NEXO

NEXOTUR®

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

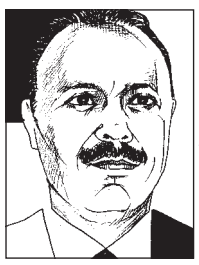
NÚMERO 1.080 / AÑO XXIV / SEMANA DEL 18 AL 24 DE MARZO DE 2019 / PRECIO: 2 EUROS

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO Nexo

REYES MAROTO

Preparados para el Brexit

PÁG. 12 / El Gobierno lanza la web 'Preparados para el Brexit'



VÍCTOR MONEO

Beneficios para el cliente

PÁG. 10 / Iberia defiende su alianza con British, Latam y American

FINA MUÑOZ

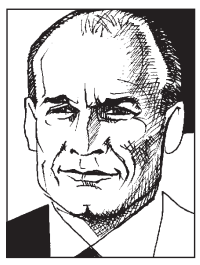
Una triple certificación

PÁG. 9 / IAG7 Viajes obtiene la certificación ISO 27001

CARLOS GARRIDO

Congreso abierto

PÁG. 10 / El futuro de las agencias, eje del Congreso de UNAV



MARK TANZER

Mayor seguridad

PÁG. 8 / Habrá margen para la aviación en caso de Brexit duro

El NewGen ISS de IATA llegará a cerca de 70 países durante 2019

IATA afirma que a finales de 2019 el nuevo sistema acaparará el 90% de las ventas BSP

El objetivo de IATA es que este año el nuevo NewGen ISS esté implementado en cerca de 70 países más, representando el 90% de las ventas en efectivo del BSP.

En 2018, el *lobby* aéreo afirma haber instaurado de forma "exitosa" este nuevo sistema, que rechaza abiertamente el Sector de agencias en un total de 40 países.

Alexandre de Juniac

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) continúa con el proceso de implementación del NewGen ISS. En 2018, se instauró con "éxito" en 40 países y la idea es que este año llegue a cerca de 70 más. El *lobby* aéreo calcula que al cierre de este año acaparará "el 90% de las ventas globales en efectivo del BSP". El proceso concluirá en 2020, cuando está prevista su adopción en los últimos 26 países, la mayoría poco representativos para la industria aérea. El 1 de mayo se implementará en España, junto a otros países como Portugal. En las dos grandes potencias de Europa, Alemania y Reino Unido, se acaba de poner en marcha, y en Francia e Italia lo hará en verano. ☞ ***Escaparate*** **en pág. 11**

Jon Arriaga preside Dit Gestión.

Dit Gestión se centra en España y Portugal

"Dit Gestión está centrado en España y Portugal, su expansión sería con socios en diversos países", destaca su presidente. **Pág. 4**

Crean Asociación de ejecutivas del Sector

Un grupo de empresarias y directivas del Sector se unen en ASEET para luchar por el empoderamiento de la mujer. **Pág. 12**

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 23

El Hotel Mayorazgo ha albergado el evento organizado por el Grupo NEXO.

El Transporte de Viajeros se reúne en Madrid en el evento NEXOBUS 200

El Grupo NEXO reunió en la noche del jueves 7 de marzo en la Gran Vía de Madrid a los Protagonistas del Transporte de Viajeros por Carretera en España, con motivo de la Cena de Gala de Presentación de la Edición Especial NEXOBUS nº 200. ☞ ***Escaparate*** **en pág. 6**

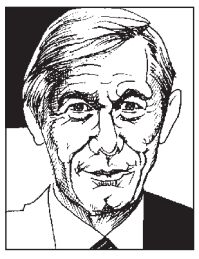
La mitad de los agentes no tienen estudios de Turismo

Martí Sarrate

En el Sector de agencias de viajes el 58,2% de los trabajadores cuenta con estudios universitarios, mientras que un nada desdeñable 52,8% no dispone de estudios reglados vinculados al Turismo, según el 'II Estudio Estratégico de las Agencias de Viajes Españolas', de Amadeus España y la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE). Un 37% posee estudios secundarios (bachillerato o formación profesional) y un 4,8% únicamente cuenta con estudios primarios. Pese a ello, se trata de un Sector altamente cualificado y en el que el 92% de los empleados tiene más de cinco años de experiencia.

☞ ***Escaparate*** **en pág. 5**

Politours va a seguir siendo turoperador independiente



Manuel Buitrón

"Politours es una marca independiente y va a seguir siendo así". Así de tajante se expresa el fundador y presidente del turoperador, Manuel Buitrón, en una entrevista concedida a NEXOTUR. Como explica, "se ha acercado gente a hacer propuestas, pero tengo una obligación con las personas que llevan conmigo durante estos 45 años trabajando". Respecto al posicionamiento de la marca, Buitrón destaca que el agente de viajes "es más infiel" que el destinatario final "que pide a la agencia el folleto de Politours". "Pero al final prevalece la marca y sus buenos servicios", concluye.

☞ ***Escaparate*** **en pág. 7**

CLAVES

Hoja de ruta NDC para 2019 (y II)

STEPHEN SHURROCK

COMO TRAVELPORT SE encuentra justo en el corazón del ecosistema de viajes, creemos que tenemos una oportunidad única de implementar la infraestructura adecuada ahora para servir a la industria de viajes durante las próximas tres o cuatro décadas.

Durante 2018, adoptamos la metodología Scaled Agile Framework (SAFe) para nuestro departamento de producto, para apoyar mejor a nuestros clientes y poner sus necesidades en primer plano en los productos que estamos desarrollando. A medida que avanzamos gradualmente a través de la implementación del NDC, tomamos en cuenta los comentarios de los clientes y los pasamos directamente a nuestro equipo de producto para que se incorporen en las próximas versiones de nuestros productos.

Sabemos que, para las agencias de viajes, reservar contenido NDC es un cambio en sus formas establecidas de trabajar. Al hacer que el contenido NDC esté disponible a través de Travelport Smartpoint, brindamos acceso a una mayor variedad de contenido incluyendo contenido NDC y contenido ATPCo en un flujo de trabajo familiar.

Estaremos extendiendo el acceso al contenido NDC para los agentes de viajes a lo largo de 2019 y nuestros NDC API Trip Services estarán disponibles en el segundo semestre de 2019.

Seguimos manteniendo el compromiso de liderar las Conversaciones sobre la Nueva Distribución. Verás a nuestros líderes en conversaciones sobre el NDC en los principales eventos de la industria a lo largo de 2019, a medida que continuamos ofreciendo contenido NDC a nuestros clientes y más webinars a la industria de viajes en general. También invitaremos a clientes a algunos de nuestras oficinas regionales para hablar sobre su enfoque del NDC.

Seguiremos desarrollando la tecnología para hacer que el proceso de compra y gestión de viajes sea mejor para todos. El trabajo que estamos llevando a cabo en 2019, desde la conexión de las aerolíneas hasta el lanzamiento de nuestras soluciones de punto de venta, es esencial para cumplir con éxito los objetivos de IATA para 2020.

Stephen Shurrock es director comercial de Travelport.

TRIBUNA

GABINO DIEGO

'Especialistas en marketing digital o en SEO, programadores web o de Apps, expertos en ciberseguridad, community manager, especialistas en comercio online son algunos de los perfiles que actualmente demanda el Sector', según el director de relaciones institucionales de IMF Business School

El Turismo necesita profesionales adaptados al Turismo 4.0

SI BIEN SON indiscutibles los cambios que el Sector Turístico está experimentando mas allá de la transformación digital, la llamada cuarta revolución tecnológica hoy está transformando los hábitos de consumo de los turistas y, lejos de ser una amenaza, el Sector ve y ha de ver en estos avances una gran oportunidad para mejorar su nivel de competitividad y de productividad, especialmente porque no se trata únicamente de estar preparado para el Turismo 4.0, sino ser capaces de adaptarse con valor al 5.0, 6.0, o como se venga a llamar en el futuro.

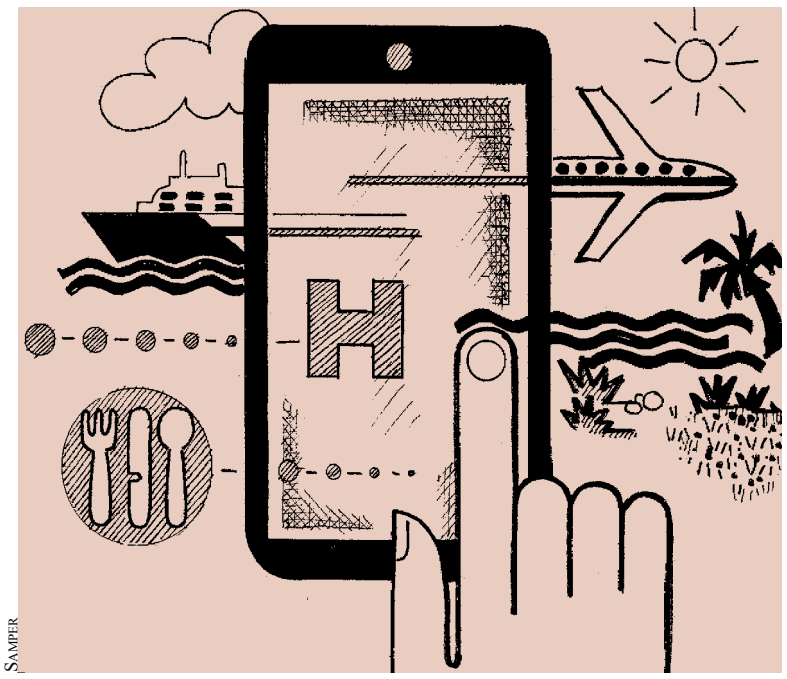
Las nuevas formas de viajar, nuevas formas de contratar viajes, nuevas formas de interactuar con los destinos, el aumento de las ofertas especializadas y personalizadas incluso por matrices motivacionales conformando auténticas "tribus viajeras", como son el Turismo de experiencias, el Turismo de salud, el Turismo cultural y creativo, el Turismo LGTB o el Turismo de lujo son claros ejemplos de los cambios que están impulsando el uso de las nuevas tecnologías.

Las nuevas tecnologías además conectan con nuestras emociones y esto puede ayudar a mejorar el servicio y la experiencia vivida por los viajeros. Gracias a un uso inteligente de la tecnología, por lo tanto, ya no solo conocemos al cliente, sino que podremos adaptarnos a sus necesidades en cada momento, añadirles valor en cada uno de los puntos del ciclo del viajero, como hace Google "estando ahí y siendo útil", aconsejarles según su estado de ánimo o preferencias y aficiones, pudiendo ir un paso más allá, interpretando un territorio distinto casi para cada viajero, consiguiendo que el viajero tenga una experiencia única, inmejorable e irrepetible, haciendo que sea más fácil fidelizarlo.

El profesional debe contar con la habilidad de aprender rápido las nuevas tecnología

En este contexto, a través de análisis y estudios de mesas de capital humano en Turismo, tanto en europa como en America Latina, quedan latentes los *gaps* en cuanto a capacidad de aprovechamiento tecnológico e innovación, con la que cuentan la mayoría de Sectores Turísticos de diversos países. Necesitamos adaptar a los profesionales actuales al contexto 4.0, pero no solo eso, también a los nuevos enfoques que desde los destinos turísticos, hoy Smart Destination 4.0 bajo agendas 2030 de Sostenibilidad, trabajan coordinadamente desde la inteligencia en el destino en la gobernanza.

En un entorno de cambio constante, en el que además los perfiles jóvenes nativos digitales, cuentan con otras capacidades y aspectos clave para aprovechar su talento, necesitamos además lideres 4.0, que entiendan las claves de estas nuevas generaciones y cómo incluirlos en los hoy "ecosistemas de valor" del destino turístico, gracias a su ejemplo, sencillez y positivismo ante el reto del cambio constante.



SAMPER

En la edición 2019 de Fitur-Tech, fuimos invitados para hablar de personas y de profesionales del Turismo. Intentamos responder a una serie de preguntas: ¿Cuáles son los perfiles profesionales que deben liderar la transformación digital de la industria? ¿Cuáles son las habilidades que requieren estos nuevos profesionales? ¿Por qué las empresas tienen tantas dificultades en encontrar y en retener al Talento?

