmen Orte, la convocatoria de una reunión para poder abordar la futura licitación y sus pliegos, así como del impacto en éstos de la Directiva UE 2302/2015 sobre viajes combinados y servicios de viajes vinculados, que "debe tenerse presente de cara al sistema de garantías que protege a los usuarios de los viajes del Imsero", informa. La Federación recuerda la "importancia que tiene el programa para el Sector Turístico y, en particular, para las agencias de viajes".

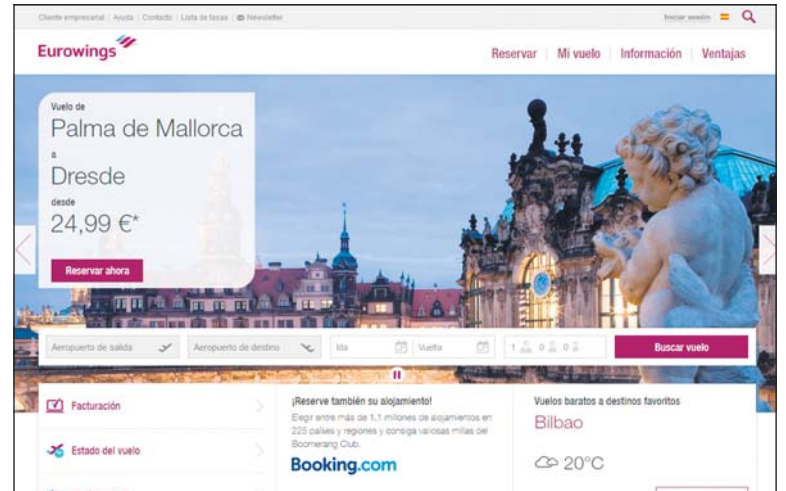
Eurowings lima asperezas con las agencias de viajes y creará un grupo de trabajo

La 'low cost' de Lufthansa se compromete a 'planificar con más cuidado'

Eurowings reacciona ante las quejas de las agencias de viajes. En un encuentro mantenido a finales de julio, la *low cost* de Lufthansa fue criticada duramente por la Asociación Alemana de Viajes (DRV) debido a las "interrupciones masivas de vuelos", así como por el trato que estaba dando al canal de agencias de viajes. "La situación alcanzó una dimensión insostenible", advirtieron entonces los representantes de la Organización.

Aproximadamente un mes después de dicha reunión, Eurowings ha comunicado a DRV que intensificará y mejorará la relación con el canal de agencias de viajes, creando para ello un grupo de trabajo con representantes de ambas partes. En él se discutirán los desafíos actuales y futuros de la industria, buscando soluciones beneficiosas tanto para la compañía aérea como para las agencias de viajes.

El director de ventas de Eurowings, Oliver Schmitt, muestra su satisfacción por "haber encontrado un camino común que nos permita trabajar juntos". "La comunicación con las agencias de viajes



Han mejorado su rendimiento y reducido cambios en los programas de vuelos.

mejorará significativamente en el futuro", avanza. Por su parte, el vicepresidente de agencias de viajes de DRV, Ralf Hieke, aplaude que "estemos sentados alrededor de una mesa después de haber dejado claras nuestras posiciones". En su opinión, "esto proporciona una buena base para la cooperación futura".

En relación a los problemas operativos surgidos en los últimos

meses, el director de ventas de la aerolínea alemana aclara que "las medidas puestas en marcha ya están dando resultados". "Hemos mejorado significativamente nuestro rendimiento y hemos reducido los cambios en los programas de vuelos", afirma. También se compromete a "planificar con mucho cuidado" las próximas temporadas de invierno y verano.



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

Mejora de la rentabilidad

de la agencia gracias a nuestra tecnología y negociaciones

+5%

aumento de la productividad gracias a nuestra tecnología

Central de reservas

avión, tren y barco con tarifas especiales negociadas

Negociación con proveedores

consiguiendo las mejores condiciones del mercado

24 h

servicio 24 horas para ti y para tus clientes corporativos

+38

años de experiencia y un equipo de 25 profesionales

Formación continua

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

Asesoramiento para tu empresa

constante para que tu empresa esté a otro nivel

Herramientas de marketing

y tecnológicas para la captación de clientes e incremento de ventas

Desde **1980**

grupo vacacional y corporativo pionero a nivel nacional

93 655 65 55

expansion@avasa.com

www.grupoavasa.com

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

El Grupo Avasa activa su campaña "+ de 55" como alternativa a la venta de Imsero

Coincidiendo con la temporada de Imsero, el grupo Avasa ayuda a sus agencias en la venta seleccionando producto senior de diferentes mayoristas, para mayores de 55 y 60 años, y crea diferentes acciones de marketing para potenciar la Campaña.

Las plazas limitadas del programa de viajes de Imsero, obliga a que las agencias dispongan de opciones diferentes para que sus clientes puedan disfrutar de viajes con condiciones si no iguales, similares.

Este producto alternativo y que aporta mayor rentabilidad se trabaja desde Avasa y lo facilitan a sus agencias a modo de "especiales", tanto en formato Flyer impreso para expositores de agencias, como en formato digital con su catálogo "Mayores de 55 y 60 años".

Especiales Avasa producto senior:

- Baleares, Canarias y Caribe.
- Cruceros y circuitos por Europa.
- Circuitos por Península.
- Larga distancia.

El grupo refuerza esta Campaña "+ de 55" con diferentes elementos de marketing:

- Travelnews. Para que las agencias lo puedan reenviar a la base de datos de sus clientes vía e-mail.
- Pies de firma.
- Publicaciones y contenido en RRSS.
- Presentaciones para las T.V. de sus escaparates.
- Banners en la web.
- Pósters en gran formato y Din-A4.
- Además, en la INTRANET del grupo han creado un apartado especial "Tercera Edad" en el que el departamento de producto de Avasa cuelga contenido para facilitar la venta a los agentes de viajes.



Grupo Pacífico, empresa asociada y accionista del Grupo Avasa, nominado a los premios IBTA 2018

El Grupo Pacífico ha sido nominado a los premios Business Travel IBTA 2018, en las categorías mejor agencia para viajes de negocio y mejor agencia para reuniones y eventos.

Los Premios Business Travel tiene como misión reconocer y poner en valor la especialización y profesionalidad de los servicios turísticos dirigidos al cliente corporativo. Esta industria, dedicada a los viajes de empresa, mueve 20.000 millones de euros al año en España y cuenta con una idiosincrasia concreta y diferenciada del turismo vacacional.

Todas las compañías nominadas este año disponen del distintivo Verified Quality Supplier (VQS) que otorga IBTA, una acreditación referencia de excelencia y compromiso con el desarrollo del Travel Management en nuestro país.

Grupo Pacífico representa una de las empresas de organización de eventos y viajes de empresa más importantes de España y forma parte del Grupo Avasa prácticamente desde su creación a principios de la década de los 80.



¡Únete a nuestro grupo y apuesta sobre seguro!

D. Xavier Alemany Director General de Viajes Alemany

Agencia familiar con más de 60 años de historia, con sede social en Vic y oficinas en diversas ciudades de Catalunya. Miembro del Consejo de Administración y del Comité de Dirección del grupo AVASA y vocal del Comité Vacacional de ACAVE.

¿Cuál es su experiencia profesional?

Toda mi vida profesional en el turismo ha estado vinculada a nuestra empresa familiar, Viajes Alemany, desde el inicio en la venta de mostrador, hasta responsabilizarme del departamento de empresas, de las relaciones con proveedores y ocupando actualmente la Dirección General.

¿Cuándo, con quien y con qué recursos abrió su agencia de viajes?

Nuestra agencia de viajes fue fundada en los años 50 por D. Juan Alemany y su esposa Roser Ylla, y en estos momentos somos la segunda generación quienes gestionamos el negocio.

¿En qué está especializada su agencia?

Somos una agencia mayoritariamente emisora. Disponemos de un Departamento Corporate con clientes de tamaño medio, un Departamento de Grupos enfocado tanto a colectivos cerrados como a preparar nuestra propia programación para la venta plaza a plaza, y tenemos un departamento de Producto Propio para la venta directa y como mayorista.

¿Cuáles son los principales hitos en la trayectoria de su agencia?

Nuestra empresa ha seguido la evolución del sector emisor desde los años 50, hemos estado por lo tanto en todos los hitos generales del sector. Por ejemplo, la instalación en los años 70 en nuestra central de Vic del primer equipo de reservas SAVIA en la provincia de Barcelona, en 1980 fuimos también pioneros con la fundación de AVASA. Otros momentos importantes y de gran ilusión han sido las sucesivas aperturas de sucursales, especialmente la oficina en el centro de la ciudad de Barcelona.

¿Disponen de producto propio?

Efectivamente, buscamos hacer ya unos años una especialización tan necesaria para la supervivencia de las agencias con nuestras características. Escogimos un segmento que conociamos a nivel personal y que nos gustaba, el Turismo Activo. Actualmente disponemos de varias marcas: Biciland, un portal dedicado a las rutas en bicicleta por distintos países, Austriavacaciones enfocado al turismo activo y cultural en aquel país, Suizavacaciones donde, además del turismo activo, incorporamos diferentes servicios relacionados con los Trenes Suizos de quienes somos agentes en España, y una mayorista, Terranova Tours.

¿Tienen presencia en las redes sociales? ¿qué innovaciones han desarrollado?

Desde hace años prestamos gran atención a todo lo digital, con una inversión acorde a nuestras posibilidades, pero continuada, que nos permite una actualización constante. Este otoño finalizaremos la renovación total

de nuestras webs especializadas, con las marcas antes mencionadas.

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

Las redes sociales nos permiten una presencia más allá del alcance físico de nuestras 7 oficinas y nos aportan ventas en el conjunto del mercado español.

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

En lo referente a nuestro sector la crisis ha remitido, pero debemos estar atentos a los cambios en la manera de viajar y de contratar los servicios turísticos por parte de nuestros clientes.

¿Cuáles han sido los años más duros de esta crisis económica? ¿cómo les afectó?

Del 2009 al 2013 sufrimos un continuo descenso de los ingresos, aun así, nos esforzamos en aquellos momentos de incertidumbre en mantener nuestra estructura, con el objetivo de tener capacidad de recuperación en el momento en que la situación mejorara. Estos tres últimos años hemos notado una evidente mejora, con la recuperación de las ventas y los márgenes.

¿Cuántos empleados y colaboradores tiene actualmente su agencia?

Entre 35 y 40 colaboradores. Quiero destacar la calidad del equipo, formado por personas con larga experiencia y un buen conocimiento de la profesión.

¿Qué impresión tiene de cómo ha ido la Temporada de Verano?

A mi entender el hecho más relevante que se ha producido este verano ha sido la gran preocupación y desconfianza que generaron entre los viajeros las continuadas huelgas, incidencias y retrasos en los aeropuertos españoles, especialmente en el de Barcelona. Deberíamos ser todos conscientes que se está poniendo en riesgo la confianza de nuestros clientes hacia el transporte aéreo, base fundamental de nuestro negocio. Es precisa una actuación coordinada entre administraciones públicas, cias. aéreas y asociaciones de agencias para evitar estas situaciones de descontrol e incumplimientos.

Las agencias de viajes hemos jugado un papel de gestión y apoyo al cliente en estas situaciones de crisis que no siempre se comunica y valora como se debería. También habría que revisar algunos aspectos de la regulación de los viajes combinados. No es justo que repercutan directamente en la agencia de viajes los costes de cancelaciones de servicios incluidos en paquetes turísticos, cuando las cancelaciones son consecuencia de estas situaciones de caos que se han producido en los aeropuertos.

¿Cuántos años lleva su agencia formando parte del Grupo AVASA?

Desde el inicio, somos socios fundadores del grupo AVASA y siempre nos hemos sentido muy implicados con el grupo.

¿Qué destacaría como el principal atributo o ventaja de su Grupo?

Lo que nos diferencia de la mayoría de grupos es que nuestro objetivo fundacional, que se ha mantenido, es buscar el beneficio de las agencias asociadas. Nuestro



D. Xavier Alemany
Director General de Viajes Alemany

rendimiento tanto económico como de imagen y servicio está totalmente dedicado a las agencias. El grupo no es un negocio como tal.

¿El apoyo de AVASA le ayudó a salir adelante en los años de crisis económica?

Evidentemente, la fuerza y cohesión que da pertenecer a Avasa nos ha ayudado.

¿Qué es lo que más valora, desde su propia agencia, de AVASA?

El amplio abanico de servicios que nos ofrece. Nos son de gran utilidad el buscador de hoteles y vuelos Wasabi y la conexión RTS con el Amadeus central de Avasa que nos permite la reserva y emisión desde nuestras propias oficinas. Valoramos también muy positivamente el servicio de atención 24 horas enfocado al cliente de empresa.

No quiero dejar de mencionar el equipo humano de AVASA que nos atiende en el día a día, el departamento de reservas de nuestro consolidador aéreo, el departamento de contratación y relación con proveedores y el de marketing.

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

Hay un gran interés por mejorar continuamente las herramientas tecnológicas para los agentes. Pienso que esta es la línea a seguir en los próximos años para no quedarnos descolgados de las grandes corporaciones que tienen acceso a financiaciones que no nos están permitidas a las agencias medias y pequeñas.

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

Debemos volcarnos en el servicio al cliente y esforzarnos por comunicar debidamente nuestra función de asesoramiento y defensa de sus intereses. Aunque algunas administraciones

públicas parece que a día de hoy ya no nos consideran como tales, el agente de viajes seguirá existiendo. Con nuestra capacidad de trabajo y de adaptación a las necesidades del cliente, tenemos el futuro asegurado.

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

Las agencias de tipo medio, bien estructuradas, conocedoras del mercado y que aprovechen las sinergias del asociacionismo tenemos un buen futuro por delante. Cuanto más grande sea el mercado de los viajes, y las previsiones para los próximos años son de crecimiento continuado, mayores oportunidades tendremos todos.

Hay que estar atentos y no caer en el desánimo ni el pesimismo, no hay que hacer caso a opiniones interesadas que ya nos han dado por desahuciados desde hace años.



Lourdes Alemany y Xavier Alemany

Guanajuato.



¿Sabías que Miguel de Cervantes, el Quijote y Sancho Panza viven en México?

La ciudad de Guanajuato se encuentra ubicada en el centro de México, es considerada por la UNESCO como ciudad Patrimonio de la Humanidad, nombramiento que ostenta desde 1988; fue una ciudad de gran importancia minera durante la época de la colonia española. En esta ciudad no nació Cervantes, ni el Quijote, pero aquí se vive y se respira el espíritu cervantino.

La influencia de Cervantes en Guanajuato ha sido de tal magnitud, que aquí tiene lugar el más grande homenaje en honor a la máxima figura de la literatura española: el Festival Internacional Cervantino.

#DescubreGuanajuato y el Festival Internacional Cervantino

Del 10 al 28 de octubre del presente año, la emblemática ciudad de Guanajuato, se convertirá en el escenario en el que las más diversas expresiones artísticas y culturales estarán presentes, al lado de espacios de reflexión sobre las disciplinas artísticas que conforman la amplia cartelera de la edición XLVI del Festival Internacional Cervantino.

El "Cervantino" y sus orígenes

Todo inicia en Guanajuato, México en 1953, cuando Enrique Ruelas, director del Teatro Universitario, realizó las primeras representaciones de los Entremeses Cervantinos en homenaje a Miguel de Cervantes Saavedra, las obras de teatro que, sin él pensarlo, serían el inicio de la "fiesta del espíritu". Su éxito fue haber presentado en escenarios públicos en donde la comunidad se involucró con el proyecto y así se ha realizado durante más de seis décadas.

El Festival Internacional Cervantino es la actividad artística y cultural más importante de México y de América Latina. En el ámbito internacional de las artes escénicas el "FIC" ocupa un lugar especial entre los cuatro festivales más importantes en su tipo a nivel mundial, en el cual convergen la música, la ópera, el teatro, la danza, las artes plásticas, la literatura y los medios audiovisuales.

Descubre el festivalcervantino.gob.mx

Los recintos culturales de gran importancia histórica con los que cuenta la ciudad de Guanajuato, además de sus coloridas calles, plazuelas y callejones, la convirtieron en un referente de las expresiones artísticas y culturales. Desde



hace 46 años, Guanajuato es sede del Festival cultural más importante en el país, ganándose el título de capital Cervantina de América en 2005 por la UNESCO.

Cada año un sinnúmero de grupos nacionales e internacionales de diferentes latitudes muestran las expresiones culturales que transitan entre la tradición y la modernidad. Aquí podrás encontrar desde una obra de teatro callejera, hasta el evento cultural de más renombre en el mundo.

Edición XLVI del Festival Internacional Cervantino "FIC"

La edición XLVI del FIC estará conformada por 195 espectáculos, con un total de 327 funciones distribuidas en ópera y música vocal, música, danza, teatro, espectáculos de calle, exposiciones y actividades académicas para todo tipo de público (infantil, juvenil y adulto), lo que representará un despliegue de 110 grupos artísticos, de 34 países, incluidos España y México.

En esta ocasión, el país y estado Invitados de honor serán la India y Aguascalientes, respectivamente, los cuales mostrarán un abanico artístico rico en tradiciones y

modernidad, con el eje temático del FIC: El futuro es hoy.

El máximo festival cultural de México abordará temas de enorme relevancia como: el orden social y geopolítico, el cuidado del planeta, la migración, la tolerancia, la convivencia, las nuevas tecnologías de la comunicación y la globalización, en un marco de aprecio de nuestras raíces.

Déjate sorprender con los eventos de gran elegancia e importancia mundial como lo es Les Ballets de Monte-Carlo, presentando LAC, basada en El lago de los cisnes y la presentación de artistas como Molotov y la Mala Rodríguez.

Diversidad, riqueza cultural universal y propuestas artísticas de hoy y el mañana es lo que ha marcado al Festival Internacional Cervantino que lleva el sello de la universal obra del novelista, poeta y dramaturgo Miguel de Cervantes Saavedra con el ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha, máxima creación del ingenio humano.

VIVE EL CERVANTINO,

#DescubreGuanajuato





Acciones de marketing continuadas

Avasa pone a disposición de sus agencias como cada año, tanto en versión impresa como en digital, su nuevo "Catálogo de Novios" 2018-19, en el que se recoge un gran abanico de sugerencias y propuestas de viajes destacados, con ideas para grandes viajes, larga distancia y cruceros.

Esta herramienta de marketing creada y trabajada desde el Departamento de Producto y Marketing de Avasa, siempre teniendo en cuenta las tendencias del mercado, y en colaboración con una selección de proveedores como son Tui, Quelónea, Southern Cross, Travelplan y Costa Cruceros, se proporciona de forma gratuita a toda la red de agencias del Grupo con opción de personalización con su logotipo.



La formación es uno de los valores añadidos que el Grupo ofrece a sus agencias y que cabe destacar. Trabajan constantemente con todos sus proveedores para realizar todo tipo de formaciones a través de diferentes canales de comunicación, para que sus asociados estén al día y conozcan de primera mano las últimas novedades de proveedores y sus productos.

- Visita exclusiva para agencias Avasa al barco Disney Magic de la naviera Disney Cruise Line. Gracias a Un Mundo de Cruceros, 14 profesionales de agencias asociadas a Avasa disfrutaron de una mágica experiencia a bordo, rodeados del mundo Disney con todas las atenciones y conocieron de primera mano las magníficas instalaciones que ofrece el barco Disney para todo tipo de familias.



- Webinar Vueling "Nueva Oferta Tarifaria", exclusivo para agencias Avasa, Vueling presentó su nueva estructura tarifaria. Desaparición de la Excellence e implementación de la tarifa TimeFlex y Family Fare.

Apostamos por el Business Travel



AUTORESERVAS

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



TENCIÓN 24 HORAS

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



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.00.

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.

EasyJet usa la solución de Amadeus y Optym

Amadeus y Optym anuncian que easyJet ha seleccionado la solución avanzada de simulación de rutas Amadeus SkySYM para mejorar la fiabilidad de sus programaciones de vuelos. Esta solución es una de las cinco que se ofrecen en el marco de la oferta Amadeus SKY Suite by Optym, establecida tras la alianza de colaboración entre Amadeus y Optym sellada en 2016.

Autopilot de Best Western para la gestión hotelera

Best Western acaba de incorporar en España y Portugal la herramienta Autopilot de BestRev, una nueva solución de la cadena que mejora la gestión de la estrategia de tarifas de cada hotel permitiendo que los cambios de precios se apliquen automáticamente en su sistema. Ha aumentado en un 8% los ingresos por habitación disponible de los más de 2.000 hoteles de la cadena que ya lo usan.

Finnair introduce Internet de alta velocidad en Europa

Finnair ha lanzado este verano un nuevo servicio de Internet de alta velocidad en toda su flota de Airbus en rutas europeas. Los pasajeros de la compañía aérea pueden disfrutar de las velocidades de conexión en vuelo más rápidas de la industria para navegar, realizar compras *online*, ver películas, vídeos o programas de televisión en *streaming*. El servicio será gratuito durante dos meses.

Ferrol estrena nueva web de promoción turística

La nueva web de Ferrol para promocionar su interés turístico, www.visitferrol.com, ya se encuentra disponible. El diseño de la página, en el que destacan las imágenes y la socialización, permite compartir sus contenidos a través de redes sociales, vía *whatsapp* o *email*. El objetivo es potenciar la imagen de marca de Ferrol como destino turístico y ofrecer un mejor servicio a los turistas.

Meliá adopta WhatsApp Business para las empresas para mejorar la comunicación con sus clientes

Escarrer: 'Hoy en día, los clientes quieren conectarse con las empresas de la misma manera que chatean con sus amigos y familiares'

Meliá Hotels International sigue apostando por la innovación como motor para mejorar la experiencia de sus clientes al incorporar a su ecosistema tecnológico los servicios de WhatsApp Business para grandes empresas, que le permitirá mejorar su modelo de relación con el cliente en la era digital.

En una primera fase, Meliá Hotels International utilizará el servicio de notificaciones de WhatsApp Business para proporcionar información útil a sus clientes sobre sus reser-

vas —con previo consentimiento del usuario—, como el número de confirmación, la ubicación del hotel y el teléfono de contacto. Esta solución pretende ser una palanca para mejorar la experiencia del cliente en su relación con la marca.

Todos los canales

"Hoy en día, los clientes quieren conectarse con las empresas de la misma manera que chatean con sus amigos y familiares, de forma sim-

ple y rápida", asegura el vicepresidente y consejero delegado de Meliá Hotels International, Gabriel Escarrer. "Por ello, en nuestra estrategia de orientación al cliente resulta fundamental estar presentes en todos los canales donde éste espera encontrarnos, y WhatsApp es sin duda uno de ellos y esta solución nos permite, además, impulsar la cercanía con el cliente y desarrollar innovación en nuestro sector, que son dos de los valores fundamentales de nuestra compañía", concluye.

WhatsApp es una forma simple, segura y privada de hablar con cualquier persona en el mundo. Más de 1.500 millones de usuarios en más de 180 países utilizan WhatsApp para permanecer en contacto con amigos, familiares y negocios en cualquier momento y en cualquier lugar. WhatsApp Business es la solución que ayuda a empresas y clientes a conectarse de forma rápida y sencilla, brindando una oportunidad de mejorar la gestión de la conversación con el cliente.



Utilizará el servicio de notificaciones.

TECNOLOGÍA PROPIA, EXCLUSIVA PARA LAS AGENCIAS DEL GRUPO



01 MOTOR DE HOTELES

Comparando la mejor oferta entre varios proveedores

02 MOTOR DE CRUCEROS Y FERRIES

Con la integración de las navieras más solicitadas y único grupo con buscador de ferries

03 CONSOLIDADOR AÉREO

Exclusivo para las agencias del grupo

04 BUSCADOR DE ENTRADAS Y TICKETS

Miles de actividades al mejor precio

05 HERRAMIENTAS DE MARKETING

Para la identidad corporativa ÚNICA de cada agencia: cartelería, newsletter...

06 ESPECIAL CANARIAS

Buscadores con producto exclusivo Canarias

Todo en formato responsive, para acceder desde cualquier dispositivo y facilitar las búsquedas a tus viajeros

DITGESTION

Mucho más que un grupo de gestión



info@ditgestion.com



943 219 732



DIT Gestión



@DITGestion

Seguro médico

Seguro médico internacional

Pregunta.- Al ofrecer un seguro de viajes a los clientes de mi agencia, muchos me responden que ya cuentan con un seguro médico internacional y que no necesitan este tipo de pólizas. ¿Qué diferencias hay entre uno y otro?