Durante su intervención David Vicent, experto en Turismo de IMF Business School, hablo de cómo el Sector también sufrirá una transformación y los perfiles necesitarán cierta especialización. "Se requerirá un perfil que se encuentre cómodo tanto en diseño y mejora de modelos de negocios en entornos digitales como en el diseño e implementación de las soluciones tecnológicas. Ante el cambio constante, necesitamos perfiles capaces de evolucionar, entendiendo la implicación de los cambios tecnológicos en su modelo turístico, sea el escenario que sea. Esto es lo que intentamos transmitir a nuestros alumnos", explica Vicent.

Esta gran evolución está generando la demanda de un nuevo perfil de profesional, al hablar de industria turística 4.0, donde lo social aparece como un valor y donde la diferenciación es un elemento clave en la búsqueda constante de ser siempre atractivo para el turista, hablamos también de contar con profesionales con habilidades y conocimientos digitales. Además estos nuevos profesionales deben de contar con la habilidad de aprender rápidamente cualquier nueva herramienta y/o tecnología.

Es relevante tener habilidades naturales y entrenadas para la calidad de servicio

Por otro lado, contar con habilidades sociales que faciliten el desarrollo de 'Experiencias turísticas memorables' nos acerca al concepto de profesional en Turismo como anfitrión natural. Un profesional con habilidades para socializar, empatizar, generar atmósferas o confianza, cada vez se hace más relevante contar con habilidades naturales y entrenadas que se agrupan bajo la etiqueta 'Calidad de servicio'.

Es, por lo tanto, ahora el momento de plantearnos la definición de nuevos perfiles y líderes para el Sector con estas capacidades evolutivas, adaptativas al cambio y diferenciadoras. Dichos perfiles deberán ser entrenados bajo las competencias y orientado a la obtención de resultados desde una formación de calidad dirigida a la aplicación práctica.

Esta situación coloca a la formación constante y asíncrona como elemento clave en la adaptación y en el desarrollo del Sector ante la gran cantidad y variedad de empleos que está generando la revolución tecnológica. El Turismo 4.0 está creando perfiles de mayor cualificación relacionados con las TIC's y lo digital Especialistas en *marketing digital*, especialistas en SEO (Posicionamiento web), programadores web o de *apps*, expertos en ciberseguridad, *community manager*, especialistas en comercio electrónico son algunos de los perfiles que actualmente demanda la industria turística.

Las empresas tienen verdaderas dificultades, primero para encontrar a profesionales con las competencias asociadas a estos puestos, y segundo para retenerlos. Muchos de estos profesionales formados y con experiencia optan por montar su propia empresa de servicios tecnológicos.

En la misma jornada de Fitur-Tech, se presentó la iniciativa ITH Academy, proyecto liderado por el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y por IMF Business School, Nace precisamente como respuesta a las necesidades de formar y cualificar a los profesionales en las nuevas exigencias de la transformación digital del Sector Turístico para cubrir las necesidades de las empresas e instituciones del Sector Turístico.

Como resumen podemos decir:

1. El cambio y la transformación continua, se van a requerir nuevas habilidades evolutivas, que generarán nuevas competencias redefiniendo profesiones, pero siempre las TIC serán eje y las empresas deberán asumir dentro de su organización o fuera, para no quedarse atrás.

2. Es necesario asegurar una relación optima entre los sistemas educativos y la industria turística, para que esta pueda responder a las brechas que se generan por los cambios rápidos y crecientes. Capacitaciones prácticas para gestionar ecosistemas tecnológicos actuales y futuros.

3. Es necesario identificar y proporcionar liderazgo en el desarrollo de personas en la necesaria relación con la gestión de la información, la tecnología y la innovación. Nuevos métodos de empoderamiento y liderazgo en un entorno de Turismo 4.0 y agenda 2030 en sostenibilidad.

4. Las empresas del Sector deberán impulsar el diseño de objetivos, estrategias y acciones internas y externas de *employer branding* adecuadas a la definición de la propuesta de valor para los profesionales

Gabino Diego es director de relaciones institucionales de IMF Business School.

OPINION

NEXOTUR
PERIODICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZ

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

DIRECTOR ADJUNTO: CARLOS ORTIZ RODRIGO
COORDINADORA GENERAL: MARGA GONZÁLEZ

SECCIONES: MIGUEL PRAGA LÍBANO (ESCAPARATE Y MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA BÁEZ (REUNIONES), DANIEL GALLEGO ALIAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), PAULA VACAS (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEP MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), GERGANA 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 (FUTURALIA) Y JULIO C. ABREU (NEXOBUSINESS)

NEXO editores s.a.

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

DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO: JAVIER CONTRERAS
DIRECTOR JURÍDICO GRUPO NEXO: SANTIAGO MORATALLA SALVADOR
DIRECTOR DE INFORMÁTIZACIÓN 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 EMBLISTADO)* Y CORREOS *(DISTRIBUCIÓN)*

NEXOTUR, PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA AGENCIA DE VIAJES, ES UN SEMANARIO INDEPENDIENTE DE LOS INTERESES DEL SECTOR TURÍSTICO
® NEXOTUR ES UNA MARCA REGISTRADA DE NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)
© COPYRIGHT: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO) / DERECHOS RESERVADOS
DEPÓSITO LEGAL: M-8043-2012 / IMPRESO EN ESPAÑA
ISSN (INTERNACIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966
TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO Nexo

¡Que viene el Brexit!

PREOCUPACIÓN SECTORIAL ANTE EL BREXIT. Por su notable interés para nuestros lectores, reproducimos íntegra y textualmente la opinión editorial de la edición de marzo del Periódico CEHAT:

"Como en la fábula del lobo, corremos el riesgo de ignorar, por repetida, la amenaza de la llegada del Brexit. ¿Está haciendo el Gobierno de España todo lo necesario para afrontar y resolver los efectos negativos que tendría para el Turismo en España la salida abrupta del Reino Unido de la Unión Europea?...

La llamada de atención de CEHAT para preparar respuestas ante los efectos negativos de una salida abrupta del Reino Unido de la Unión Europea, debe ser tenida muy en cuenta, ahora que aún hay tiempo

A la vista de los datos conocidos, la conclusión no es precisamente tranquilizadora. Frente a quienes minimizan esta amenaza, el presidente de CEHAT viene reiterando —ante la opinión pública, responsables políticos y sector empresarial— que el desenlace del Brexit "va a ser clave" en la evolución del Sector Turístico en 2019.

CEHAT está subrayando en todos los foros y ante los poderes públicos la importancia de que España impulse la firma de acuerdos bilaterales con Reino Unido. Ya sea ante las agencias de noticias y la prensa o ante foros como el Consejo de Turismo de CEOE, entre otros, el presidente de CEHAT insiste en señalar los riegos que un Brexit no pactado supondría para nuestra conectividad aérea y para los residentes británicos en España, entre otros muchos aspectos.

¿Qué pasará con los visados y la necesidad de una mayor atención policial y aduanera, para atender y agilizar las colas que formarán los turistas británicos en los aeropuertos, puesto que ya no podrán acceder a través de los controles habilitados para los ciudadanos de los países miembros de la Unión Europea? ¿Y con la atención médica, no ya a los residentes en nuestro país, sino a millones de turistas ingleses, en materia de convenios entre la Seguridad Social de ambos países?

Son solo algunas de los importantes interrogantes ante los que el Gobierno español debe dar respuestas adecuadas y planificadas, en contacto directo con el Sector Turístico. Se trata, en suma, de prever todos los escenarios para evitar que la temporada de verano sea un caos o que se perturben las vacaciones de uno de los principales mercados emisores de Turismo hacia nuestros destinos.

Además, es esencial hacer una gran campaña publicitaria y de relaciones públicas dirigida a los británicos en la que, además de transmitirles la simpatía de unos destinos que les esperan con los brazos abiertos, se informe de que España está preparada para que las consecuencias de un Brexit duro no afecten a sus vacaciones. Algo que otros países, como Portugal, ya están haciendo. Nuestros gobernantes y autoridades deben tener muy presente que alrededor del 40% de los turistas británicos (¡nada menos que 19 millones!) eligen España como destino para sus vacaciones y que uno de cada dos británicos que viajan en la temporada de invierno lo hacen a las Islas Canarias".

Una llamada de atención que es de justicia valorar y poner de manifiesto ahora que aún estamos a tiempo.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

▲ CHECK-IN / *NEXOBUS 200 EXTRA*

Protagonistas del Transporte

El Centro de Convenciones Gran Vía y Hotel Mayorazgo albergaron el cóctel previo, la cena de gala y el homenaje a los Protagonistas del Sector, en presencia de más de un centenar de los *primeros espadas* del Empresariado y Asociacionismo, incluyendo operadores de transporte, fabricantes, carroceros, proveedores, industria auxiliar y Administraciones públicas.

El evento dio comienzo con un cóctel, concebido para facilitar el *networking* entre empresarios y profesionales, en el que los invitados tuvieron oportunidad de compartir opiniones y estrechar relaciones. A continuación, en el Centro de Convenciones Gran Vía, tuvieron lugar las intervenciones del presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada, del consejero-delegado del Grupo y director de NEXOBUS, Carlos Ortiz, y del presidente del Consejo de Transporte de CEOE, y presidente de Confebus, Rafael Barbadillo.

El Grupo NEXO rindió un público homenaje a los Protagonistas del Transporte de Viajeros por Carretera, que fueron llamados al escenario, donde el director de NEXOBUS les hizo entrega de un reconocimiento personalizado (un cuadro con su retrato original), y posaron en el escenario ante los fotógrafos.

Representantes de las principales Organizaciones empresariales, lideradas por el presidente de Confebus, así como de las Administraciones central, autonómicas y locales, los fabricantes de camiones y de vehículos comerciales, de remolques, la industria auxiliar y los operadores de transporte, formaron parte del centenar de personalidades invitadas a la cena de gala. En este marco, el Grupo NEXO presentó la Edición Especial NEXOBUS 200, un número excepcional.

☆ PERSONAJE DE LA SEMANA / *Prof. Manuel Figuerola*

La excelente labor que realiza la Universidad Nebrija, bajo la dirección del profesor Figuerola, para la Mesa del Turismo, en aspectos tan relevantes como cuantificar con rigor y precisión lo que aporta al PIB el Turismo, contrasta con la forma en la que el *lobby* WTTC infla este importante dato, con la excusa de servir al ejercicio lobista. No es manipulando datos como debe servirse al Sector, y menos cuestionando a quienes, como la Universidad Nebrija y la Mesa, hacen bien su trabajo.

LA CHISPA / *Quique*

▼ CHECK-OUT / *TURISMO Y PIB*

WTTC: '...y dos huevos duros'

El nuevo informe del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) que pretende poner de manifiesto el papel crucial del Turismo en la economía española, contiene cálculos y estimaciones erróneos que entran en contradicción con la rigurosa información estadística que elabora la Universidad Nebrija para la Mesa del Turismo, dirigida por el prof. Figuerola. Según WTTC, "el Sector aporta uno de cada siete euros generados por la economía española, representando el 14,6% del Producto Interior Bruto (PIB)". Casi tres puntos más que la última estimación de la Mesa del Turismo y la Universidad de Nebrija, que sitúa el *peso* del Turismo en el 11,8% del PIB español.

Un dato erróneo que hace dudar sobre el informe de WTTC, que cuantifica la aportación económica de esta actividad en 178.000 millones de euros en 2018, un 2,4% más que en 2017. Mientras afirma que en el empleo representa el 14,7% del total, con una cifra aproximada de 2,8 millones de empleados.

Como en la célebre escena de la película *Una noche en la ópera*, en la que Groucho Marx replicaba con la frase "¡...y dos huevos duros!", la WTTC se empeña en inflar las magnitudes del Turismo en España, que ya son suficientemente relevantes sin necesidad de añadirle *dos huevos duros*.

Por el contrario, con esta heterodoxa metodología, el autodenominado *lobby* mundial del Turismo no gana nada para el Sector, pero pierde credibilidad.