Respuesta.- Contar con un seguro médico internacional es una buena idea, sobre todo si vas a pasar una temporada larga fuera de España. Sin embargo, no suele ser la póliza más adecuada para desplazamientos puntuales o viajes, y presenta grandes diferencias con los seguros de viaje —diseñados pensando en las características de éstos.

En primer lugar, cabe resaltar que el seguro médico sólo cubrirá al viajero en aquellas situaciones relacionadas con la salud que se den en un país extranjero, como gastos de asistencia médica, hospitalización, pruebas diagnósticas, intervención quirúrgica, etc.

Por su parte, el seguro de viaje garantiza la asistencia ante el resto de incidencias que pueden ocurrir durante un viaje, incluyendo los accidentes *in itinere*. Así, añaden coberturas para casos relacionados con el equipaje —como pérdida, robo o retraso en la entrega—, la documentación del viajero, el transporte, el alojamiento e incluso la cancelación del viaje antes de su inicio, incluyendo, entre otras, causas como el fallecimiento, accidente o enfermedad del asegurado y familiares de primer grado, pero también del acompañante y familiares de segundo grado.


Los límites de edad son otra de las grandes diferencias entre ambos seguros. Mientras que los de salud suelen incluirlos, excluyendo así a niños y a personas mayores de 65 años, muchos seguros de viajes no establecen ya estos límites.

Por otro lado, los seguros de salud suelen contratarse de año en año. Si la intención del asegurado es estar cubierto solamente durante el tiempo que duren sus viajes, económicamente suele ser más rentable

Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

Desde InterMundial nos ponemos a tu disposición, a través de NEXOTUR, para resolver todas aquellas dudas referentes a estrategia empresarial, legislación y consultoría de riesgos y seguros para el Sector Turístico. Te damos la oportunidad de contar con el asesoramiento integral que necesitas como empresario del sector. Puedes hacernos llegar tus preguntas o consultas a través del correo consultas@intermundial.es

*Sección ofrecida con la colaboración de  InterMundial www.intermundial.es

ble contratar un seguro de viaje que abarque sólo este periodo, sin necesidad de pagar una póliza durante todo el año si no va a utilizarse.

Otro de los grandes beneficios del seguro de viaje con respecto a los de salud que nos gustaría destacar es el modo en el que son cubiertos los gastos médicos. En el caso de los seguros de viaje, al tener la opción de contactar directamente a través del número de asistencia 24 horas con la aseguradora, el viajero podrá saber a qué centro sanitario dirigirse y tendrá cubiertos los gastos de la asistencia recibida de forma inmediata, sin tener que esperar a futuros reembolsos. Esto es especialmente importante en el caso de países como Estados Unidos, en los que la asistencia médica puede alcanzar cifras muy elevadas, pudiendo costar casi 4.000 euros un día de ingreso hospitalario.

En cualquier caso, lo que debes recomendar siempre a tus clientes es que revisen concienzudamente las coberturas incluidas en sus distintos seguros. Como agente y comercializador de seguros de viajes, es conveniente que estés al tanto de las coberturas para poder informar mejor al cliente en caso de duda.

Turismo rural

Seguros en viajes cortos

Pregunta.- En nuestra agencia, especializada en Turismo rural, hemos notado que este verano ha

crecido el número de viajeros que apuestan por practicar el Turismo de naturaleza, alojándose en *campings* y otros alojamientos rurales. Muchos de estos viajes son de corta duración, unos cinco días de media y suelen ser dentro de España. ¿Conviene en estos casos recomendar un seguro de viaje?

Respuesta.- Como bien apuntas, y fijándonos en los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística, vemos que las pernoctaciones en alojamientos de Turismo rural permanecen similares respecto al verano de 2017, año en el que subieron en un 17,9% con respecto al anterior. Destaca el aumento en huéspedes internacionales en este tipo de alojamientos. Además, el sector del *camping* sigue viviendo un momento turístico extraordinario, pues previsiblemente va a concluir con unos resultados similares a los del año pasado, cuando se registraron 22,4 millones de pernoctaciones y 4,4 millones de usuarios. Sin duda, ésta es una gran noticia para el Turismo de naturaleza.

Siempre es importante recomendar a los viajeros que contraten un seguro, sin importar el destino, la duración o el tipo de viaje. En cuanto al tipo de viaje, cada uno tiene unas particularidades que pueden entrañar ciertos riesgos o situaciones no deseadas. En lo que respecta al Turismo de naturaleza, contar con un seguro de viaje se hace más importante que en otro tipo de viajes. Esto se debe a que muchos de los viajes organizados en el entorno rural incluyen la realización de actividades y deportes al aire libre. Es por esto que las aseguradoras cuentan ya con seguros y coberturas especialmente diseñadas para este tipo de viajes.

En InterMundial, por ejemplo, contamos con un seguro para grupos que incluye coberturas para la realización de una serie de actividades comunes en este tipo de 'paquetes' turísticos: paseos en bici-

leta de montaña, espeleología, senderismo, paseos a caballo, tirolinas, montañismo... Otras pólizas, como Ski Aventura Plus, suman a estas actividades un listado mucho más amplio, además de coberturas específicas, como la búsqueda y rescate en montaña.

En caso de incidencia durante la realización de este tipo de actividades, los recursos técnicos, humanos y económicos necesarios suelen ser muy costosos. Por ejemplo, en el caso del rescate en montaña, éste puede ascender a 8.000 euros e implicar la actuación de diferentes servicios de seguridad y rescate tanto públicos como privados. Si se cuenta con un seguro de viaje, estos costes estarían cubiertos por la aseguradora.

A esta cobertura, específica para la realización de deportes en el medio natural, se le unen las ventajas habituales en un seguro de viajes: gastos médicos, equipajes, Responsabilidad Civil...

En cuanto a la duración y cercanía del destino del turismo de naturaleza, cabe resaltar que las pólizas de viajes normalmente varían de precio en función del número de días que dure el viaje y del ámbito geográfico que abarquen, por lo que, si se piensa en una perspectiva económica, el seguro de viaje es rentable para cualquier viaje.







¡Hola soy Robin!

Este asistente virtual te ayuda a encontrar el seguro más adecuado para tu viaje

Ya disponible en Messenger desde la página de Facebook de InterMundial

MOSTRADOR



Qatar Airways cuenta con 21 rutas desde Madrid.

Qatar aumenta sus conexiones desde Madrid esta temporada

Qatar Airways contará a partir del 17 de septiembre con tres vuelos diarios más desde Madrid. Con estas nuevas frecuencias y las ya anunciadas durante los últimos meses, la aerolínea contará con un total de 21 vuelos semanales desde Madrid a diferentes destinos, nueve de ellos a Doha, y 19 a la semana desde Barcelona a partir de septiembre. Este incremento de frecuencias supondrá un aumento de más del 38% de capacidad desde Madrid. Además, la compañía aérea recuerda que cuenta con cuatro conexio-

nes a la semana desde Málaga. Las nuevas frecuencias forman parte de la continua expansión de la línea catarí en Europa, proporcionando a los pasajeros que viajan desde España una mayor conectividad para volar a los más de 150. Así, los pasajeros podrán conectar diariamente a destinos como Colombo, Sri Lanka; Dacca, Bangladesh; Bangkok, Phuket, Tailandia; Hanói y Ho Chi Minh en Vietnam; Yakarta, Indonesia; Kuala Lumpur, Malasia; Singapur o Sídney, Australia, entre otros.

✉ www.qatarairways.com

Kuoni propone seis programas diferentes para conocer Argentina

El turoperador presenta el catálogo 'Lo Mejor de Argentina' desde 3.580 euros

El Parque Nacional Tierra de Fuego o el Glaciar Perito Moreno son algunos de los atractivos que incluyen los seis circuitos de Kuoni por Argentina. Tienen una du-

ración muy variada y unos precios que oscilan desde los 2.180 euros de 'Buenos Aires, El Calafete e Iguazú' hasta los 3.580 euros de 'Lo Mejor de Argentina'.

Ya están disponibles los seis catálogos diseñados por Kuoni para conocer Argentina según el gusto de cada viajero. Con 'Argentina Clásica', los turistas visitarán en 12 días Buenos Aires, el Parque Nacional Tierra de Fuego, el Glaciar Perito Moreno con safari náutico y las cataratas Iguazú, todo ello desde 2.640 euros, más 555 de tasas. Para hacer un viaje similar pero más concentrado, en diez días, el turoperador propone 'Buenos Aires, El Calafete e Iguazú' desde los 2.180 euros y 510 en tasas.

En el lado contrario, el programa 'Lo Mejor de Argentina' alarga el viaje hasta los 17 días por 3.580 euros (y 555 en tasas), en los que destaca el traslado a Buenos Aires en servicio privado. La visita a los lugares de los otros catálogos pero también a Península de Valdés, Circuito Chico, Punto Panorámico y Aerosill Cerro Campanario.



El Glaciar Perito Moreno es uno de los lugares que se visita.

Con 'Paisajes de Argentina', los turistas podrán realizar un recorrido de 11 días y 2.587 euros, más 510 de tasas, algunos de los destinos más destacados, como Tierra de Fuego o el Glaciar Perito Moreno. Por último, Kuoni propone el circuito 'Patagonia Argentina con Iguazú', con una duración

de 13 días y un precio de 2.835 euros, con 555 de tasas.

Todas las fechas de salida se pueden consultar con el turoperador. Los precios incluyen alojamiento y desayuno, traslados en los circuitos señalados y viajes en clase turista con Aerolíneas Argentinas.

✉ www.kuoni.es

Pullmantur incorpora una parada en Madeira en su crucero por las Islas Canarias y Agadir

La primera salida de esta ruta será el 17 de noviembre de 2018 y la última el 31 de marzo de 2019

Al crucero de Islas Canarias y Agadir que opera Pullmantur con su buque Zenith se le suma ahora un nuevo destino, la isla portu-

guesa de Madeira. Este itinerario sale de Gran Canaria todos los sábados y de Tenerife un día después, desde el 17 de noviembre hasta

el próximo 31 de marzo. Para Nochevieja y los días de Carnaval, la naviera ha diseñado salidas especiales en este itinerario.

Pullmantur Cruceros ha incorporado Madeira en una de sus rutas más populares, por las Islas Canarias y Agadir. De esta manera, la isla portuguesa se convierte en una escala regular, por la naviera espera que pasen más de 30.000 de los huéspedes que transporta.

Con embarque en Gran Canaria (sábado) y Tenerife (domingo), esta ruta de ocho días y siete noches a bordo del buque Zenith comenzará el 17 de noviembre de 2018 y se mantendrá hasta el 31 de marzo de 2019, suponiendo 20 salidas. Para los pasajeros que viajen desde la Península, se ofrece vuelo opcional desde Madrid y Barcelona.

Durante su travesía, los cruceristas podrán apreciar la diversidad natural de las Islas Afortunadas, distinguidas por su fuerte personalidad volcánica, y los contrastes que reinan en el archipiélago, desde las tierras negras

de aspecto lunar de Lanzarote, pasando por los verdes y frondosos bosques de laurisilva de La Palma, hasta las dunas de Maspalomas y el asombroso Teide. Además, Pullmantur subraya el exotismo de la costa de Marruecos, visitando Marrakech, la llamada 'Ciudad Roja' y los paisajes naturales de Funchal.

Además, la naviera cuenta con dos salidas especiales en esta ruta. Se trata del crucero de siete noches de fin de año en Canarias Madeira y Agadir con embarque el 29 de diciembre en Gran Canaria y el 30 en Tenerife, pasando la Nochevieja en Funchal, conocida por sus fuegos artificiales. La otra ruta especial es la del Carnaval en Canarias, con una duración también de siete noches, esta salida modifica su itinerario regular para hacer noche en La Palma y disfrutar del famoso Carnaval de los



Pullmantur llevará a 30.000 huéspedes a la isla de Madeira.

Indianos, con embarque el 2 y 3 de marzo, en Gran Canaria y Tenerife.

"Decidimos incorporar Madeira a esta ruta porque queremos dar a nuestros pasajeros la oportunidad de visitar este destino, que es cada vez más popular; de hecho, el año pasado la isla batió su record de turistas", ha comentado el presidente y director general de Pullmantur, Richard J. Vogel.

Asimismo, el máximo responsable de la naviera ha querido señalar la importancia que tiene el archipiélago canario para este crucero: "Este año será el tercero que operaremos en las Islas Canarias de forma consecutiva, una muestra de nuestro compromiso con este destino, que goza de una gran belleza, atractivo y singularidad".

✉ www.pullmantur.es

Cathay ofrece más rutas a Europa con Brussels Airlines

Cathay Pacific y Brussels Airlines han anunciado un nuevo acuerdo de código compartido para ofrecer más oportunidades de conexiones hacia Hong Kong, ahora vía Bruselas. Estas rutas son operadas cuatro veces por semana utilizando aviones Airbus A350-900, tecnológicamente avanzados. Los servicios seleccionados serán operados por la aerolínea belga, pero podrán ser seleccionados desde los canales de venta habituales de Cathay, por lo que sus viajeros tendrán más fácil llegar a algunos de los destinos más populares en Europa, como Berlín, Hamburgo, Lyon, Marsella, Toulouse, Oslo y Praga. Los pasajeros que vuelen en los aviones que entran dentro de este acuerdo disfrutarán de la comodidad del servicio de equipaje facturado hasta su destino final, además de poder acumular los puntos Asia Miles en su viaje. Estos billetes ya están disponibles y deben reservarse junto a los servicios de Cathay Pacific entre Bruselas y Hong Kong.

✉ www.cathaypacific.com

■ CLUB NEXOTUR

El Hotel Beatriz de Toledo ofrece descuentos del 30%

El Hotel Beatriz de Toledo lanza una promoción especial con descuentos sobre tarifa oficial del 30% para miembros del Club NEXOTUR y del 15% para acompañantes. Oferta sujeta a la disponibili-

Club NEXOTUR
Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 25**

dad de los hoteles. Excluidas Semana Santa, Corpus y Fin de Año. Para más información y realizar reservas puede contactar con el departamento de reservas en el siguiente número de teléfono: 925 26 91 00.

■ FAM TRIP



Ha acogido un viaje de familiarización y el evento Meet & Talk Forum.

Málaga promociona su oferta MICE

La provincia de Málaga ha recibido la visita de numerosos profesionales internacionales. El viaje ha permitido al destino mostrar su completa oferta MICE. Por un lado, se ha celebrado un viaje de familiarización y, por otro, ha acogido el desarrollo del encuentro Meet & Talk Forum.

Iberia incorpora la nueva clase Turista Premium en vuelos a Cuba y Sudáfrica

La compañía aérea también ha anunciado el incremento de operaciones en Lima

Sin acabar la temporada de verano de 2018, Iberia está trabajando en las novedades del próximo verano. Entre las más destacables está la nueva clase Turista Premium y el refuerzo de la ruta entre Madrid y Lima. Con el inicio de la temporada de verano de 2019, los clientes que viajen con Iberia a La Habana y a Johannesburgo podrán disfrutar también de la clase Turista Premium en sus vuelos gracias a la incorporación de los A330-300 de la aerolínea a esas rutas. Los A330-300 cuentan con 29 butacas en la cabina de Business, 21 en Turista Premium y 242 en la clase Turista. La clase Turista Premium tiene como público objetivo los clientes que habitualmente vuelan en clase Turista, pero que están dispuestos a pagar un poco más para viajar de forma más cómoda y con servicios adicionales, tanto durante el vuelo como en tierra.

Entre las características de la clase Turista Premium destaca un 20% más de separación entre filas de asientos, que además son más anchos y pueden inclinarse hasta un 40% más. Cada asiento cuenta con



Incorporará los aviones A330-300 en las citadas rutas.

reposacabezas ajustables y reposapiés reclinable, pantallas full HD de 12 pulgadas, frente a las 9 de la clase Turista, auriculares con cancelación de ruidos y conectores para dispositivos electrónicos individuales. Además, cuentan con servicio a bordo exclusivo: bebida de bienvenida, menú exclusivo, lencería a bordo y kit de aseo personalizados. La clase Turista Premium ya está disponible en los vuelos de Iberia a Bogotá, Buenos Aires, Ciudad de México, Lima, Panamá, Quito, Santiago de Chile, Sao Paulo en Latinoamérica, al igual que en

Boston, Chicago, Miami y Nueva York en Estados Unidos.

Apuesta por Lima

En julio y agosto de 2019, Iberia ofrecerá 10 vuelos a la semana en la ruta Madrid-Lima-Madrid, en vez del vuelo diario que suele operar. Los tres vuelos adicionales a la semana, pendientes de aprobación gubernamental, se han programado los lunes, jueves y sábados desde Madrid, mientras que volverán de Lima los martes, viernes y domingos.

✉ www.iberia.com

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

CONEXO

Periódico Profesional **CONEXO** del Turismo de Reuniones

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

Eugenio de Quesada

Volumen I 1998~2018

CONEXO cumple 20 años de agitación ininterrompida, primero como periódico mensual impreso y después con su versión digital online, desde la publicación de su primera edición a finales del pasado siglo, en febrero de 1998. El Turismo de Reuniones e Incentivos, denominado internacionalmente como MICE (siglas en inglés de meetings, incentives, conferences and exhibitions), es el segmento más relevante del Sector Turístico, o el "solomillo del Turismo", en palabras de Julio Abreu, uno de los padres y artífices de esta actividad en España. Este volumen recoge el análisis mensual de la actualidad sectorial,

en forma de opinión editorial, que el director de CONEXO ha venido realizando durante dos décadas, glorioso tanto la génesis y consolidación como la evolución y desarrollo del MICE en España. "El periódico decano del Turismo de Reuniones, alcanza 330 ediciones, con más de 11.000 páginas y millón y medio de ejemplares impresos, siempre bajo la dirección de Eugenio de Quesada, periodista especializado de larga trayectoria, que desde hace ya un cuarto de siglo es vicepresidente de los Capítulos Español e Iberoamericano de la Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos (AIPEIT)", afirma la presidenta de AIPEIT.

“ El Turismo de Reuniones o MICE es la actividad más relevante (y rentable) del Turismo ”

Periódico Profesional **CONEXO** del Turismo de Reuniones

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

Eugenio de Quesada

Volumen II 1998~2018

CONEXO cumple 20 años de agitación ininterrompida, primero como periódico mensual impreso y después con su versión digital online, desde la publicación de su primera edición a finales del pasado siglo, en febrero de 1998. El Turismo de Reuniones e Incentivos, denominado internacionalmente como MICE (siglas en inglés de meetings, incentives, conferences and exhibitions), es el segmento más relevante del Sector Turístico, o el "solomillo del Turismo", en palabras de Julio Abreu, uno de los padres y artífices de esta actividad en España. Este volumen recoge el análisis mensual de la actualidad sectorial,

en forma de opinión editorial, que el director de CONEXO ha venido realizando durante dos décadas, glorioso tanto la génesis y consolidación como la evolución y desarrollo del MICE en España. "El periódico decano del Turismo de Reuniones, alcanza 330 ediciones, con más de 11.000 páginas y millón y medio de ejemplares impresos, siempre bajo la dirección de Eugenio de Quesada, periodista especializado de larga trayectoria, que desde hace ya un cuarto de siglo es vicepresidente de los Capítulos Español e Iberoamericano de la Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos (AIPEIT)", afirma la presidenta de AIPEIT.

“ El Turismo de Reuniones o MICE es la actividad más relevante (y rentable) del Turismo ”

PVP: 18€

Solicite su ejemplar: suscripciones@nexotur.com

Silversea celebre su décimo aniversario con una ruta durante 25 días sobre el Círculo Polar Ártico

Este crucero saldrá desde Alaska el 10 de agosto de 2019 y seguirá las costas de Asia y Europa hasta llegar a Noruega

Por tarifas desde 33.480 euros, los 114 huéspedes del Silver Explorerse podrán viajar con todo tipo de lujo durante 25 días sobre el Círculo Polar Ártico. Esta ruta saldrá de Nome,

Alaska, el 10 de agosto, y llegará a Tromsø, en Noruega, tras recorrer las costas de Asia y Europa. Entre los atractivos con los que se encontrarán los viajeros está la isla de

Wrangel, Champ Island, el archipiélago de Severnaya Zemlya y numerosos pequeños pueblos costeros. Además, los cruceristas podrán avistar focas, morsas y osos polares.

Silversea Expeditions está celebrando su décimo aniversario con la presentación de su primer cruce del Paso Noreste, una ruta espectacular sobre el Círculo Polar Ártico. Este circuito es muy destacable porque, hasta el momento, pocos cruceros han transitado por este pasaje, que sigue las costas extremas de Asia y Europa. El crucero se llevará a cabo a bordo del Silver Explorer, uno de los más lujosos de la naviera. El barco de expedición de la clase de hielo saldrá el 10 de agosto de 2019 desde Nome, Alaska, para llegar 25 días después a Tromsø, Noruega. Este buque pasará 5.019 millas náuticas de espectaculares paisajes marinos y naturaleza salvaje. Las tarifas de ocupación doble comienzan desde 33.480 euros por persona.

La compañía de cruceros asegura que es una de sus expediciones más ambiciosas hasta la fecha.

Entre algunos de los atractivos más destacables que abarcará el viaje está la isla de Wrangel, declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, donde viven los osos polares y las morsas y anidan las aves migratorias; Champ Island, conocida por las grandes y misteriosas esferas de piedra que salpican su paisaje de otro mundo; El Rubini Rock de Tikhaya Bay, con sus impresionantes columnas de basalto; y el archipiélago de Severnaya Zemlya, famoso por sus impresionantes fiordos y glaciares.

El barco también pasará un día navegando lo más al norte posible, en la dirección al hielo, en busca de focas, morsas y osos polares. Además, Silversea no solo destaca los atractivos naturales que se encontrarán en la expedición, también los entusiastas de la historia tendrán la oportunidad de visitar Murmansk, la última ciudad

fundada por el Imperio ruso. Por último, con pueblos costeros como los Uelen de Chukotka, poblados por los pueblos Chukchi y Yupik, se ofrecerá una inmersión en experiencias culturales inauditas.

El Silver Explorer

El íntimo Silver Explorer tiene capacidad para 144 huéspedes y su flota de 12 embarcaciones Zodiac brindará la oportunidad de explorar de cerca. El equipo de expedición de la naviera está conformado por especialistas calificados que brindarán sus conocimientos expertos y de actualidad. Durante el propio recorrido, estos expertos ofrecerán conferencias, organizarán talleres, dirigirán expediciones en Zodiac y guiarán excursiones en tierra, todo gratuito para los huéspedes.

A bordo del buque, los cruceristas disfrutarán de suites con vista



El Silver Explorer es el buque que realiza este crucero.

al mar, una cocina suntuosa y el servicio personalizado de un mayordomo. La naviera también cuenta con vinos y licores premium gratuitos, cafés especiales, agua embotellada, jugos y conexión wifi.

"Estamos particularmente emocionados de anunciar nuestro cruce inaugural del paso noreste", re-

sume el vicepresidente de desarrollo estratégico de Silversea, Conrad Combrink. "Continuando con nuestro legado, este épico pasaje ártico llevará a los visitantes a descubrir paisajes extraordinarios, culturas únicas y especies de animales desconocidas", asegura Combrink.

✉ www.silversea.com

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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

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



Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid
☎ 91 521 53 15 - 521 46 92
aconfisa@aconfisa.es
www.aconfisa.es

COMETEXO

GRUPO
Nexo

COMETEXO

EDICIÓN ESPECIAL
NÚMERO 230 / XX AÑO

PERIÓDICO PARA LA ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y VIAJES DE INCENTIVO

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

*20 años de actualidad
del MICE en España,
que es la Historia
de los Congresos,
Convenciones e
Incentivos, con-
tada trimestre a
trimestre y en
lenguaje pe-
riodístico.*

**1.150 noticias
330 opiniones
600 imágenes
más de 20 años
en 140 páginas**

20
AÑOS

del MICE
en España



PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

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 la 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.agencias.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

HOTELERÍA

Caen más de un 2% las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros españoles en julio

Los establecimientos han facturado 101 euros de media por habitación ocupada, lo que supone un 3% más

En julio las pernoctaciones en los hoteles en España han superado en julio los 42,6 millones, un 2,2% menos que en 2017. Las pernoctaciones de

viajeros residentes en España caen un 1,1% y las de los no residentes un 2,7%. La estancia media baja un 0,3% respecto a julio de 2017,

situándose en 3,7 pernoctaciones por viajero. En el acumulado, las pernoctaciones han disminuido un 0,7% respecto al mismo periodo de 2017.