Aunque, afortunadamente, haya renunciado al *redondeo* del que hacía gala años atrás, cuando afirmaba que el Turismo representaba nada menos que el 20% de la producción total o de la economía.

> Dit Gestión está centrado en España y Portugal / Nuestra intención es implementarnos paulatinamente por países limítrofes a Colombia / La venta de producto propio de Dit Gestión se ha duplicado en los primeros meses de 2019 / En estos momentos estamos en la cima de la montaña, pero para ello hemos tenido que saber caminar por lugares ariscos y duros

«Dit Gestión se puso un tope de agencias que está a punto de cumplirse»

Jon Arriaga / Presidente de Dit Gestión

En poco más de diez años de existencia Dit Gestión se ha convertido en uno de los grandes Grupos de gestión de agencias del país. Su presidente, Jon Arriaga, analiza el momento actual de la empresa.

P.- Dit Gestión acaba de anunciar una alianza con Infinity Latam para crear un Grupo comercial en Colombia. ¿Cuántas agencias de viajes esperan captar en estos primeros años de actividad?

R.- Colombia es un país en franco crecimiento y con una economía cada vez más saneada. Nuestra previsión es poder alcanzar en torno a las 200 agencias en el plazo de dos años, cifra que a nuestro juicio es factible si tenemos en cuenta que en Colombia el 70% de las agencias no dispone ni de herramientas ni de elementos propios para potenciar la venta.

P.- ¿Por qué Colombia?

R.- Como he mencionado, dentro de Latinoamérica, tanto Colombia como los países limítrofes están en pleno crecimiento. No olvidemos que hasta hace poco este precioso país se encontraba envuelto por una serie de problemáticas por todos conocidas, como eran la implantación de los diversos cárteles o de la guerrilla. Por suerte esto ha terminado y nos encontramos con un país rico, pero con muchas cosas por desarrollar, entre ellas el mercado turístico, aún en fase embrionaria.

P.- ¿Tienen previsto dar el salto a otros países de Latinoamérica de la mano de Infinity Latam?

R.- Nuestra intención es implementarnos paulatinamente por países limítrofes. Es decir, partiendo de este punto clave poder ampliar nuestra influencia, siempre de la mano de Infinity Latam. Pero todo sin una gran urgencia y en función de resultados. No olvidemos que en esta operación el verdadero artífice va a ser Infinity Latam y no Dit Gestión, que realiza la función de asesoramiento y socio.

> *La previsión en Colombia es alcanzar en torno a las 200 agencias en el plazo de dos años*

P.- ¿En qué países operan en la actualidad y cuántos puntos de venta tienen en cada uno?

R.- Dit Gestión está centrado en España y Portugal. Su expansión o posible expansión irá relacionada siempre en la consecución de socios en los diversos países, centrándonos nosotros en los campos antes mencionados: asesoramiento, producto propio y tecnología. Nuestro trabajo principal está aquí.

P.- En poco más de diez años se han posicionado como uno de los Grupos de gestión punteros del país. ¿Cómo lo han conseguido?

R.- Yo lo resumiría en cuatro grandes premisas: ofertar a las agencias de viaje aquello que necesitan, adecuándonos a los tiempos y a las necesidades de las mismas; honradez desde el primer momento tanto para el agente de viaje como de cara al cliente final y al proveedor; la combinación que tenemos en la empresa de veteranía y juventud con nuestros debates y enfoques diferenciales del mundo del viaje y empresarial; y trabajo y humildad. En estos momentos estamos en la cima de la montaña, pero para ello hemos tenido que saber caminar por lugares ariscos y duros, y debemos de saber que si no lo tenemos claro, en cualquier momento podemos caernos por la ladera.

P.- ¿Confían en mantener esta línea ascendente en los próximos años?

R.- Yo diría más. No solo pensamos mantenerla, sino incrementarla. Y eso no significa en número de agencias, sino en los servicios y rentabilidad de las mismas. Dit Gestión se puso en su momento un tope de agencias, el cual está a punto de cumplirse, siendo muy cercano al de las 850 agencias que disponemos. Nuestra estructura está pensada para poder asumir este grupo de agencias con la garantía de un muy buen servicio. Lógicamente podríamos superarlo —y las previsiones dicen que podríamos hacerlo de forma fácil— pero no es nuestro objetivo el tener muchas más agencias, sino el optimizar el resultado de cada una de nuestras agencias. Nuestro objetivo es que las agencias que estén con nosotros dispongan de las mejores herramientas del mercado y productos. Sirva de ejemplo que la venta de producto propio de Dit Gestión se ha duplicado en los primeros meses de 2019.

P.- Mayor aún ha sido el crecimiento de Traveltool, que en tan solo un año ha incorporado a 600 puntos de venta. ¿Les preocupa?

R.- Absolutamente nada. Creo que somos dos conceptos de Grupo de gestión totalmente antagónicos. Traveltool ofrece una tecnología y unos productos amparándose en la contratación de su minorista, que no nos olvidemos, vende al público final. Es un planteamiento lícito y que a algunas agencias entienden que les viene bien. Traveltool tiene un concepto de web única para todas sus agencias, en consonancia de lo antes comentado de trabajar con una línea de venta similar a su minorista. Dit Gestión ofrece a cada una de sus 850 agencias, páginas web personalizadas si así lo desean con dominios propios y no subdominios. Nosotros igualmente disponemos de una alta tecnología (no nos olvidemos que toda es propia).

> *Dit Gestión y Traveltool son dos conceptos de Grupo de gestión totalmente antagónicos*

Nuestra filosofía es muy diferente a la de Traveltool. Ni tenemos ni vamos a tener agencias propias que hagan la competencia a nuestros compañeros, los agentes. El objetivo de Dit Gestión es trabajar para cada una de sus agencias con herramientas tanto tecnológicas como educativas, formativas, jurídicas, de asesoramiento, etc.

En definitiva, son dos modelos de negocio totalmente diferentes, y entiendo que hasta complementarios. La realidad es que no hemos notado como grupo absolutamente nada a raíz de la entrada de Traveltool. Es más, si tuviera que decir en qué ha afectado, diría que positivamente. Les deseo la mayor de las suertes, aunque lógicamente a nivel personal no puedo estar de acuerdo con su proyecto.

P.- El director comercial de su empresa, Lander Arriaga, vaticinó más cierres de competidores a corto o medio plazo. ¿Opina lo mismo?

R.- Me temo que sí. Antes mencionaba que cuando se creó Dit Gestión preveíamos un cambio radical en el mundo del Turismo, y más aún en el de los Grupos de gestión. Quedaron atrás las épocas en las que la necesidad era la de llegar a un acuerdo más o menos bueno con los turoperadores, para contrarrestar los de los grupos verticales. En estos momentos los Grupos de gestión deben de ser mucho más, deben ser Grupos de gestión y no de contratación. Por desgracia, muchos no se han sabido adaptar.

P.- ¿Qué herramientas tecnológicas pone su empresa a disposición de las agencias?

R.- Nuestro Grupo tiene su propio departamento informático y de gestión, tiene su propio I+D. Tenemos nuestras propias integraciones, nuestros motores dinámicos, comparadores, web personalizadas, intranet propia, motores de cruceros, aéreos con integración de los dos grupos más importantes, de ferries, de coches, etc. Solo para explicar esto necesitaría mucho más que una página.

P.- ¿La nueva Ley de Viajes Combinados supone un nuevo golpe a un ya debilitado Sector de agencias?

R.- Como está ahora redactada, sí. Pero si se hace correctamente puede ser favorable para la agencia. Repito, no podemos montar una ley de este tipo y a la vez la normativa de viajes vinculados. Ahí es donde realmente echo en falta la unión de los grupos y de las agencias. Esto se debe debatir previamente, no solo denunciar.

No soy crítico con la Ley de Viajes Combinados

> No soy crítico con la Ley de Viajes Combinados, lo soy con la forma en que se está intentando transponer. No podemos implantar una normativa que se aprueba a primeros de diciembre en ese mismo mes, sin una formación o información correcta a las agencias. No podemos exigir en una ley una aplicación que debe de sacarse de la nueva normativa de creación de agencias de viajes (me estoy refiriendo a la normativa de responsabilidad civil que debe incluirse en el contrato combinado), cuando esta normativa aún no se ha aprobado en muchas Comunidades autónomas. Ahora mismo está ahí la ley (repito, de obligado cumplimiento). El día que tengamos una denuncia dirán que la agencia ha incumplido la normativa, pero es que en estos casos no puede cumplirla. Las mayoristas tampoco están preparadas para esa aplicación. ¿Alguien ha valorado lo que puede suponer ese 5% del importe total del viaje combinado para un turoperador? Por otro lado, sale el viaje vinculado que exime del cumplimiento de la información pormenorizada previa, de cumplir este requisito.

JON ARRIAGA

ESCAPARATE

Las llegadas crecen más de un 2% en enero

En enero, la llegada de turistas internacionales a España se ha incrementado un 2,2%, segúnn los datos de Frontur. El Reino Unido repite como el principal exportador de turistas a la Peninsula. **Pag 32**

Más de un 58% tienen estudios universitarios

El nivel de estudios de los trabajadores del Sector es elevado, con un 58,2% con estudios universitarios. Un 37% posee estudios secundarios y solo un 4,8% cuenta con estudios primarios. **Pag 5**

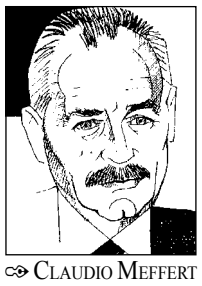
El tráfico aéreo aumenta un 6% durante enero

Las compañías aéreas registran en enero un aumento de pasajeros del 6% en sus rutas internacionales. La capacidad sube un 5,8%, por lo que el factor de ocupación se eleva 0,2 puntos porcentuales, con el 79,8%. **Pag 10**

PRONTUARIO

BI y BD, siglas útiles

AEPT. La Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) organizó un interesante encuentro con la colaboración de la empresa Einzelnet como anfitrión y ponentes especializados en los diferentes temas que se iban a tratar entonro a: 'Business Intelligence y el Big Data'. Una de las definiciones de cada un de los temas podrían ser, en primer lugar, Business Intelligence: el conjunto de estrategias, aplicaciones y datos enfocados a la creación del conocimiento para el estudio de los datos existentes en una empresa. Y en el del Big Data: el análisis del comportamiento del usuario, extrayendo valor de los macrodatos almacenados y formulando predicciones a través de los patrones observados.



Claudio Meffert

Estos dos términos son habituales para las grandes empresas, indistintamente de su actividad. Tienen los medios y el personal adecuado para ello. Ahora bien, el motivo de esta presentación de AEPT fue, específicamente, estudiar cómo aplicar estos sistemas a la problemática del Sector Turístico.

Hay que tener muy en cuenta que la gran mayoría de las empresas son pequeñas y medianas y en consecuencia sus estructuras también lo son. El coste es alto. Desde el *software* adecuado, hasta el personal y tiempo que se necesita para implementar todos los programas. También es un coste su continuo y necesario seguimiento. Aunque todo ello es precisamente lo que va a agilizar, y en consecuencia abaratar el coste de obtener y analizar la información a utilizar. En otras palabras, invertir para mejorar.

Claudio Meffert es miembro del Consejo asesor de NEXOTUR.

Más de la mitad de agentes carecen de estudios reglados vinculados al Turismo

Más del 92% de los ocupados llevan en el Sector de las agencias más de cinco años

Aunque predominan los trabajadores con carrera universitaria, con más del 58% del total, llama la atención que cerca del 53% no dispone de estudios reglados vinculados al Turismo. Pese a ello, se trata de un Sector altamente cualificado y en el que la gran mayoría de empleados tiene más de cinco años de experiencia. Así se extráe del II Estudio Estratégico de las Agencias de Viajes Españolas.

El 52,8% de los agentes de viajes que desarrollan su actividad en España no ha realizado estudios reglados específicamente relacionados con el Turismo, frente al 47,2% restante que sí dispone de una titulación vinculada a la industria. Pese a ello, el nivel de estudios de los trabajadores del Sector es elevado, con un 58,2% con estudios universitarios. Un 37% posee estudios secundarios (bachillerato o formación profesional), mientras que un 4,8% únicamente cuenta con estudios primarios.