Andalucía, Comunidad Valenciana, Cataluña y Canarias han sido los destinos principales de los viajeros residentes en España en julio, con tasas anuales de variación del 4,9%, -0,6%, -7,2% y 1%, respectivamente. El principal destino elegido por los viajeros no residentes ha sido Islas Baleares, con un 35% del total de pernoctaciones, un 1,1% más respecto a julio de 2017.

En julio se ha cubierto el 71,1% de las plazas ofertadas, con un descenso anual del 2,4%. El grado de ocupación por plazas en fin de semana ha bajado un 0,9%, situándose en el 75,9%. Islas Baleares ha presentado el mayor grado de ocupación por plazas durante julio (90,6%) y

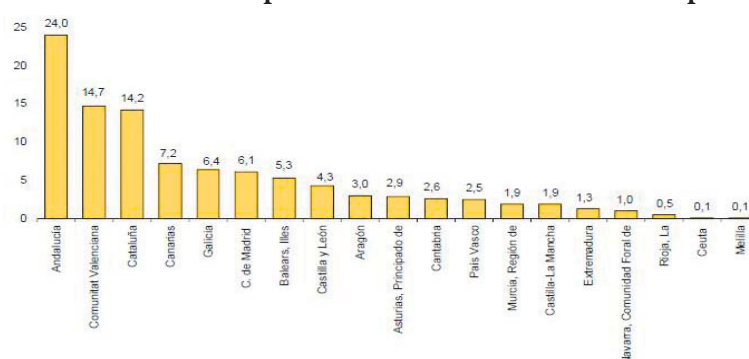
Palma-Calvià la mayor ocupación en fin de semana (90,9%).

Índice de precios

Aquellos procedentes de Reino Unido y Alemania han concentrado el 24,9% y el 19,9%, respectivamente, del total de pernoctaciones de no residentes en establecimientos hoteleros en julio. El mercado británico baja un 2,5% y el alemán un 11,4%. Las pernoctaciones de los viajeros procedentes de Francia, Países Bajos e Italia (los siguientes mercados emisores) han registrado unas tasas anuales del 2,9%, -8,7% y -3%, respectivamente.

La tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH) se ha situado en el 1,2% en julio, lo que supone 0,5 puntos menos que la del mes pasado y 5,9 puntos por debajo de la registrada hace un año. Islas Balea-

Distribución de las pernoctaciones de residentes en España



Fuente: INE.

© NEXOTUR

res, Cataluña, Andalucía y Canarias han sido las comunidades con mayor ponderación en el IPH en julio (suponen el 76,6% del peso total). Los precios hoteleros han subido en tasa anual un 3,6% en Islas Baleares y un 0,2% en Andalucía. Por

el contrario, han bajado un 0,1% en Canarias y un 2% en Cataluña. La facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada (ADR) ha sido de 101 euros en julio, lo que supone un aumento del 3,1% respecto al mismo mes de 2017.

Las pernoctaciones extrahoteleras se acercan a los 20 millones durante julio

Los principales mercados emisores son el británico, el alemán y el francés

Las pernoctaciones en alojamientos turísticos extrahoteleros (apartamentos, *campings*, alojamientos de Turismo rural y albergues) superan los 19,9 millones en julio, un 4% menos que en el mismo mes de 2017. Las pernoctaciones de residentes bajan un 2,6% y las de no residentes un 5,1%. La estancia media es de 5,3 pernoctaciones por viajero. Durante los siete primeros meses de 2018 las pernoctaciones descienden un 3,2% respecto al mismo periodo del año anterior.

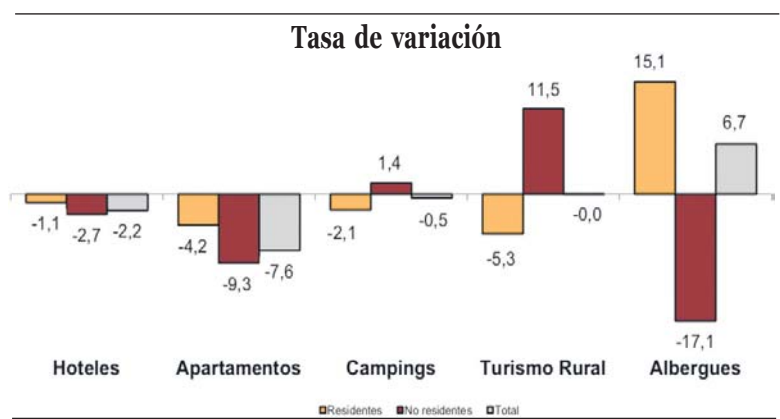
Las pernoctaciones en apartamentos turísticos descienden un 7,6% en julio. Las de residentes bajan un 4,2% y las de no residentes un 9,3%. La estancia media se reduce un 3,8% respecto a julio de 2017, situándose en 6,2 pernoctaciones por viajero. En julio se ocupan el 48,9% de las plazas ofertadas por los apartamentos turísticos, un 8,5% menos que en el mismo mes de 2017. Las pernoctaciones de no residentes en apartamentos turísticos representan el 66,2% del total. Reino Unido es el principal mercado emisor, con 2,2 millones de pernoctaciones, un 13,8% menos que en julio de 2017.

El siguiente mercado emisor es Alemania, con 870.540 pernoctaciones, un 5,3% menos. Canarias es el destino preferido en apartamentos, con más de 2,7 millones de pernoctaciones, y un descenso del 10% respecto a julio de 2017.

Turismo rural

Las pernoctaciones en *campings* registran en julio un descenso del 0,5% respecto al mismo mes del año anterior. Las de residentes bajan un 2,1%, mientras que las de no residentes suben un 1,4%. Durante julio se ocupan el 47,9% de las parcelas ofertadas. El 46,1% de las pernoctaciones en *campings* las realizan viajeros no residentes, de los cuales Países Bajos es el principal mercado emisor, con el 30,8% de las pernoctaciones. Cataluña es el destino preferido en *campings*, con cuatro millones de pernoctaciones, lo que supone un descenso del 1,4% en tasa anual.

Las pernoctaciones en alojamientos de Turismo rural permanecen invariables respecto a julio de 2017. Las pernoctaciones de residentes presentan un descenso



Fuente: INE.

© NEXOTUR

anual del 5,3%, mientras que las de no residentes suben un 11,5%. En los alojamientos de Turismo rural se ocupan el 28,7% de las plazas, un 3,2% menos que en julio de 2017. Por Comunidades, Andalucía es el destino preferido, con 189.651 pernoctaciones, un 12,5% más que en julio de 2017. Por último, las pernoctaciones en albergues registran en julio un aumento anual del 6,7%. Las de residentes suben un 15,1%, mientras que las de no residentes bajan un 17,1%. Se ocupan el 54,3% de las plazas, un 6,9% más

que en julio de 2017. Cataluña es el destino preferido, con 133.115 pernoctaciones, un 8,1% menos que en julio de 2017.

El Índice de Precios de Apartamentos Turísticos (IPAP) aumenta un 2,7% respecto a julio de 2017. El Índice de Precios de Campings (IPAC) se incrementa un 2,6% en tasa anual. El Índice de Precios de Alojamientos de Turismo Rural (IPTR) registra un aumento del 2% en julio. La tarifa normal, que supone el 56,3% del peso total, sube un 2% en tasa anual.

■ PRODUCTO

Room Mate abre un nuevo establecimiento hotelero en Rotterdam

Room Mate Hotels continúa apostando por el mercado internacional con una nueva apertura en el corazón de Róterdam. Room Mate Bruno contribuye así a los planes de expansión de la cadena, siendo éste el primer hotel de diseño situado en la modernista ciudad de Rotterdam y el segundo en Holanda. Está situado en un antiguo almacén de especias del siglo XIX de la zona portuaria de Rotterdam, da vida a uno de los pocos edificios históricos que quedan en el conocido como Manhattan Holandés del distrito Kop Van Zuid. Una de las zonas con más actividad cultural de la ciudad y uno de los principales centros arquitectónicos de Europa.

Meliá Hotels International se une a #PorElClima para frenar el calentamiento

Meliá Hotels International se ha adherido a #PorElClima para reiterar su compromiso en la lucha contra el cambio climático. Esta plataforma es una iniciativa pionera en España que aglutina personas, empresas, organizaciones y administraciones públicas unidas con el objetivo de impulsar acciones concretas para que España cumpla con el compromiso de reducción de emisiones que recoge el Acuerdo de París. Meliá ha asumido un rol protagonista en la lucha contra el cambio climático dentro del Sector Turístico español, siendo la primera hotelera inscrita en el Registro de Huella de Carbono, Compensación y Proyectos de Absorción de CO₂.

El Balneario de Panticosa supera su previsión en la campaña estival

El Balneario de Panticosa (Pirineo de Huesca), ha alcanzado las 12.529 habitaciones ocupadas durante el verano y un aumento del 9,6% más que durante el mismo periodo (junio, julio y agosto) de 2017. Asimismo, la ocupación ha crecido un 5,5% en clientes y ha tenido una facturación idéntica a la de 2017. En agosto cabe destacar la elevada ocupación con un aumento en las ventas de habitaciones de un 4% respecto al ejercicio anterior y un aumento del 6% en ocupación. El Balneario ha continuado esforzándose para ofrecer el mejor servicio posible a sus clientes. El complejo cerrará el 4 de noviembre hasta el 30 de noviembre, coincidiendo con el inicio de la temporada de esquí.

La facturación hotelera en Barcelona desciende un 14% durante los meses de julio y agosto

El Gremi d'Hotels reclama que las instituciones trabajen para relanzar la marca Barcelona

El presidente del Gremi d'Hotels de Barcelona, Jordi Clos, ha presentado los datos de ocupación de los hoteles de Barcelona del verano. En julio la

ocupación fue del 91%, un 0,7% menos respecto a 2017. El precio medio de las habitaciones fue de 150 euros (-7%). Y la facturación cayó un

7,31%. En agosto, la ocupación se situó en el 88% (-1%). El precio medio de 135 euros (-19%) y la facturación sufrió un descenso del 20%.

Durante los meses de julio y agosto, la media de pérdida de facturación fue del 14%, viéndose especialmente afectadas las categorías de lujo, con una caída que se situó en el 18,5%. En el acumulado del año, de enero a agosto, la ocupación se sitúa en un 81,5%, lo que representa un 2,5% menos que el año 2017. Y el precio medio es de 134,47 euros, un 7,3% menos que el mismo período del año pasado, con una disminución de la facturación del 9,6%.

El presidente del Gremi d'Hotels de Barcelona ha señalado que Barcelona "está perdiendo su reputación turística basándose en tres indicadores importantes: los artículos en medios internacionales que se hacen eco de los conflictos relacionados con la actividad turística; las advertencias de países como Estados Unidos, Reino Unido, Alemania y Canadá sobre los riesgos de viajar a Barcelona durante los próximos meses y la pérdida de posiciones de la capital catalana entre las ciudades mejor valoradas del mundo", tal como queda reflejado en el informe anual de City Recibe Trak, donde Barcelona ha pasado del octavo lugar al decimoquinto.

Jordi Clos ha explicado que esta pérdida de reputación es fruto de la

suma de diferentes factores. "Por un lado, en el marco de la actuación municipal se concretan en el posicionamiento negativo del consistorio hacia la actividad turística de la ciudad; en el incremento de la inseguridad; en la proliferación de las actividades ilegales; en el aumento de las actitudes incívicas en las calles y en la falta de limpieza en diferentes espacios públicos", explica. Aparte de estos elementos, Clos ha apuntado otros factores que también han contribuido a la pérdida de reputación de la capital catalana, como "la inestabilidad política, las huelgas del aeropuerto de este verano y los atentados de hace un año".

Oferta de alta calidad

Además, Jordi ha repasado los incidentes más destacados que han tenido lugar este verano en Barcelona. Episodios como la agresión de un vendedor del top manta a un turista estadounidense, el aumento de los robos de relojes de lujo a las puertas de los hoteles, el incremento de las bandas de ladrones organizadas y la proliferación de comportamientos incívicos han contribuido a dar una imagen negativa de Barcelo-



La entidad lamenta los episodios incívicos de este verano.

na a los ojos de la opinión pública internacional. Clos también ha lamentado la situación insostenible, producto del incivismo que se ha vivido este verano en diversos barrios de la ciudad, especialmente en la Barceloneta.

Ante este escenario, el Gremi d'Hotels de Barcelona ha hecho un llamamiento al Ayuntamiento de Barcelona y al resto de instituciones para relanzar la marca Barcelona. Jordi Clos ha explicado que "no hay que inventar nada, lo único que hay que hacer es gestionar bien la ciudad con una estrategia y un proyecto claro y ambicioso,

imponiendo un cambio de criterio respecto a los sectores turísticos y de ocio, para ayudarles a desarrollar su actividad".