Según la información recogida en el II Estudio Estratégico de las Agencias de Viajes Españolas, elaborado por Amadeus España y la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), más de la mitad de los agentes de viajes ha realizado recientemente cursos relacionados con el Sector. Los más solicitados son sobre aplicaciones de reserva de productos turísticos, prevención de riesgos laborales, informática en general e idiomas, con porcentajes respectivos del 38,8%, 33,4%, 28,2% y 26,8%. Por detrás figuran comercial-ventas (22%), administración-contabilidad (12,9%), trabajo en equipo (12,9%), *marketing* (12,8%), habilidades interpersonales (10,5%) y planificación de contenidos de páginas web y redes sociales (9,8%).

Más formación adicional

La proporción de empleados que ha recibido recientemente formación adicional crece ligeramente respecto a 2009, cuando se publicó el primer informe de Amadeus España y ACAVE. En comparación con dicha encuesta, el porcentaje de empleados que han realizado cursos específicos del Sector Turístico o agencias de viajes, idiomas y prevención de riesgos laborales, es similar. En cambio, se ha reducido en materia comercial-ventas, informática y administración-contabilidad.

Fuente: II Estudio Estratégico de las Agencias de Viajes Españolas. © NEXOTUR

Más allá de la formación, el informe revela que la experiencia de los agentes de viajes tiende a ser elevada. Más del 92% de los ocupados llevan trabajando en dicho sector desde hace más de cinco años, mientras que un 9% tiene entre dos y cinco años de experiencia laboral. Esta estabilidad está en línea con la propia solidez del Sector (el 85% de las empresas tienen más de ocho años de antigüedad).

Los pagos por Turismo en nuestro país casi se duplican desde el año 2012

Hace siete años se produjo la última caída de los pagos por Turismo en España

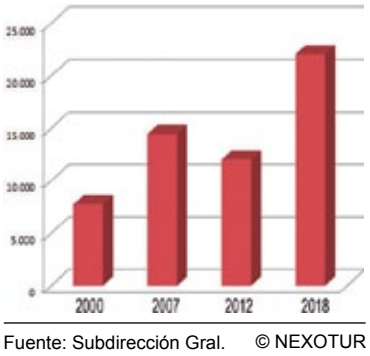
Los pagos efectuados por los españoles para viajar al extranjero alcanzan una nueva cifra récord. En el conjunto de 2018 ascienden a 22.043 millones de euros, lo que supone un fuerte crecimiento del 11,7% en comparación con los 19.729 millones del ejercicio anterior.

Según los datos de la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, es el sexto año consecutivo con una evolución favorable del apartado emisor. En 2012, último ejercicio en el que se produjo un retroceso interanual (-3,9%), el desembolso realizado por los residentes en España fue de 12.011 millones de euros. Por lo tanto, en un periodo de seis años, desde entonces hasta 2018, los pagos por Turismo prácticamente se han duplicado (el crecimiento es del 83,5%).

Niveles previos a la crisis

También llama la atención que las cifras de estos últimos años son claramente superiores a las registradas antes del estallido de la crisis económica. En 2007, que precedió al desplome del Turismo emisor, los pagos por Turismo se elevaron a 14.466 millones.

Volviendo a 2018, cabe destacar que en todos y cada uno de los meses del año se ha producido una evolución favorable. Los mayores incrementos se han registrado en marzo (+21,7%), agosto (16,1%) y septiembre (+15,9%), mientras que los más moderados corresponden a abril (+0,6%), junio (+3,8%) y diciembre (+2,6%).



Fuente: Subdirección Gral. © NEXOTUR

El Transporte de Viajeros se reúne en Madrid en la Cena de Gala de NEXOBUS número 200

El Grupo NEXO rinde un merecido homenaje a los protagonistas del surgimiento y consolidación del Sector en España

Los editores de NEXOBUS renovaron la firme apuesta del Grupo NEXO y "el compromiso de nuestro equipo de seguir trabajando duro por este Sector, con el que llevamos 20 años, en los que hemos estado a las duras y a las maduras", en palabras del director del Periódico, Carlos Ortiz. "Nuestra mayor satisfacción es el rotundo éxito alcanzado por el diario digital Nexobus.com", subrayó el presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada, en la Cena de Gala de Presentación de la Edición Especial NEXOBUS nº200.

El Grupo NEXO reunió en la noche del jueves 7 de marzo en la Gran Vía de Madrid a los Protagonistas del Transporte de Viajeros por Carretera en España, con motivo de la Cena de Gala de Presentación de la Edición Especial NEXOBUS nº 200. El Centro de Convenciones Gran Vía y el Hotel Mayorazgo albergaron el cóctel previo, la cena de gala y el homenaje a los Protagonistas del Sector, en presencia de más de un centenar de los primeros espadas del Empresariado y el Asociacionismo, incluyendo operadores de transporte, fabricantes, carroceros, proveedores de industria auxiliar y representantes de las distintas Administraciones públicas.

El evento dio comienzo con un prolongado cóctel, concebido para facilitar el *networking* entre autoridades, empresarios y profesionales, en el que los invitados tuvieron oportunidad de compartir opiniones y estrechar relaciones.

A continuación, en el Centro de Convenciones Gran Vía, tuvieron lugar las intervenciones del presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada, y del consejero-delegado del Grupo y director de NEXOBUS, Carlos Ortiz, además de las palabras dirigidas a los presentes por el presidente del Consejo de Transporte y Logística de la CEOE, y presidente de Confebús, Rafael Barbadillo.

Los editores de NEXOBUS renovaron la firme apuesta del Grupo NEXO y "el compromiso de nuestro equipo de seguir trabajando duro por este Sector, con el que llevamos 20 años, en los que hemos estado a las duras y a las maduras", en palabras de Carlos Ortiz, director del Periódico.

"Nuestra mayor satisfacción es el rotundo éxito alcanzado por el diario digital Nexobus.com", subrayó Eugenio de Quesada, "que se traduce en un tiempo medio de lectura que ronda los 15 minutos diarios por usuario, según datos oficiales de Google Analytics de los dos últimos años, lo que convierte nuestra plataforma digital de información de Transporte en paradigma de la Prensa de calidad", concluyó el presidente del Grupo NEXO.

Homenaje a los protagonistas

Con posterioridad, tuvo lugar el público homenaje a los Protagonistas del Transporte de Viajeros por Carretera, que fueron llamados al escenario, donde el director de NEXOBUS les hizo entrega de un reconocimiento personalizado (un cuadro con su retrato original que ha venido publicando NEXOBUS, mientras se proyectaba en las pantallas del evento), y posaron en el escenario ante los fotógrafos.

De esta manera, el Grupo NEXO rinde un merecido homenaje a los hombres y mujeres que han protagonizado el surgimiento y consolidación del Sector en España durante los últimas dos décadas.

Representantes de las principales Organizaciones empresariales, lideradas por el presidente de Confebús, así como de las Administraciones central, autonómicas y locales, de los fabricantes de camiones y de vehículos comerciales, de remolques, la industria auxiliar y los operadores de transporte, formaron parte del centenar de personalidades invitadas a la cena de gala.

La Cena de Gala se prolongó hasta más allá de la medianoche, concluyendo con la unánime felicitación de los numerosos asistentes, que tuvieron oportunidad de conocer la Edición Especial NEXOBUS 200 Extra, un número excepcional, elaborado con especial cariño que recoge entrevistas y semblanzas de los Protagonistas del Sector.

Entre los asistentes a la Cena de Gala NEXOBUS 200 cabe destacar la presencia del subdirector general de Transporte Terrestre del Ministerio de Fomento, Benito Bermejo, o el director general de Tráfico, Pere Navarro; así como los líderes del Sector, encabezados por los presidentes de las grandes Organizaciones empresariales, como Rafael Barbadillo (Confebús y Consejo de Transportes de CEOE), Luis Ángel Pedrero (Anetra), Javier González (Ascabús), Antonio Vázquez (Fedintra) o Lorenzo Vidal (Ganvam), entre otros. Especial representación tuvieron los primeros ejecutivos de fabricantes de vehículos, como Juan Antonio Maldonado (Evobús), Juan Miguel Vázquez (IvecoBus), Jaime Verdú (Volvo), Antonio Bautista (Otokar) o Kepa Mendikute (CAF); así como de máximos responsables de la industria carrocera, como Pedro Juan Boix (Castrosua) o Miguel Ángel Pérez (Irizar); y de los empresarios del Sector, entre los que cabe citar a Esteban Rivas (Grupo Esteban Rivas), Julián de Castro (Julián de Castro), Alejandro Naya (Transportes Pesa), Alberto Egido (Grupo Ruíz) o Juan Antonio Montoya (Interbús), entre otros muchos propietarios y directores generales, acompañados de lo más destacados representantes de la industria auxiliar.

El presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada.

Barbadillo: 'Encantados de contar con compañeros de viaje como Grupo NEXO'

'Necesitamos aliados que nos ayuden a demostrar el insustituible papel que jugamos', destaca

El presidente del Consejo de Transporte y Logística de la CEOE, y presidente de Confebus, Rafael Barbadillo, realizó un emotivo discurso durante el mencionado homenaje, que procedemos a reproducir íntegramente:

"Es un verdadero placer y un honor para mí, estar esta noche aquí compartiendo un momento tan especial. En primer lugar, transmitir mi enhorabuena al Grupo NEXO por la edición de este número 200 del Periódico NEXOBUS que hoy celebramos.

Una enhorabuena que tiene que ser doble. Por una parte, enhorabuena por haber conseguido llegar a este número 200, en un contexto que, especialmente, en la última década no ha sido nada fácil para los medios de comunicación. Estos han tenido que hacer frente a una de las peores crisis económicas de la historia reciente de España y, al tiempo, ser capaces de adaptarse a la revolución que ha supuesto la eclosión del mundo digital. En NEXO no sólo lo habéis conseguido, sino que lo habéis hecho manteniendo vuestra honestidad, rigor y profesionalidad.

Y, por otra parte, enhorabuena, porque vuestra labor, a lo largo de estos años, ha sido de vital ayuda para poner en valor y dar visibilidad a un sector, el del Transporte de viajeros por carretera, estratégico para la economía y la sociedad españolas.

Momento crucial del sector

Por todo ello, quiero trasmitiros la más sincera felicitación y el agradecimiento de todos los que formamos el Sector, y el mío propio. Nuestro Sector vive un momento crucial por la multitud de cambios que está sufriendo la movilidad, motivados por los retos medioambientales y tecnológicos principalmente. En el que más que nunca necesitamos aliados que nos ayuden a demostrar a las instituciones y a la ciudadanía, el insustituible papel que jugamos como garante de la movilidad de toda la población y de la cohesión y vertebración territorial, así como elemento dinamizador de la economía y clave para el desarrollo de la principal industria española, el Turismo.

Estamos orgullosos del modelo de autobús que hemos construido entre todos y que ha demostrado su éxito durante décadas. Algo que ha merecido el reciente aval de la Unión Europea. Pero, como decía, vivimos tiempos de cambio, de transformación y de nuevos retos, en los que el Sector quiere seguir siendo protagonista como un ejemplo de movilidad de calidad, sostenible y rentable, acorde a las demandas y necesidades del viajero del siglo XXI.

El presidente de Confebus, Rafael Barbadillo.

Para ello, estamos encantados de poder contar con compañeros de viaje tan magníficos como el Grupo NEXO, con el que deseamos seguir compartiendo un trayecto largo, brillante y lleno de éxitos."

Eugenio de Quesada, presidente del Grupo NEXO, puso de relevancia que "nuestros lectores destinan casi un cuarto de hora de media a leer nuestra Plataforma Digital del Transporte, una cifra que va en aumento año tras año y que es el mejor respaldo para la prensa de calidad". Además, en 2018 superamos el millón de páginas vistas, motivo de orgullo e incentivo para seguir trabajando en la misma dirección, de la mano del Sector y defendiendo sus interes, de la mano de las Organizaciones empresariales.