También ha añadido que "la ciudad ha de generar una oferta de alta calidad, intentando no aumentar la oferta turística de nivel bajo, que conlleva el crecimiento de Turismo que no nos interesa". El presidente del Gremi d'Hotels de Barcelona insta a que el 100% del impuesto turístico se destine a la promoción de la ciudad de Barcelona, ya que "esto no significa sólo ir a buscar gente sino también utilizar los recursos para tener ordenada la ciudad".

Turismo firmará el convenio para el modelo ITH de Sostenibilidad

El convenio corresponde a la tercera fase del proyecto de sostenibilidad de ITH

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, abrirá la primera edición del ITH Innovation Summit, que se celebrará el 9 y 10 de octubre en el Hotel NH Collection Eurobuilding (Madrid). Tras la apertura del evento, procederá a la firma del convenio.



Isabel Oliver

El convenio corresponde a la tercera fase del proyecto que contempla el desarrollo del Modelo ITH de Sostenibilidad Turística y la plataforma tecnológica iSave Hotel, que supone un reconocimiento a la labor de ITH como entidad comprometida con el desarrollo competitivo, sostenible y eficiente de la industria hotelera y turística española.

Las actualizaciones que se llevarán a cabo en esta tercera fase del proyecto implican la actualización de la herramienta iSaveHotel, donde se desarrollará un módulo específico para balnearios que se unirá a las dos tipologías ya existentes, hoteles y campings. Igualmente, se incluirá un módulo de energía donde se pueden ofrecer precios eléctricos

y de gas natural para poder comparar con otros del mercado, así como la integración de un módulo de compras que permitirá dinamizar el Sector en productos tales como calderas, bombas, etcétera.

También contendrá una serie de ratios e indicadores que pueden aportar información relevante ya que, en este caso, la comparación entre establecimientos "es importante". Se ampliará el módulo de accesibilidad desarrollado en la segunda fase, incluyendo servicios y nuevas tecnologías disponibles y mayor concreción con las soluciones propuestas. Adicionalmente, se llevará a cabo una selección de al menos cuatro establecimientos para realizar auditorías energéticas para comprobar la eficacia del modelo. Y, por último, un informe de caracterización de hoteles segmentándolos para agrupar perfiles similares y poder realizar comparaciones y recoger información sobre la situación actual.

Los alojamientos turísticos interesados en conocer el estado de

sostenibilidad y eficiencia energética de sus instalaciones pueden acceder en la web de iSave, donde además dispondrán de un servicio de asesoría técnica gratuita y podrán observar la incorporación de los nuevos módulos.

Diversos foros

Este nuevo espacio dará a conocer las últimas novedades sobre innovación y tecnología aplicadas al Sector, en cuatro foros: el día 9 de octubre de 09.30h a 13.30h 'The Data Game', y de 16.00h a 19.00h 'Cybersecurity', el día 10 de octubre de 09.30h a 13.30h 'Smart Control' y de 16.00 a 19.00h 'Asset Management', cuenta con el sponsor de empresas tales como Siemens, HP, Altran, Engie, Zennio, Eisisoft, Ideas, Aire Networks, Cerium, Hotelkit, Groupe GM, Earpro, Praty Tech, y con la colaboración de CEHAT, la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM), la Federación Española de Empresarios de Camping (FEEC) y Ostelea.

Madrid Hotel Week 2018, centrada en la mujer

Calienta motores la segunda edición de Madrid Hotel Week que celebra AEHM con más entidades colaboradoras. En concreto, el número de colaboradores han pasado de nueve a 14 entidades, entre los que se encuentran El Corte Inglés, Esade, Patrimonio Nacional, el Museo del Prado o el Museo Thyssen-Bornemisza.

En cuanto a las actividades, ha señalado De Miguel, "con un 85% de acciones cerradas a día de hoy contamos ya con más de 76, mientras que el año pasado organizamos un total de 67 actividades". En este sentido, la mujer y la gastronomía son el foco de esta semana que se celebra entre los días 5 y 11 de noviembre. Como novedad, en esta edición se celebrará, junto al IE Business School, una iniciativa para profesionales vinculada a la mujer y su liderazgo ya que la figura femenina y su papel "es de especial relevancia en el Sector Hotelero", ha destacado la secretaria de la Asociación.

PRODUCTO

Best Hotels inaugura el Best Costa Ballena en Chipiona en Cádiz

Best Hotels, que actualmente gestiona 33 hoteles entre España y Andorra, ha abierto las puertas de su nuevo establecimiento en Chipiona (Cádiz), el Best Costa Ballena. Un hotel de nueva construcción ubicado en primera línea de playa, en la urbanización Costa Ballena, con una superficie de tres hectáreas y 600 habitaciones. De esta manera, Best Hotels estrena destino en la Costa de la Luz. "Dentro de nuestros planes de expansión y crecimiento, nos hemos decidido por Costa Ballena dado su reconocido prestigio a nivel internacional como uno de los principales complejos de turismo y ocio del Mediterráneo, así como por la excelencia de su entorno natural", afirma el consejero delegado de Best Hotels, Ramón Vernet.

Alantra completa la adquisición del hotel Islantilla Golf Resort

Islantilla Golf Resort, creado en 1992, cuenta con un hotel de cuatro estrellas con 204 habitaciones, spa con baños termales, gimnasio, piscina exterior y cubierta, un campo de golf de 27 hoyos, el club de playa Beach Club Islantilla, dos pistas de paddle, tres campos de fútbol de césped natural, servicios para eventos y rutas especiales de avistamiento de aves del sur de Andalucía. También cuenta con una escuela de actividades náuticas como windsurf, kitesurf, surf, catamaranes, vela, etcétera. Además, destaca la oferta culinaria del resort, con cinco restaurantes: restaurante buffet Las Carabelas, Bar Colón, Grill Restaurant La Ola, Beach Club Restaurant y un restaurante italiano en la casa club de golf.

Castilla Termal Hoteles obtiene Certificado de Excelencia TripAdvisor

Castilla Termal Hoteles es sinónimo de calidad y buen servicio al cliente. Así lo han valorado la mayor parte de los huéspedes que han disfrutado de la experiencia en alguno de sus cuatro hoteles y han dejado constancia a través de sus opiniones en el portal TripAdvisor. La web vuelve a conceder este año los Certificados de Excelencia a todos sus establecimientos reforzando así su reputación de marca, además de mantenerles también el sello de Ecolíderes que reconoce a aquellos alojamientos que hayan implantado prácticas sostenibles en su actividad diaria. Estos certificados ponen de manifiesto la calidad del establecimiento y del servicio que se ven reflejados en las opiniones positivas que sus clientes dejan en TripAdvisor.

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	94-422215-902-101404 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
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ºB MADRID	91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipas, 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

NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	91-5612373 Fax 91-5614242
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	945-245500/902-877778 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 Via, 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 Fax 902 354355 Fax 91-3297515
TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ Trespademe 29, 4º MADRID	91-5419210 902-234355 Fax 91-5416174
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	91-5419210 902-234355 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Enpta. Izq. MADRID	91-5401840 Fax 91-5401841

VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17
----------------------------------	---

Compañías

Aéreas

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

Compañías

Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	902-160180 Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	93-4875685 Fax 93-4874770
CROISIEUROPE C/General Orea, 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.visioncruceos.com	91-7896400 Fax 91-3107215

Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	91-6307315 Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS Diputación, 238 sobreático 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 HOTELS 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 902444 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 4ºC MADRID	91-5475921 Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID	902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

AMADEUS Salvador de Madariaga, 1 MADRID	91-5858681-5858682/3 Fax 91-5858680
WORLDSPAN 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 Turism Shanghai
Normal University China
GARANTIZO RESULTADOS

GRATIS 1ª hora

fetisalain@gmail.com
skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71

91 369 41 00
91 369 18 39

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

NEXOTUR

Nueva 'website' de Husa diseñada para la gestión desde los móviles

Husa presenta una nueva *web* oficial muy distinta a la anterior, ya que su funcionalidad se adapta a la gestión de reservas desde terminales móviles, pero es poco apropiada para pantallas grandes, y sigue sin estar disponible para las agencias.



www.husa.es

La nueva versión de la página *web* que presenta Husa Hoteles, cadena hotelera que dispone de ocho hoteles en España y dos en Bruselas, parece que está diseñada básicamente para la gestión de reservas desde terminales móviles. Ya no incluye información sobre la empresa ni el área de clientes, mientras mantiene la información de los hoteles y presenta una nueva gestión de reservas —no disponible para las agencias—, todo en un nuevo formato no muy cómodo para pantallas de PC. En cuanto a idiomas, se ofrece en castellano e inglés, pero ya no en francés, alemán y portugués.

INFORMACIÓN

Se accede, por hotel o por ciudad, a la descripción de los hoteles, en varias pantallas, con una información limitada, pero de gran tamaño, sobre sus habitaciones, servicios, gastronomía y salones para eventos, pero ya no informa sobre grupos ni sobre otros servicios para eventos.

SERVICIOS

Ofrece un fácil sistema de reservas de habitaciones y suplementos —no válido para las agencias—, con una presentación adaptada a los terminales móviles, pero que parece poco adecuada para pantallas grandes. Ya no permite el acceso posterior a la reserva.

EVENTOS

Sistema enfocado casi únicamente a la reserva desde terminales móviles. En esta versión se ha eliminado la información sobre la empresa y el área privada para clientes. Sólo mantiene las direcciones de correo de sus departamentos y un teléfono y un formulario de contacto.

▲ Lo Mejor / Gestión de Móviles

Diseñado para ofrecer un sistema rápido de reserva de estancias y algunos suplementos desde terminales móviles.

▼ Lo Peor / Gestión desde PC

Presenta pantallas tan grandes que resultan incómodas y ha eliminado parte de la funcionalidad anterior.

HUSA / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

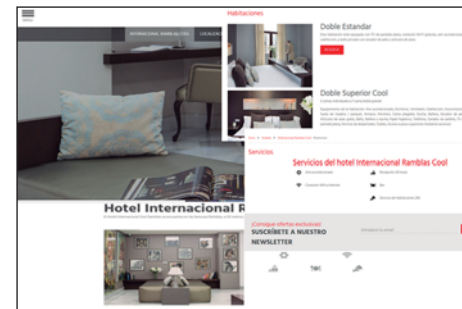
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva versión de la página que presenta Husa Hoteles sigue siendo de poco interés para los profesionales de Turismo, ya que, con una funcionalidad limitada respecto a la versión anterior, sigue sin contemplar la gestión de reservas desde las agencias de viajes.

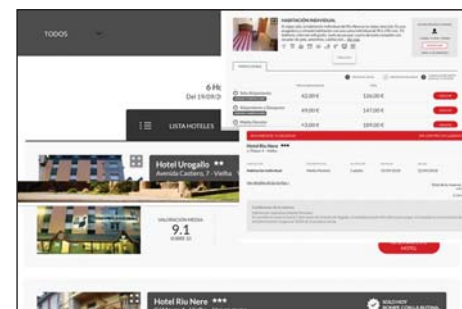
6,5



Entrada / Diseñado para terminales móviles, presenta únicamente sus hoteles, sus destinos y la gestión de reservas.



Servicios / Accediendo por hoteles o por destinos, presenta su descripción en varias pantallas de un tamaño excesivo.



Reserva / Ofrece un sistema de reservas de estancias y servicios de diseño desmesurado, y no disponible para agencias.

Interhome presenta en Internet una versión 'responsive' de su página

La nueva versión de la *web* de Interhome, con nuevo diseño y estructura compatibles para terminales móviles pero muy semejante a los de la anteriormente analizada, mantiene la información de sus alojamientos y la reserva (no válida para las agencias).



www.interhome.es

La nueva versión *responsive* de la página de Interhome sigue ofreciendo, únicamente al usuario final, pero ahora desde cualquier tipo de terminal, la información de un amplio conjunto de alojamientos de vacaciones en gran parte de Europa, Estados Unidos y Australia, y su sencillo sistema de reservas para el usuario final. Para posibilitar la reserva a las agencias ofrece un completo programa de afiliados. Como en la versión anterior, dispone de páginas para varios países y carga automáticamente la del país de acceso, que ofrece únicamente el idioma local.

INFORMACIÓN

Accedido desde el buscador o desde sus recomendaciones en la primera pantalla, presenta una relación de alojamientos con sus datos básicos y precio, y seleccionando uno presenta su descripción, características, fotos, disponibilidad, precios y ubicación.

RESERVA

Mantiene en el nuevo formato un sistema de reservas muy sencillo que informa de las fechas y los días de estancia disponibles. Sigue sin permitir la modificación o anulación *online* de las reservas ni la gestión desde las agencias y mantiene el programa de afiliación para otras *web*.

GENERAL

También mantiene la información sobre Interhome, sus noticias y ofertas, y dedica una amplia zona a los propietarios de alojamientos, con un formulario de alta, así como la lista de casas seleccionadas, pero sigue sin gestión de coches y de hoteles en ruta de otras versiones.

▲ Lo Mejor / Utilidad

Sigue siendo una página de utilidad para el cliente final, ahora también desde los terminales móviles.

▼ Lo Peor / Gestión Idiomas

Aunque dispone de versiones para múltiples países, sólo ofrece al usuario el idioma del país de conexión e inglés.

INTERHOME / Centrales

Ponderación de los Valores

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

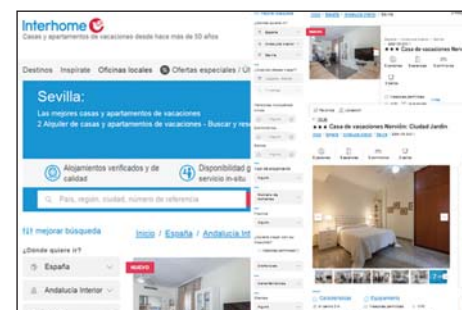
EVALUACION NEXOTUR.COM

Interhome ofrece una página muy completa, que permite la consulta y la reserva de casas de vacaciones en gran parte del mundo y desde cualquier tipo de terminal, pero no incluye la gestión de reservas desde las agencias de viajes, a las que sólo ofrece la posibilidad de afiliarse.

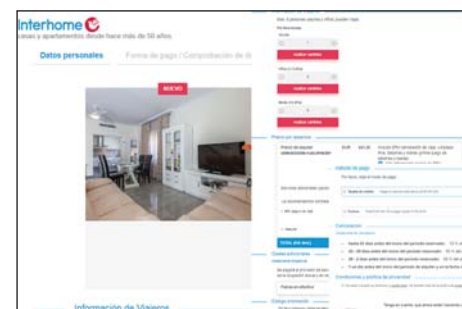
7,6



Entrada / En el nuevo diseño ofrece la búsqueda de alojamientos, el acceso al resto de su información, a afiliados y a propietarios.



Producto / Desde el buscador por país, ciudad u otros parámetros, se accede a una descripción adecuada del alojamiento.



Reserva / Mantiene un útil sistema de reservas, no válido para las agencias, aunque ofrece la posibilidad de afiliarse.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

La experiencia mínima, requisito imprescindible en muchas ofertas

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'.**

■ **Mapa Tours.** Madrid. El turoperador selecciona personal para su nuevo departamento de contratación, especializado en destinos de Europa. Imprescindible experiencia. Inglés nivel medio/alto hablado y escrito. Se valorarán conocimientos del sistema de gestión Dometour y Amadeus.

■ **Proyecto Europa Servicios Turísticos.** Madrid. Esta asesoría de viajes busca un candidato que reúna estos requisitos: conocimientos contables-administrativos e inglés hablado y escrito fluido.

■ **Viajes Redondo.** Madrid. Agencia de Viajes familiar especializada en Turismo cultural y con producto propio en viajes culturales y de experiencias con 30 años en el mercado, selecciona una persona para su oficina de Madrid. Requisitos: Buena presencia, facilidad en la atención telefónica al cliente, resolutive, buena disposición para con los clientes, que sepa hacer presupuestos, elaboración 'paquetes' de viajes, destinos largos distancias, itinerarios, reservas, adaptación a la empresa, con buena pre-

disposición al aprendizaje y al trabajo. Conocimientos de Amadeus, Office y buen nivel de Inglés, dispuesto a viajar y acompañar grupos. Experiencia mínima de dos a cuatro años. Se valora: experiencia en acompañar grupos y conocimiento de destinos y producto de Asia y América. Ofrecemos: jornada completa de lunes a viernes. 9:30-13:30 y 16:30-19:30 hrs.

■ **Diwo Travel S.L.** Madrid. Esta empresa tecnológica necesita un administrativo con experiencia contrastada en Turismo. El trabajador seleccionado deberá trabajar en el control de tesorería y préstamo, facturación, contacto con gestoría y asesoría legal, gestión de personal, control de reservas, control de proveedores y clientes e informes mensuales.

■ **Viajes Globus, S.A.** Valencia. Esta agencia, con más de 40 años en el Sector, busca a un agente de viajes con experiencia, para el mostrador de la empresa. Se ofrece jornada completa y salario fijo más variable. Además, es imprescindible al menos cinco años de experiencia y un buen nivel de inglés.

■ **Platinum Travel Tour Operator.** Madrid. Esta agencia de viajes busca a un profesional con experiencia demostrable de, al menos, tres años para su departa-

mento de Reservas en Europa y Medio Oriente. De igual manera, la empresa valorará positivamente el conocimiento de inglés, informáticos y formación superior relacionada con el Sector.

■ **Quest Corporate Travel.** Málaga. Esta agencia especializada en los viajes corporativos precisa incorporar un agente con experiencia de mínimo de dos años en este segmento. Pide, además, un conocimiento demostrable mínimo de dos o tres años y valorará conocimientos de Sabre, del entorno Windows (Excel, Word o PPT) y de inglés nivel conversación. Por su parte, esta agencia ofrece una retribución variable en función de la consecución de objetivos, así como un salario bruto anual.

■ **Vueltis.** Madrid. Esta agencia de viajes necesita una persona con experiencia en confección de 'paquetes' de viajes con destinos de larga distancia, con especial interés por Estados Unidos, Tailandia, Perú. La empresa ofrece la posibilidad de trabajar desde casa.

■ **Viajes Dos S.L.** Madrid. Esta mayorista necesita incorporar en su oficina de la Calle Montesa 38 en Madrid a un agente de viajes con dominio de Amadeus, y con experiencia y soltura en venta de producto vacacional. Se requieren que el

candidato tenga condiciones favorables para trabajar en equipo y atención al público y se valorará igualmente el conocimiento de idiomas, el uso de Ofivaje y/o Oficontra y los informes positivos de trabajos anteriores. La agencia ofrece jornada completa de lunes a viernes, de 9:30 a 14:00 horas y de 17:00 a 20:00 horas.

■ **Iplussinnova S. A.** Madrid. Esta empresa tecnológica para agencias de viajes *online* precisa incorporar a un comercial con experiencia de mínimo cinco años en el sector de viajes corporativos. Entre los conocimientos requeridos está saber detectar oportunidades de negocios, ser capaz de escuchar y detectar las necesidades de los clientes, o fuertes habilidades profesionales en presentaciones comerciales en todos los ámbitos. Los candidatos necesitarán asimismo vehículo propio y manejo avanzado del entorno Windows (Excel, Word o PPT). Además del salario, la empresa ofrece una retribución variable en función de los objetivos.

■ **Travelface.** Barcelona. Esta agencia de viajes con sede en Barcelona requiere de un profesional especializado en Turismo profesional y de congresos. La empresa exige que sus trabajadores cuenten con conocimiento de inglés nivel conversación y dominio de Amadeus.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles en 20 países

↑ Barceló presenta una nueva versión *responsive* de su página en la que, con un diseño muy diferente, ofrece una completa **información** de sus hoteles y una completa gestión de reservas de estancias, vuelos y traslados para clientes, agencias y empresas.

↑ Por su amplia cobertura y correcto diseño es un **web de utilidad**.

↑ Ofrece un área para la **reserva** desde las agencias de viajes.



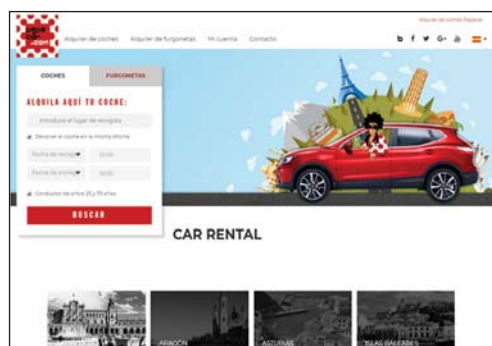
<http://www.barcelo.com>

Mejores ofertas

↑ Pepecar presenta una nueva versión de su página en Internet en la que, con pocos cambios en la **información** y su gestión, se modifica el diseño de pantallas, ahora con algunas diferencias entre coches y furgonetas, que se presentan en áreas diferentes.

↑ Por su amplia oferta en todo el mundo es una **web de utilidad**.

↑ Contempla la **reserva** desde usuarios, empresas y agencias.



<http://www.pepecar.com>

Buses en Almería

⇒ La página **web** de Autocares Rodríguez ofrece, con un diseño de pantallas adecuado, una **información** muy limitada sobre la empresa, sus servicios y su flota, sin ningún tipo de gestión de reservas, para lo que ofrece únicamente un formulario de consulta.

↓ Por su bajo nivel de información resulta de poca **utilidad**.

↓ Para **reservar** sólo ofrece un formulario.



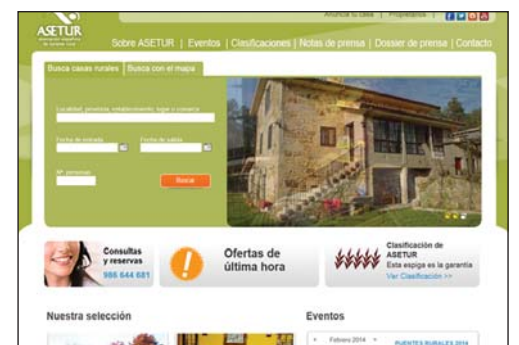
<http://www.autocaresrodriguez.info>

Alojamientos rurales

↑ Asetur ha modificado todo el diseño y la estructura de su **web**, manteniendo la **información** de los alojamientos de Turismo Rural en España, y su clasificación por espigas, aunque ya sólo ofrece un formulario y un teléfono para la gestión de reservas.

⇒ Sería de más **utilidad** si gestionara reservas *online*.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece un formulario.



<http://www.ecoturismorural.com>

Turismo en Uruguay

↑ La **web** oficial de Turismo en Uruguay ofrece, con un adecuado diseño *responsive*, una completa **información** sobre el país, sus sitios de interés y las cosas que recomienda hacer, incluyendo los hoteles que ofrece en los sitios destacados.

↑ Resulta de utilidad por su alto nivel de información.

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



<http://turismo.gov.uy>

Eventos en Puerto de la Cruz

↑ El Centro de Congresos de Puerto de la Cruz presenta una nueva versión de su página que, potenciando su presencia en las redes sociales, mantiene un limitado nivel de **información** de sus servicios y sigue sin ofrecer una agenda de eventos.

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

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



<http://www.congresostenerife.com>

LEGISLACIÓN

Reglamento

Generalitat Valenciana

✓ El Diario Oficial de la Generalitat Valenciana publicó el pasado 2 de agosto el nuevo Reglamento de Agencias de Viaje, cuya entrada en vigor se produjo 20 días después, es decir, el 23 de agosto. El cambio normativo afecta al aproximadamente un millar de puntos de venta que operan en la Comunidad, la cuarta con mayor parque de empresas solo por detrás de Madrid, Cataluña y Andalucía. El cambio más importante consiste en que el importe a garantizar, siempre y cuando se opte por la garantía individual (también existen garantías colectivas o por viaje combinado), será el correspondiente a un 5% del volumen de negocios derivado de los ingresos por venta de viajes combinados, con un mínimo de 100.000 euros. Hasta ahora, en la práctica totalidad de las Comunidades se requería avales por importe de 60.000 euros a las minoristas, 120.000 a las mayoristas y 180.000 a las minoristas-mayoristas.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

CURSO

Máster para el transporte de viajeros

Dura 682 horas lectivas con sesiones presenciales y trabajos 'online'

La escuela de negocios Esesa y Fedintra organizan el Máster de Gestión de Empresas de Transporte de Viajeros de Andalucía. Como subraya el presidente de Fedintra, Antonio Vázquez este curso único en Andalucía "va a complementar la formación del sector y ampliar nuestra capacidad competitiva".