Fetave pide al Imserso que controle a las UTE

La Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas (Fetave) considera "fundamental" que el Imserso trabaje "en pos de la eficiencia y la transparencia" del programa de Turismo social para mayores. En concreto, pide que el organismo exija a los adjudicatarios "la realización del máximo número de viajes compatible con los presupuestos".

Sama Travel aterriza en el mercado portugués

Sama Travel da el salto al mercado portugués. El turoperador, que lleva desde 2007 operando en España, llevará al país luso su diversa programación (vuelos chárter, salidas regulares, salidas garantizadas y viajes a medida). Dará este paso de la mano de Occasion2remember, empresa de capital mixto español y portugués, dirigida por Patricia Mendes Paulo y Mohamed Mahmud.

La situación en Andalucía 'no es preocupante'

TUI y Thomas Cook aseguran que Andalucía se mantiene como una de las principales opciones en el emisor alemán "debido a la diversidad de su oferta como principal factor diferencial frente a la competencia". Así se lo han transmitido al secretario general para el Turismo de la Junta de Andalucía, Manuel Muñoz, en sendas reuniones en ITB de Berlín.

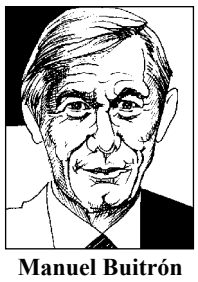
Cabify en Barcelona tras adaptar su negocio

Cabify ha reiniciado su actividad en Barcelona tras adaptar su modelo de negocio a los nuevos requisitos de la normativa sobre el sector VTC de la Generalitat de Cataluña, "asumiendo para ello una serie de costes que no tiene el deber jurídico de soportar", según han afirmado. En un principio, Cabify reaparece con una flota de cerca de 300 coches.

Manuel Buitrón: 'Politours es una marca independiente y va a seguir siendo así'

'Tengo una obligación con las personas que llevan conmigo durante estos 45 años', asegura su fundador

El negocio de la turoperación ha experimentado un significativo proceso de concentración. Ya en el año 2017 las cinco primeras empresas concentraban más del 40% de los ingresos (según datos recogidos en el informe DBK). Además, en los últimos años se han producido importantes operaciones, como por ejemplo las adquisiciones de Special Tours y Catai por parte de Ávoris, así como la de dos de las tres marcas del Grupo Mapa, ahora en manos de Wamos.



Manuel Buitrón

Marca independiente

Una de las pocas firmas punteras que aún resiste es Politours. Y atendiendo a las palabras de su presidente y fundador, Manuel Buitrón, parece que no habrá cambios en un futuro próximo. "Politours es una marca independiente y va a seguir siendo así", aclara en una entrevista concecida a NEXOTUR.

Según explica, "se ha acercado gente a hacer propuestas, pero tengo una obligación con las personas que llevan conmigo durante estos 45 años trabajando". "Mis hijos son listos y no siguen mis pasos en el Turismo, que es un poco pesado, por lo que cuando hay interesados les pongo como condición que hay que mantener los puestos de trabajos durante al menos tres años, y entonces se asustan y se van", revela Buitrón.

Preguntado por el posicionamiento de la marca, Buitrón destaca que "a veces es más el propio cliente, el destinatario final, el que pide a la agencia el folleto de Politours", mientras que el agente de viajes "es más infiel". "En determinados sitios con otros intereses le dan vueltas para intentar no dárselo, pero al final prevalece la marca y sus buenos servicios", prosigue.

También se pronuncia sobre la agresividad comercial de algunos de sus competidores, que incluso en ocasiones llegan a vender a pérdida con tal de captar clientes y volumen. Al respecto, sostiene que "esto siempre ha existido y al final ha sido gente que ha acabado cerrando, como no podía ser de otra manera". "Nosotros no jugamos a eso para nada; de hecho, grupos de estudiantes y productos baratos o que aporten poca rentabilidad, hace años que no los trabajamos", apunta.

Medida crucial contra la estacionalidad

El Gobierno de Pedro Sánchez da un paso por la desestacionalización del Turismo. Dentro del paquete de medidas urgentes de protección social y de lucha contra la precariedad laboral se incluye un plan de apoyo a la prolongación del periodo de actividad de los trabajadores con contratos fijos discontinuos en los sectores de Turismo, comercio y hostelería vinculados a la actividad turística.

CCIB registra en 2018 un récord de facturación

El Centro de Convenciones Internacional de Barcelona (CCIB) ha cerrado 2018 con un récord histórico de ingresos, al alcanzar 37,2 millones de facturación, lo supone un incremento del 6,8% sobre sus previsiones, un 11,5% respecto al año anterior y un 3,1% en comparación al récord de 2007. Las previsiones para 2019 indican que se llegará a un nuevo récord.

AIM Group International se ha expandido a Dubái

AIM Group International, ha abierto una nueva oficina en Dubái, reforzando así su red internacional de oficinas que ya suman 17. La apertura en Dubái ha fructificado gracias al acuerdo de colaboración con Challenge Network, empresa especializada en formación corporativa y consultoría de gestión, con sede central en Roma y con presencia en Dubái desde hace tres años.

La Costa del Sol quiere el congreso de DRV

La Costa del Sol ha presentado su candidatura para acoger el congreso de DRV, la principal Asociación de agentes de viajes de Alemania, en 2021. Los responsables de la política turística de la provincia malagueña lo han anunciado en la feria ITB de Berlín. La provincia de Málaga ya sabe lo que es acoger este encuentro, ya que fue su sede en el año 2000.

Habrá margen para la aviación en el caso de que finalmente se dé un Brexit duro

ABTA anima a las fuerzas políticas a 'trabajar para evitar un Brexit sin acuerdo'

Las agencias de viajes de Reino Unido aplauden la decisión de su Gobierno de dar el visto bueno al acuerdo de reciprocidad en materia de aviación con la Unión Europea. Los aviones podrán seguir operando aunque haya un Brexit sin acuerdo, lo que "ofrece una mayor seguridad", según ABTA.

El Gobierno del Reino Unido ha confirmado que corresponderá a los acuerdos de la Unión Europea para los viajes aéreos en caso de que finalmente haya un Brexit sin acuerdo. De este modo, las aerolíneas europeas y británicas podrán seguir operando con normalidad una vez se produzca el divorcio, inicialmente previsto para el próximo 31 de marzo. El Parlamento Europeo tenía previsto llevar a cabo hoy, día 13 de marzo, la votación de este acuerdo de reciprocidad, el cual deberá ser ratificado por el Consejo de los Estados miembros en las próximas semanas.

El director ejecutivo de la Asociación Británica de Agencias de Viajes (ABTA), Mark Tanzer, aplaude el paso dado por Reino Unido, destacando que "ofrece una mayor seguridad de que, independientemente del resultado del Brexit, los viajeros puedan continuar reservando vacaciones y viajes de negocio con confianza". Pese a reconocer que "resulta alentador que haya planes establecidos" para un Brexit sin acuerdo, el *lobby* de agencias anima a los políticos "a trabajar para evitarlo".

El emisor británico aporta a los destinos europeos 58 millones de turistas anuales.

"Vale la pena recordar que si Reino Unido y la Unión Europea llegan a un acuerdo, estaremos en un periodo de transición y todo seguirá igual para los viajes hasta finales de 2020, lo que significa que las personas podrán seguir viajando a la Unión Europea exactamente como lo hacen ahora", apunta.

Tanzer hace hincapié en la importancia del emisor británico para los destinos europeos, a los que aporta "58 millones de turistas anuales". "Más de tres de cada cinco británicos planean realizar un viaje a Europa este año, por lo que los turistas estarán encantados de ver la aprobación final de Reino Unido sobre su capacidad para volar, incluso en caso de no llegar a un acuerdo", sentencia.

El presidente de GEA, Prisciliano Fernández, ha recibido su retrato.

NEXO reconoce la trayectoria del impulsor del Grupo GEA

El Grupo NEXO reconoce la trayectoria profesional del Grupo GEA. Coincidiendo con el 25 aniversario de la empresa, que en España cuenta con cerca de 600 puntos de venta (a los que se suman los cientos de asociados en Argentina, Colombia y Portugal), su presidente, Prisciliano Fernández, ha acudido a la redacción de NEXOTUR.

En la visita, los copropietarios del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, le han hecho entrega de su retrato personalizado como protagonista del Sector, el cual no pudo recoger en la celebración del vigésimo aniversario del Periódico CONEXO, que tuvo lugar el pasado verano en Madrid.

De forma simultánea, el personal del grupo GEA ha celebrado en su sede malagueña el aniversario de la empresa, que ha protagonizado una intachable trayectoria en este cuarto de siglo de existencia. Y es que, a pesar de la creciente competencia en el segmento de los Grupos de gestión, se mantiene como todo un referente, rondando los 1.500 puntos de venta en los cuatro mercados en los que está presente.

El Turismo de compras ve una oportunidad en el Sector MICE para su crecimiento por el alto nivel adquisitivo

Con una caída del gasto de un 8% de los turistas internacionales, la industria 'retail' trabaja en nuevos posicionamientos

El Turismo de compras ha visto cómo los turistas internacionales han reducido un 8% su gasto en España en 2018, según un estudio de Planet, especializada en servicios de pago y tecnología de Tax Free, que apunta al Sector MICE como un mercado de alto poder adquisitivo y que puede ayudar a crecer a la industria *retail*.

La reputación de España como destino MICE, gracias a sus conexiones internacionales, su oferta turística y de ocio, así como por la calidad de sus establecimientos hoteleros y sedes congresuales, hacen pensar a Planet que este mercado —y sus millones de turistas— supone una oportunidad para hacer crecer el Turismo de compras.

La compañía de Tax Free destaca que el Sector MICE concentra en España a un gran volumen de visitantes que ocupan puestos de alta dirección en compañías internacionales y que, además, según señala el director general de Planet en España, Jorge Esteban, "cuentan con un alto nivel adquisitivo y gusto por los productos de alta calidad, por lo que representan una gran oportunidad para la industria retail de nuestro país".

Perfil del turista de compras

El estudio hace una radiografía del perfil del turista de compras en España, siendo los procedentes de China, Rusia, Estados Unidos, Argentina y Corea del Sur los que más gasto han hecho en 2018. En el caso del turista china, la caída de gasto ha sido del 4%, mientras que la de los turistas rusos ha sido del 18. También ha sido importante la reducción del gasto de los turistas argentinos (-34%), sin embargo, en el caso de los turistas estadounidenses su gasto se ha mantenido y en el los coreanos ha sido un 15% superior al año anterior.

Analizando la situación y el comportamiento de los turistas que visitan España, Planet resalta la necesidad de trabajar en un reposicionamiento de España como destino de interés para un turista que cuenta con un valor adquisitivo y presupuesto destinado a compras medio, que no tiene especial interés en compras de lujo sino en marcas y productos nacionales más accesibles, y que a su vez viaja a España atraído por la oferta cultural y gastronómica como una experiencia turística en conjunto.

El gasto en compras de los turistas internacionales se redujeron en 2018.

El Grupo NEXO recibe el Premio de los Editores a la Trayectoria Profesional

Los Premios AEEPP se han convertido en la gran referencia en el Sector Editorial y de la Comunicación en España

Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz Rodrigo recibieron el martes 5 de marzo, en un multitudinario homenaje celebrado en el auditorio de la Real Casa de la Moneda, el máximo galardón que otorga la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas. En su alocución, De Quesada afirmó que "NEXOTUR lleva 22 años, semana a semana, con más de 1.000 ediciones, ayudando a vertebrar las Organizaciones empresariales y ser un 'lobby' blanco al servicio de los intereses generales del conjunto del Sector Turístico".

La Gala de Premios a los Editores del Año, que organiza AEEPP, ha concedido el Premio a la Trayectoria Profesional a los editores del Grupo NEXO por alcanzar el número 1.000 de Periódico NEXOTUR. El evento ha congregado en Madrid a dos centenares de editores venidos de toda España, desde directores de diarios digitales o en papel como Pedro J. Ramírez ("El Español"), Ignacio Escolar ("ElDiario.es") o José Antonio Mallou ("Información" y TV7), entre otros, hasta presidentes de agencias de noticias, como José Manuel González Huesca ("Servimedia"), grupos de revistas profesionales, como Ignacio Rojas ("Peldaño"), y numerosos editores de periódicos, revistas y digitales españoles.

Arsenio Escolar, presidente de AEEPP (única gran Organización estatal de Editores que forma parte de CEOE y de Cepyme), destacó "el esfuerzo y el mérito de los editores españoles", agradeció al colectivo su "implicación y participación en la transformación del Sector" y aprovechó la presencia de políticos y miembros del Gobierno para reclamar "la equiparación del IVA digital al del papel" y exigió "mayor transparencia en el reparto de la Publicidad Institucional".

El evento contó con la presencia de representantes del Gobierno de España, encabezados por el Secretario de Estado de Comunicación, y de varias Comunidades Autónomas, así como de todos los partidos políticos (PSOE, PP, Ciudadanos, Podemos, Vox, etc.) y diputados y senadores, que departieron con los editores en el cóctel-cena que se sirvió tras la gala, amenizado por un concierto de música clásica, a cargo de un cuarteto de cuerda.

Tras la proclamación de los premiados, que corrió a cargo del director general de AEEPP, Carlos Fernández Astiz, "por alcanzar la edición número 1.000 de NEXOTUR" ("lo cual no es moco de pavo", apuntó), el presidente del Jurado y la directiva de la Asociación de Editores, Joaquín Abad y Margarita Jerez, hicieron entrega al director de NEXOTUR y al consejero delegado del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz Rodrigo, de la Medalla de AEEPP y los Diplomas de Honor del Premio a la Trayectoria Profesional.

En su alocución, que obtuvo una cerrada ovación por parte de los asistentes, Eugenio de Quesada afirmó que "NEXOTUR lleva 22 años, semana a semana, con más de 1.000 ediciones, ayudando a vertebrar las Organizaciones empresariales y ser un 'lobby' blanco al servicio de los intereses generales del conjunto del Sector Turístico". El director de NEXOTUR recordó que "el Grupo NEXO fue el primero en crear un diario digital de Turismo, en el año 2000, que nos permite (desde hace casi dos décadas) mantener contacto diario con los profesionales y empresarios del Sector".

Éxito y convivencia

"Hay un hecho que nos orgullece especialmente, además de nuestra gente, un gran Equipo que es la clave de que la veintena de publicaciones que edita el Grupo NEXO sean una realidad", y que Eugenio de Quesada quiso "subrayar, aquí y ahora: el digital Nexotur.com ha tenido un reconocimiento que no somos capaz de agradecer lo suficiente", ya que, "según los datos oficiales de Google Analytics acumulados durante los dos últimos años y contabilizando las 24 horas del día, los cinco días de la semana y los 12 meses del año (incluyendo las horas de la noche, los fines de semana, los días festivos y los meses de menor actividad), nuestra Plataforma Digital de Información Turística supera 15 minutos de tiempo medio de lectura diaria por usuario".

El éxito del digital Nexotur.com es "un hito", que De Quesada calificó como "milagroso, ya que equipara el tiempo de lectura del diario digital al de la edición en papel, y que hace posible la convivencia entre lo digital y lo impreso", al tiempo de "reiterar nuestro compromiso, como parte de la Sociedad Civil, con un Sector tan importante para nuestra Economía como es el Turismo".

El consejero delegado del Grupo NEXO, Carlos Ortiz Rodrigo, por su parte, en una breve intervención, hizo especial énfasis en que "hemos cumplido 30 años como empresa y durante este tiempo nos hemos esforzado muchísimo", reconociendo que "hemos tenido años buenos, aunque los últimos 10 años han sido bastante duros, pero os prometo que en los próximos años, apoyándonos en todo nuestro Equipo, nos esforzaremos mucho más", aseguró.

Los Premios AEEPP se han convertido en la gran referencia en el Sector Editorial y de la Comunicación en España. En esta ocasión, además de los editores del Grupo NEXO, una veintena de empresas y profesionales del mundo de la comunicación han sido galardonados, en la solemne ceremonia celebrada en el auditorio de la Real Casa de la Moneda de Madrid. El Jurado de los Premios estuvo compuesto por Margarita Jerez, miembro de la Junta Directiva de AEEPP; Miguel López-Quesada, presidente de la Asociación Española de Directores de Comunicación; Eduardo Cicuéndez, director de Proyectos de Comunicación y Marketing de Correos; y Miguel Ormaetxea, editor de Mediatics; bajo la presidencia del editor Joaquín Abad y actuando el director general de AEEPP, Carlos Fernández Astiz, como secretario.

Eugenio de Quesada interviene en la Gala de Premios a los Editores del Año.

AEEPP, Organización líder

La Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas (AEEPP), única Organización empresarial de ámbito estatal integrada en la CEOE y Cepyme, está formada por más de 140 grupos y empresas editoriales, que editan más de un millar de cabeceras, cubriendo todas las temáticas y sectores (información general, especializada y profesional) de todas las periodicidades (diarios, semanarios, quincenales, mensuales, anuarios, especiales, etc.) y en todos los canales y soportes (impresos, digitales, gratuitos, de pago, multimedia, aplicaciones móviles...).

Los Editores de AEEPP publican, mensualmente y en conjunto más de 4 millones de ejemplares, con una audiencia estimada superior a 15 millones de lectores (en periódicos y revistas) y casi 90 millones de visitantes únicos (en publicaciones digitales), contando con más de 2.500 trabajadores directos, en su mayoría periodistas. Anualmente, publican más de 500 millones de ejemplares de sus revistas y periódicos. La audiencia total estimada de las Publicaciones de AEEPP supera 200 millones de lectores (en periódicos y revistas) y casi 1.000 millones de visitantes únicos (en publicaciones digitales). Los Editores de la AEEPP emplean a más de 2.500 trabajadores directos, en su mayoría periodistas.

IAG7 Viajes obtiene la certificación ISO 27001

IAG7 Viajes ha obtenido la certificación ISO 27001, que garantiza tanto a clientes como a proveedores la confidencialidad, integridad, disponibilidad y legalidad de la gestión de la información. La agencia que dirige Fina Muñoz consigue así la triple certificación ISO, que une a los otros dos estándares en materia de calidad (ISO 9001) y medio ambiente (ISO 14001) con que ya contaba.

Las aerolíneas europeas, las que más crecen en enero

Las compañías aéreas registran en enero un 6% más de pasajeros en sus rutas internacionales. Según la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), la capacidad sube un 5,8%, por lo que el factor de ocupación se eleva 0,2 puntos porcentuales, ascendiendo al 79,8%. El factor de ocupación de las aerolíneas europeas cae cerca de un punto.

España, tercer emisor de turistas hacia Portugal

La aportación del Turismo a la economía portuguesa marca un nuevo récord histórico en 2018. Según Turismo de Portugal, los ingresos turísticos ascienden a 16.600 millones de euros, un aumento interanual del 9,6%. Con 2.158 millones y un crecimiento del 8,2%, España se posiciona como el tercer mercado emisor, solo por detrás de Reino Unido y Francia.

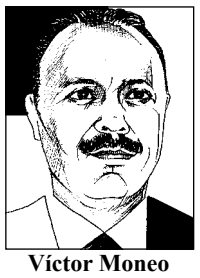
Prohíben acceso de buses al Faro de Formentor

El gobierno balear ha prohibido el acceso de autocares al Faro de Formentor este verano, lo que afectará al transporte discrecional turístico, agencias de viajes y turoperadores. Tanto la Federación de Empresarial de Transporte Balear (FETB) como la Agrupación de Empresas de Viajes de Baleares (Aviba) ya pusieron en conocimiento a la Consejería de movibilidad y del Consejo de Mallorca de su postura.

La venta directa de los hoteles españoles 'se está incrementado de forma considerable'

La aerolínea defiende que la alianza aporta 'claros beneficios' a los clientes

El acuerdo suscrito entre Iberia, British, Latam y American "tiene claras ventajas para los clientes", que se beneficiarán de "más destinos, más frecuencias y tarifas más competitivas". Iberia responde así a las críticas de las agencias de viajes chilenas que aseguran que "se está autorizando el cártel más grande".


Víctor Moneo

Iberia sale al paso de las críticas contra la alianza de su matriz, International Airlines Group (IAG), con Latam y American Airlines en América Latina. "Es importante resaltar que el acuerdo ha sido aprobado ya en otros países", apunta el director de ventas de Iberia y British Airways en América Latina, Víctor Moneo, quien incide en que "tiene claras ventajas para los clientes, pues van a poder acceder a más destinos, más frecuencias y tarifas más competitivas".

En el caso concreto de Chile, donde la Asociación Chilena de Empresas de Turismo (ACHET) ha interpuesto un recurso ante la Corte Suprema en el que pide que prohíba la alianza, el directivo explica que "el acuerdo también ha sido aprobado con condiciones que ahora mismo está analizando IAG". Asimismo, recuerda que "entre Iberia, British Airways, American Airlines y Finnair ya hay un acuerdo similar para operar las rutas entre Europa y el Atlántico Norte, que ha tenido claros beneficios para los clientes en cuanto a destinos, precios y frecuencias disponibles".

Como publicó NEXOTUR, ACHET ha acusado a las cuatro aerolíneas de pretender fijar los precios de los billetes de avión entre Europa y América del Norte, que es lo que "precisamente quiere evitar la ley que protege la libre competencia". Es más, afirma que las citadas compañías aéreas "no sólo fijarán coordinadamente los precios de los pasajes, sino que también van a regular conjuntamente las frecuencias de vuelos, la capacidad, el número de asientos y demás políticas comerciales".

Serios perjuicios

En contraposición con el argumento e Iberia, la Asociación asegura que acuerdos de estas características "no han sido autorizados ni en Estados Unidos ni en la Comunidad Europea, ni en ningún país que tenga los niveles de concentración que existen en Chile". En palabras de su secretaria general, Lorena Arriagada, "se está autorizando el cártel más grande que ha existido en la industria aérea y esto generará serios perjuicios para los consumidores y para el Turismo nacional".

El Turismo aporta uno de cada siete euros a la economía española

Gloria Guevara

Un nuevo informe del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) pone de manifiesto el papel crucial del Turismo en la economía española. Según los datos recabados por dicha entidad, el Sector aporta uno de cada siete euros generados por la economía española, representando el 14,6% del Producto Interior Bruto (PIB). Son casi tres puntos más en comparación con la última estimación de la Mesa del Turismo y la Universidad de Nebrija, que sitúa el peso del Turismo en el 11,8%. Esta diferencia podría deberse a que en el primer dato se incorpore tanto la contribución directa como la indirecta.

Volviendo al informe de WTTC, la aportación económica de esta actividad asciende a 178.000 millones de euros en el global de 2018, un 2,4% más que en 2017. Mientras tanto, en materia de empleo representa el 14,7% del total, con una cifra aproximada de 2,8 millones. Para el presente año, la entidad estima un nuevo crecimiento del 2,8%.

"En España, el gasto del consumidor experimentó un crecimiento sólido y el Sector tuvo un buen desempeño el año pasado", apunta la presidenta y CEO de WTTC, Gloria Guevara, quien asegura que el país "tiene potencial para aumentar el tamaño en términos económicos del Turismo".

Turismo de negocio

A su juicio, el Turismo de negocios es una de las vías para que España, que en 2018 ha superado a Estados Unidos en recepción de turistas internacionales, mantenga una línea ascendente. "En la actualidad, los viajeros de negocios representan solo el 12% de todo el gasto en España frente al promedio europeo del 21%", revela. En este sentido, destaca que la Cumbre Global de WTTC, que llegará a Sevilla en abril, se celebra en el "lugar apropiado".