El máster tiene como objetivo conocer y entender los fundamentos y el desarrollo de la estrategia empresarial aplicada al sector de transporte de viajeros por carretera y diseñar su plan estratégico. Planificar la organización y la logística de forma eficiente. Conocer las herramientas de marketing más adecuadas y planificar las estrategias comerciales, así como impulsar nuevos modelos de negocio, el uso de las nuevas tecnologías y el control de gastos y análisis de los resultados económicos.

El nuevo Máster del Transporte de Viajeros de Andalucía, tiene una duración de 682 horas lectivas distribuidas en sesiones presenciales, trabajo online y las destinadas a la elaboración del proyecto fin de máster. Dará comienzo este 21 de



septiembre y durará hasta el 7 de abril de 2019, en horarios de viernes tarde y sábados mañana.

Se utilizará el método del caso mediante el cual el alumno reconocerá situaciones y realidades de empresas y sobre las que se debatirá en clase. Este método al requerir la participación activa del alumno, tanto en su preparación previa como en su debate en clase, produce un aprendizaje experiencial. También se impartirán conferencias-coloquio y cada módulo se cerrará con una ponencia de invitados de alto nivel que contarán sus experiencias. Los módulos online, se habilitarán en distintos foros cuyo objetivo será completar la formación que se ha impartido.

LIBROS

Aplicación de ISO 45001

'Guía para la aplicación de ISO 45001:2018'. Editada AENOR

AENOR ha editado 'Guía para la aplicación de ISO 45001:2018' de la coordinadora Técnico de Seguridad Laboral en AENOR, Soledad Contreras, y la directora de Sistemas de Gestión en el Grupo PrevenControl, Sonia Cifuentes. Esta guía de 318 páginas reproduce la norma íntegramente, manteniendo la secuencia de sus apartados. Está pensada para ayudar a las organizaciones a implantar su propio sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo siguiendo las directrices de la Norma ISO 45001:2018.

Este libro técnico aporta ejemplos para facilitar la integración de los requisitos de ISO 45001:2018 con los sistemas ya implantados y con la estrategia de cada empresa, e incluye información para ayudar a las organizaciones a realizar la migración desde OHSAS 18001. Además, analiza la correspondencia entre ISO 45001:2018 y OHSAS 18001:2007.

CALENDARIO

Transformación digital

● Congreso TICTAC de Transformación Digital. Tenerife, 10 octubre. Turismo de Tenerife ha abierto ya el plazo de inscripciones para el Congreso TICTAC de Transformación Digital, que se celebrará en el Recinto Internacional de Ferias y Congresos de Santa Cruz de Tenerife el próximo 10 de octubre. El evento cuenta con la participación de varios de los principales agentes del Sector Turístico y tecnológico de ámbito nacional e internacional como TripAdvisor, Expedia, MMGY Global o Blockchain España. El congreso se articulará en bloques para abordar, desde diferentes ámbitos especializados relacionados con el Turismo, los procesos actuales y los nuevos desafíos del sector en este ámbito concreto. La participación en el congreso es gratuita y las inscripciones deben realizarse a través de la página web. También están ya activos los perfiles del congreso en redes sociales. Más información sobre este evento en la página www.tictactenerife.com.

El diario 'on-line' Nexotur.com líder absoluto en Prensa Sectorial de Calidad
El Digital Nexotur.com roza el cuarto de millón de páginas vistas, en los primeros meses de 2018

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 las publicaciones

turísticas del Grupo NEXO en la nueva Plataforma Digital de Información Turística, portal que ha alcanzado casi las 250.000 páginas vistas mensuales en los primeros dos meses de 2018, casi un 50%

más que hace un año, lo que demuestra el firme compromiso del Grupo NEXO por ofrecer una información sectorial de Calidad, como corroboran los datos oficiales facilitados por Google Analytics.

La Plataforma Digital de Información Turística del Grupo NEXO no para de crecer. Nexotur.com alcanzó en 2017 de media mensual más de 180.000 páginas vistas, un 19% más que en 2016. Esta cifra parece que se quedará corta en 2018 por el comienzo de año que ha tenido el Digital, alcanzando en sus primeros dos meses una media de 246.440 páginas vistas mensuales, lo que supone un 47,8% más que la media mensual del mismo periodo durante el año anterior.

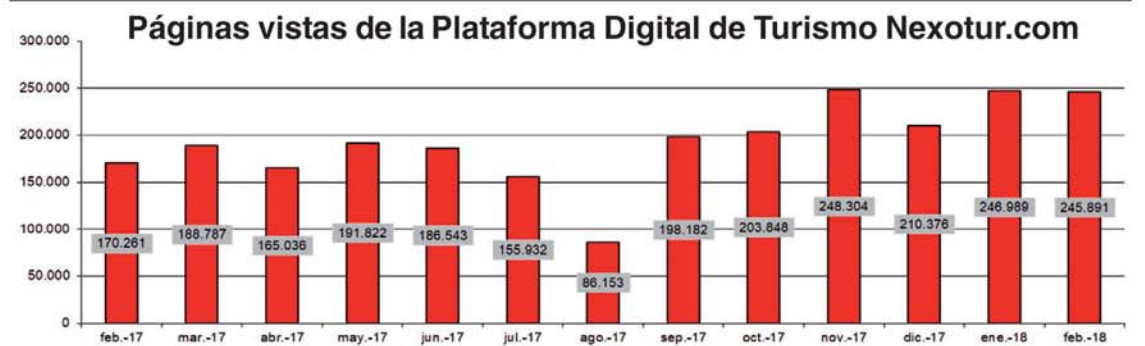
Los datos oficiales de Google Analytics constatan el gran crecimiento de los visitantes del Digital (un 27,2% más que hace un año), así como de las visitas (+37,8%) y páginas vistas (+47,8%), así como del tiempo medio de lectura (+5,8%).

"El tiempo medio que dedican nuestros usuarios a la lectura de la Plataforma Digital de Información Turística del Grupo

NEXO", asegura el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada, "es la mejor muestra del respaldo del Sector a nuestra constante apuesta por el rigor y la seriedad informativa".

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 sectoria-



Fuente: Google Analytics

© NEXOTUR

les y generalistas en la Red— así como del sinfín de comunicados publicitarios 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 (el volumen de tráfico), en favor de la calidad de su público lector (el tiempo medio de lectura).

NEXOTUR no confunde las noticias elaboradas por Redacción con "comentarios" anónimos

que en muchos casos no son otra cosa que desahogos de gente ociosa, cuando no ajustes de cuentas, o lo que es aún peor: el dudoso trabajo de pretendidos profesionales que, con la excusa de defender la reputación on-line de sus clientes, desacreditan y difaman (desde el anonimato) a empresas competidoras, en unas malas prácticas que el Grupo NEXO nunca amparará.

SUBEN

▲ Alejandro Pérez



TUI acaba de anunciar la incorporación de Alejandro Pérez como nuevo director financiero de TUI en España. Entre sus principales responsabilidades destacan la preparación de presupuestos y previsiones financieras.

▲ Higinia Navarro



Dinópolis, el parque de ocio dirigido por Higinia Navarro, ha recibido la distinción como 'Mejor Parque de Naturaleza del Año' de los PAS Awards. El galardón reconoce el valor que ha aportado Dinópolis y sus siete sedes al territorio turolense.

▲ Chris Crowley



HRS, ha contratado a Chris Crowley como vicepresidente de la compañía para las operaciones en la zona de Europa. Entre sus nuevas responsabilidades se encuentran supervisar las ventas y administrar cuentas en todo el continente para optimizar los gastos de los hoteles.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Fernando Fraile	3
Entrevista / Pablo García-Diego	4
Escaparate	6-19
AvasaNews	15-18
Gestión	20
Mostrador	21-23
Club	25
Hotelería	26-27
Booking	28
Evaluatnet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31



LA SEMANA

La recuperación de competidores se deja notar

La incipiente recuperación de países competidores como Turquía, Egipto y Túnez, así como la apreciación del euro, entre otros factores, se refleja en los resultados del destino España, que sufre en julio uno de los mayores retrocesos de la última década. Según el INE, registra en el citado mes un descenso de turistas internacionales del 4,9%, con aproximadamente diez millones. Su gasto también baja un 0,9%, hasta 11.747 millones. No obstante, el desembolso medio aumenta un 9,5%, situándose en 152 euros. En los siete primeros meses del año el país ha recibido cerca de 47,1 millones de viajeros, lo que supone un tímido avance interanual del 0,3%. Su gasto asciende a 50.691 millones de euros, un 3% más.



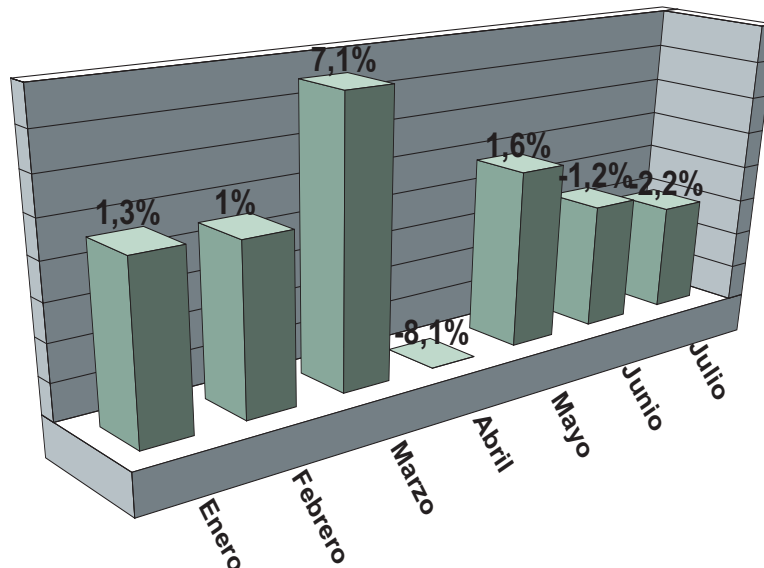
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

La ocupación hotelera baja en 2018

En los meses de junio y julio ha bajado la ocupación hotelera un 1,2% y un 2,2% en comparación a los mismos meses del año anterior. Esto, sumado a la gran caída sufrida en abril y los moderados aumentos del resto de meses, lleva a un crecimiento negativo en el dato acumulado, de un 0,7%. Estas malas cifras contrastan con un 2018 en el que el crecimiento de las estancias en establecimientos hoteleros fue mucho más constante.

Crecimiento hotelero en el 2018



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

© NEXOTUR

Volviendo al último mes del que el INE aporta datos, la facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada ha sido de 101 euros, lo que supone un aumento del 3,1% respecto al séptimo mes de 2017. Por su parte, el ingreso medio diario por habitación disponible, que

está condicionado por la ocupación registrada en los establecimientos hoteleros, ha alcanzado los 75 euros, con un incremento del 1,2%.

Por categorías, la facturación media es de 219 euros para los hoteles de cinco estrellas, de 108,9 euros para los de cuatro y de 88 para los

tres estrellas. Los ingresos por habitación disponibles para estas mismas categorías son de 159,6, 89,2 y 68,9 euros, respectivamente.

Diferentes preferencias

Los destinos de preferencia varían mucho entre los residentes y los extranjeros. Entre los primeros, Andalucía sigue acaparando la mayoría de pernoctaciones, casi una cuarta parte del total (24%). Le siguen otras dos Comunidades autónoma de la costa mediterránea, con un 14,7% y 14,2%, respectivamente, y muy por debajo le siguen las Islas Canarias, que no tienen su temporada alta en este mes, (7,2%) y Galicia (6,4%). Con ello, se puede concluir que los españoles siguen prefiriendo el Turismo de 'sol y playa', y la ocupación en la Comunidad de Madrid queda en sexto lugar, con el 6,1% de pernoctaciones.

Las Islas Baleares, que entre los residentes se sitúan como la séptima Comunidad de preferencia, es el primer destino para los extranjeros que se han alojado en algún establecimiento en el mes de julio, llegando al 35% de todas las pernoctaciones de los no residentes. Al igual que entre los españoles, los foráneos también han preferido alojarse en destinos de la costa, ya que al archipiélago balear le sigue Cataluña (con el 20,7% del total), Canarias (18,9%), Andalucía (11,2%), la Comunidad Valenciana (5,2%) y el País Vasco (1,1%). Para los extranjeros, Madrid también es la sexta entre sus preferencias (4,4%), quedando las restantes en solo un 3,5% del total de pernoctaciones.



Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana en tu email

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?