El futuro de las agencias de viajes será el eje central del XXII Congreso Turístico de UNAV en Segovia

La Asociación espera reunir a 250 agentes en el teatro Juan Bravo entre los días 4 y 6 de abril

Cuenta atrás para la celebración de una de las citas de referencia del Sector Turístico español. Del 4 al 6 de abril, Segovia (teatro Juan Bravo) albergará la vigésimo segunda edición del Congreso de la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV). Es la cuarta vez que una ciudad de Castilla y León se convierte en sede de este evento, en el que se darán cita unos 250 agentes de viajes. Anteriormente lo fueron Zamora, Ávila y León.

El futuro de las agencias de viajes será el tema central del congreso, que este año estrena un formato renovado, más ágil y dinámico, con charlas pautadas siguiendo la metodología TED y debates abiertos a la participación. Según el presidente de UNAV, Carlos Garrido, "vamos a poder compartir junto a los mejores expertos sus experiencias y casos de éxito para que nos sirvan en la planificación de las estrategias de nuestros negocios".

"Queremos un congreso abierto, en el que podamos oír y conocer a todos los compradores de viajes, sea cual sea su edad, el tipo de viaje que realicen, su mentalidad o, incluso, el canal que utilicen para la contratación, con la finalidad de entenderles y de saber qué es lo que realmente esperan de nosotros", explica Garrido. "En definitiva, queremos buscar cómo podemos anticiparnos a las tendencias que demandan los viajeros y a las oportunidades que pueda surgir en el futuro", prosigue

Encuentro con 'millennials'

En seis sesiones de trabajo diferentes se abordarán temas de especial relevancia como la transformación de otros sectores; las nuevas tendencias que demandan los clientes en sus viajes; estrategias para captar y fidelizar a estos clientes; o la importancia de la tecnología aplicada a las agencias. También habrá conferencias sobre el valor del cliente corporativo y cómo debe ser la agencia de viajes de futuro.

En la mesa redonda, por vez primera, estarán frente a frente representantes sectoriales y proveedores con un grupo de millennials. La Asociación busca así conocer mejor la realidad, propiciar un mayor acercamiento y profundizar en el entendimiento de los clientes del futuro. Por último, también se tratarán los principales problemas a los que se enfrenta el Sector, dedicando especial atención a la nueva Ley de Viajes Combinados, la Ley de Protección de Datos y la relación con las compañías aéreas.

Además del programa técnico, los congresistas tendrán la oportunidad de disfrutar de una intensa agenda social y cultural en Segovia. Incluirá la visita a algunos de sus principales puntos de interés turístico (Palacio Real de Riofrío, Catedral, Alcázar de Segovia, Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente, La Granja de San Ildefonso, Real Fábrica de Cristales y Safari Ibérico de Segovia) y posibilitará conocer una muestra de su oferta gastronómica y hostelera (Mesón Cándido, Parador de Segovia, Restaurante Convento de Mínimos, Restaurante La Portada de Mediodía...).

El teatro Juan Bravo de Segovia será la sede del Congreso.

IATA ha implementado 'con éxito' el nuevo sistema NewGen Iss en 40 países a lo largo del pasado 2018

A finales de este 2019 acaparará el 90% de las ventas realizadas a través del prgrama BSP

Tras la implementación "exitosa" del NewGen ISS en 40 países durante 2018, IATA proseguirá con la expansión de un proyecto que cuenta con el rechazo del Sector de agencias. Su previsión es que se instaure en cerca de 70 países este 2019, llegando a representar el 90% de las ventas en efectivo del BSP. Para apoyar el lanzamiento global, ha llevado a cabo una reestructuración de sus sistemas de liquidación financiera. En concreto, ha creado centros de entrega en cuatro ubicaciones diferentes: Beijing, Madrid, Montreal y Singapur.

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) avanza en el proceso de implementación a nivel mundial del NewGen ISS, sistema que supondrá un antes y un después en las relaciones entre agencias y aerolíneas. Según ha podido saber NEXOTUR, a lo largo de 2018 se instauró en 40 países.

Tras el "éxito" cosechado en esta fase inicial, que según el *lobby* aéreo "ha sido solo el comienzo", el proyecto, al que se oponen las primeras Organizaciones empresariales del Sector de agencias de viajes, llegará a cerca de 70 países más durante el presente 2019. Es más, IATA calcula que al cierre de este año acaparará "el 90% de las ventas globales en efectivo del BSP", que en 2018 procesó más de 190.000 millones de euros en todo el mundo. El proceso de implementación concluirá en 2020, año en el que está prevista su adopción en los últimos 26 países, la mayoría de ellos poco representativos para la industria aérea.

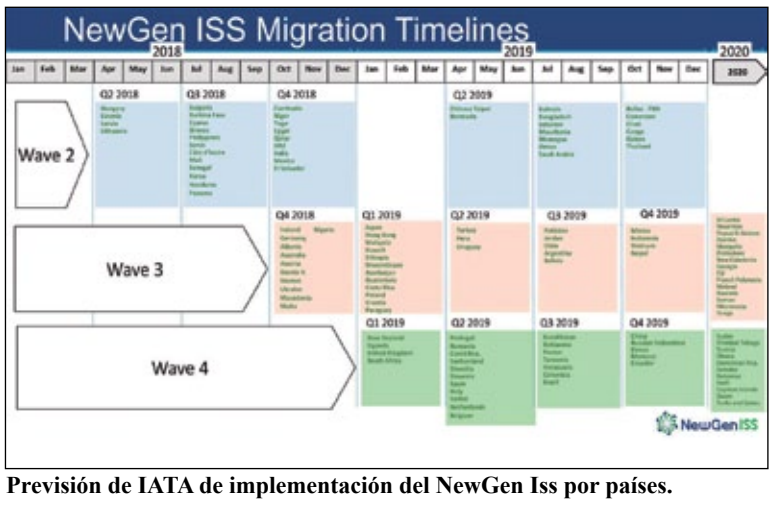
Como publicó este periódico, NewGen Iss se implementará en España el 1 de mayo de este 2019, el mismo día que lo hará en Portugal, entre otros países. En las dos grandes potencias de Europa, como es el caso de Alemania y Reino Unido, se acaba de poner en marcha, mientras que en Francia e Italia lo hará en julio y agosto, respectivamente.

Varios centros de entrega

Para apoyar el lanzamiento global del proyecto, IATA ha llevado a cabo una reestructuración de sus sistemas de liquidación financiera. En concreto, ha creado centros de entrega en cuatro ubicaciones diferentes: Beijing, Madrid, Montreal y Singapur. Se trata de un cambio de gran envergadura que ha afectado a aproximadamente una cuarta parte de su personal.

De las diferentes medidas recogidas en el NewGen Iss, la que más preocupación ha generado entre los agentes de viajes es el sistema de pago EasyPay, por el cual el importe del billete queda bloqueado en la cuenta del agente en el momento en que se autoriza la emisión del mismo. Otro de los cambios más relevantes 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 necesiten tener una licencia en cada país y les sirva una sola.

A estas medidas se agregó una adicional en la recta final de 2017.



Previsión de IATA de implementación del NewGen Iss por países.

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.

Tenerife albergará el V congreso del ICTE

Puerto de la Cruz (Tenerife) será la sede del V Congreso Internacional de Calidad Turística, evento que organiza el Instituto para la Calidad Turística Española. Tras una larga deliberación, la junta directiva, formada por todas las Organizaciones empresariales del Sector Turístico y las tres administraciones (central, autonómica y local), se ha decantado por la ciudad tinerfeña.

Air Europa cambia la pernocta de tripulación

Air Europa reacciona y cambia el lugar de pernocta de la tripulación que cubre la ruta Madrid-Caracas. A partir de ahora dormirán en Punta Cana, en vez de en la capital venezolana. La aerolínea de Globalia toma esta decisión después del incidente sufrido en el país por sus empleados, si bien minimiza la gravedad del mismo y desmiente la versión publicada por diferentes medios.

Confebus organiza su primer foro profesional

La Confederación Española del Transporte en Autobús (Confebus) organiza Confebus Summit 2019, el primer foro profesional del sector del transporte en autobús. El miércoles 27 de marzo de 9 a 14 horas en e Auditorio del Colegio Oficial de Arquitectos, Madrid acogerá a principales expertos, profesionales y representantes públicos relacionados con el transporte en autobús.

Servantrip y Viajes Eco trabajarán juntos

Servantrip ha llegado a un acuerdo con Viajes Eco con el propósito de mejorar la experiencia del viajero, ofreciendo servicios de movilidad para sus paquetes turísticos en todo el mundo. Esta plataforma B2B proporciona servicios de viaje adicionales en todo el mundo, con traslados al aeropuerto y conductores privados disponibles en más de 750 destinos.

Directivas del Sector Turístico se unen para luchar por el empoderamiento de la mujer

ASEET respalda 'a las mujeres directivas para que su número siga creciendo'

"Tenemos que encontrar argumentos sólidos que enriquezcan el debate, porque todos somos compañeros en la búsqueda de una sociedad mejor", asegura la presidenta de la nueva Asociación de Ejecutivas de Empresas Turísticas (ASEET), Susana Fernández. "Todas aquellas medidas que nos afectan se deben negociar en un plano de igualdad", subraya la directiva de Descubre Viajes. Asimismo, critica a aquellos que se oponen al "desarrollo profesional de las mujeres dificultando su promoción".

De los más de dos millones de empleos vinculados al Turismo que hay en España, un 57% los ocupan mujeres. Sin embargo, pese a tener un peso más relevante, tan solo un 3% llega a puestos de dirección. Ante la necesidad de "reivindicar el liderazgo femenino", un grupo de empresarias y directivas del Sector ha dado forma a la denominada Asociación de Ejecutivas de Empresas Turísticas (ASEET).

Aunque el proyecto arrancó el pasado verano, ha sido ahora cuando ha dado el paso decisivo, convirtiéndose en asociación integrada en la Federación Internacional (FIASEET), a la que ya pertenecen otras organizaciones de mujeres del Sector Turístico en Perú, Colombia, México, Brasil, Argentina, Chile y Paraguay.

Argumentos sólidos

El objetivo de sus impulsoras, entre las que se encuentran directivas de Iberia, IAG7 Viajes, Finnair, Minor Hotels, CHH Hoteles y Telefónica, entre otras empresas, es conectar a mujeres con poder de decisión, uniendo todos los subsectores de la industria turística e integrando a las asociadas para lograr una mejor comercialización de sus productos. "Desde ASEET respaldamos a las mujeres directivas para que su número siga creciendo y empujamos la presencia femenina en el ámbito turístico", remarcan.

En palabras de su presidenta, Susana Fernández (de Descubre Viajes), "tenemos que encontrar argumentos sólidos que enriquezcan el debate, porque todos somos compañeros en la búsqueda de una sociedad mejor". "Todas aquellas medidas que nos afectan se deben negociar en un plano de igualdad", subraya Fernández.

Asimismo, critica a aquellos que se oponen al "desarrollo profesional de las mujeres dificultando su promoción e incidiendo negativamente en las bajas maternales, limitando el acceso a guarderías en los centros de trabajo, la desigual retribución salarial para las mismas funciones, etc.". "No es de recibo y no lo debemos permitir", sentencia.

Directivas dan forma a la Asociación de Ejecutivas de Turismo de España.

Dit Gestión se alía con Infinity Latam para crear un Grupo comercial en Colombia

El 60% de los agentes de viajes que trabajan en Colombia son 'freelance'

Dit Gestión refuerza su apuesta por Colombia, donde opera desde 2014 y dispone actualmente de cerca de medio centenar de puntos de venta. La empresa vasca ha sellado una alianza estratégica con Infinity Latam para, de forma conjunta, crear un Grupo de gestión en el país.

Su presidente, Jon Arriaga, explica que "el mercado turístico colombiano está experimentando un gran auge, tanto en el apartado receptivo como en el emisor, tras la desaparición de la guerrilla y los diversos cárteles existentes". Además, "el país dispone en estos momentos de una de las rentas per cápita más interesantes de Latinoamérica", prosigue.

Y a todo ello se suma la singularidad de su tejido empresarial. Y es que, a diferencia de España, en Colombia más del 60% de los agentes de viajes son freelance sin una estructura que les de soporte. "La intención de Infinity Latam es agrupar tanto a ellos como al resto de agencias del país con título-licencia, dándoles un planteamiento unificado", detalla Arriaga.

Infinity Latam ha contado con estand propio en la Vitrina Turística.

Infinity Latam es una empresa de reciente creación cuyo objetivo es la puesta en marcha de Grupos de gestión en varios países de Latinoamérica. Utilizará para ello la tecnología e ideología de Dit Gestión adaptada a las necesidades y peculiaridades del mundo latino. En el caso concreto de Colombia, su pretensión es consolidarse como el Grupo comercial de referencia en un plazo de dos o tres años.

Para llevar adelante este proyecto se ha constituido un equipo directivo que opera desde Bogotá. La primera toma de contacto de la empresa con los profesionales turísticos se ha producido en el marco de la Vitrina Turística, donde ha contado con estand propio.

Turquía y España, cara y cruz en el emisor alemán

Norbert Fiebig

Todo lo contrario ocurre con Turquía, que protagoniza un espectacular incremento del 58%. Según los datos de la Asociación Alemana de Agencias de Viajes (DRV), también evolucionan de forma positiva países como Egipto, Túnez, Bulgaria y Croacia. La venta anticipada retrocede respecto al pasado año

En conjunto, el volumen de reservas para el verano efectuadas por turistas alemanes es un 2% inferior respecto al ejercicio anterior, en el que además de registrarse unos resultados históricos, se produjo un gran comportamiento de la venta anticipada. Al respecto, DRV sospecha que "este verano los alemanes están planeando sus vacaciones de verano un poco más tarde de lo habitual", si bien se muestra convencida de que las contrataciones se animarán "en las próximas semanas". Es más, prevé un "ligero aumento" interanual en esta temporada estival.

Echando la vista atrás, la Asociación revela que 2018 "estuvo particularmente marcado por el poderoso retorno de Turquía". Tras las "drásticas caídas" de 2016 y 2017, los viajes de alemanes a este país crecen con fuerza, ascendiendo a 4,5 millones en el global del año. También registran subidas destinos como Egipto, Túnez, Marruecos, Bulgaria, Francia, Croacia, Portugal e Italia.

Primera opción

España, por su parte, se mantiene como la primera opción de los turistas de Alemania a pesar de la bajada que experimentó durante los meses de verano. Según las estimaciones del Instituto Nacional de Estadística (INE), España recibió 11,4 millones de viajeros procedentes de este mercado emisor en el global de 2018, lo que supone un retroceso interanual del 4%.

H10 Hoteles actualiza el diseño de su página web

La cadena H10 Hotels presenta una nueva versión de su página en Internet en la que optimiza su diseño y estructura manteniendo las principales características de la versión anteriormente analizada, y su gestión de reservas.

La web de P&O Ferries no ofrece muchos cambios

La nueva página web de P&O Ferries conserva, con algunos cambios en su diseño y estructura, la mayoría de las características de la anterior, aunque ya no ofrece el sistema de afiliados y sigue sin reserva para las agencias de viajes.

Nueva versión de la web de Turismo en Toledo

El Ayuntamiento de Toledo sustituye la página de Turismo por otra *responsive*, con nuevos diseño, estructura y dirección, que mantiene la completa información de la anterior sobre sus atractivos turísticos e incluye nuevos buscadores de servicios.

Los Palacios de España renuevan su página web

La Asociación de Palacios de Congresos de España presenta una nueva página en Internet en la que ofrece información sobre la entidad, sus miembros, sus objetivos, los palacios de congresos asociados y un formulario para solicitar sus espacios.

Vueling facilita la compra de billetes a través de un asistente virtual en su apuesta por la inteligencia artificial

La aerolínea junto a Cognigy ha mostrado en el Mobile World Congress de Barcelona un prototipo

Vueling ha presentado en la última edición del Mobile World Congress de Barcelona una prueba piloto de un asistente virtual que facilita la compra de billetes de avión. Este proyecto, realizado en cooperación con Cognigy y Rich Communication Services (RCS), es el resultado de la apuesta de la compañía aérea por la inteligencia artificial que, según explican sus responsables, es "una de las tecnologías más prometedoras para mejorar la experiencia de compra de los clientes".

Durante el congreso, tanto Vueling como Cognigy han mostrado un prototipo de asistente virtual, que mediante la introducción de tecnología RCS (Rich Communication Services), hace que la adquisición de billetes de avión a través de mensajes de texto RCS sea efectiva y eficiente.

Optimizar el tiempo

El director de IT de Vueling, Javier Álvarez, ha señalado que "fruto de iniciativas como ésta, tendremos la oportunidad de optimizar el tiempo de nuestros clientes y simplificar el proceso de compra". "Nuestro objetivo es continuar ofreciendo soluciones que favorezcan las interacciones de la aerolínea en su relación con el cliente", asegura.

Además, ha hecho hincapié en que "la tecnología es un elemento estratégico clave para mejorar la experiencia del cliente". En ese sentido, trabajar con empresas líderes como Cognigy o Google nos permite posicionarnos como referentes", concluye.

La tecnología es un elemento estratégico clave.

Lufthansa y Amadeus renuevan su alianza

The Lufthansa Group (LHG) y Amadeus han renovado su histórica alianza tecnológica que mantienen desde hace 30 años. Gracias al acuerdo, los sistemas tecnológicos —para las reservas, el control de salidas y la gestión de inventario— de las aerolíneas del grupo seguirán siendo gestionados en Altéa Passenger Service System (PSS) de Amadeus, entre otros servicios.

Tarifa paquete en 20.000 hoteles de Expedia TAAP

Expedia Partner Solutions (EPS) añade Tarifas de Paquete en más de 20.000 hoteles de cadena reservables a través del buscador de tarifas de paquete de Expedia TAAP. La herramienta de reservas, con años de experiencia en el mercado, se va optimizando constantemente para facilitar su uso y proporcionar así una experiencia de reserva de primer nivel.

Campanile apuesta por su sistema de detección facial

Campanile sigue apostando por su sistema de detección de emociones faciales de sus clientes. Un año después de su implantación en el hotel de Cornellà (Barcelona), instala también este sensor en el establecimiento de Alcalá de Henares. Se trata de una iniciativa pionera en el sector hotelero de España, llevada a cabo conjuntamente con Imotion Analytics.

'Startup' crea asistente virtual para alquileres

Una *startup* ha desarrollado un *software* basado en inteligencia artificial para ayudar a los gestores de alojamientos turísticos a mejorar la experiencia de sus huéspedes. Se trata de la aplicación Komodore, que ofrece una atención automática y personalizada durante las 24 horas y los siete días de la semana. Cuenta con el apoyo de la aceleradora de startups impulsada por el empresario Juan Roig.

El Gobierno lanza la página web 'Preparados para el Brexit'

El Ejecutivo central reconoce que el Brexit tendrá un 'indudable impacto'

El Gobierno central ha puesto en marcha un 'portal' en Internet específico sobre el Brexit. Impulsado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, cuenta con apartados sobre estas tres áreas, si bien de momento no ofrece mucha información. Se encuentra alojado en el 'portal' del ministerio.

Reyes Maroto

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo pone en funcionamiento la web 'Preparados para el Brexit', que recoge información sobre el proceso de salida de Reino Unido de la Unión Europea en relación con las áreas de competencia del departamento. Alojada en el 'portal' del ministerio (*www.mincotur.gob.es*), proporciona asesoramiento a los ciudadanos europeos y británicos, así como a las empresas y operadores que mantienen relación económica o comercial con Reino Unido.

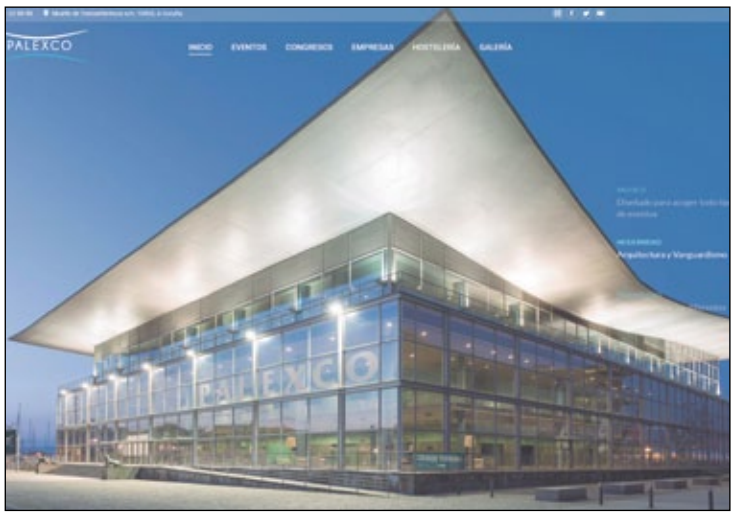
El espacio ofrece enlaces a las tres áreas del departamento que dirige Reyes Maroto. En relación al Turismo, aborda cuestiones como los derechos de los turistas como consumidores de servicios de viajes combinados o los derechos a la cobertura sanitaria, si bien de momento no ofrece mucha información.

Además de tratar ambas cuestiones, la web aborda cuáles serán los pasos a seguir una vez se produzca el divorcio entre Reino Unido y la Unión Europea. En el caso de una marcha con acuerdo, recuerda que "el 8 de diciembre de 2017 se publicó un informe conjunto Reino Unido-Unión Europea que marca las líneas principales del acuerdo".

Plan de contingencia

Mientras tanto, si hay un Brexit duro, explica que la Comisión Europea ha adoptado un plan de acción de contingencia, que incluye medidas en diversos ámbitos. Paralelamente, el Gobierno español aprobó en el Consejo de Ministros del pasado 1 de marzo un real decreto ley con medidas para "contrarrestar, en la medida de lo posible, los efectos indeseados derivados de una retirada del Reino Unido sin acuerdo en aquellos ámbitos de competencia estatal que se juzgan indispensables para favorecer una transición adecuada a la nueva situación". Con este plan de acción pretende preservar los intereses de los ciudadanos, españoles y británicos, que ejercieron su derecho a la libre circulación antes de la fecha de retirada, así como preservar el normal desenvolvimiento de los flujos comerciales y los intereses económicos de España.

Pese a todo ello, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo reconoce que "la salida de Reino Unido de la Unión Europea", con independencia de que haya o no acuerdo, "tendrá un indudable impacto en las estrechas relaciones económicas y comerciales entre ambos países". En esta línea, hace referencia al peso de este mercado en el destino España, con 18,5 millones de turistas recibidos en 2018.



La nueva página web de Palexco.

Palexco estrena una página web más sencilla y visual

El Palacio de Exposiciones y Congresos de La Coruña (Palexco) ha estrenado una nueva web en la que, con un diseño más claro y sencillo, facilita a los usuarios la navegación y la búsqueda de información. La nueva página cuenta con un diseño *responsive*, adaptado a los nuevos dispositivos y navegadores actuales.

Desde el Grupo Comar, empresa que gestiona el recinto, han señalado que la distribución de los contenidos se ha cuidado especialmente para generar una página moderna con contenidos actualizados. Los colores predominantes de la misma son el azul y blanco, que completan la imagen corporativa, consiguiendo aportar luminosidad y ligereza visual a la página.

En la nueva web, además de conocer todos los detalles de cada uno de los espacios del palacio, los visitantes podrán encontrar información sobre los próximos eventos, así como los servicios disponibles de congresos y servicios de hostelería.

El Forum TurisTIC debatirá la transformación digital del Turismo para incrementar la competitividad del Sector

La séptima edición del congreso organizado por Eurecat presentará tecnologías aplicables al Sector Turístico

El próximo 26 de marzo, el auditorio del CaixaForum en Barcelona acoge la séptima edición del Forum TurisTIC, organizado por el centro tecnológico Eurecat. El objetivo, abordar cómo el Sector Turístico está adaptando las necesidades de los negocios a la transformación digital para mejorar los procesos, el servicio y la relación con el cliente, la creación de nuevos modelos de negocio y la eficacia.

Como destaca el responsable de la línea de TIC y Turismo del Departamento de Innovación Turística de Eurecat, Joan Borràs, "el nuevo paradigma del sector ante la implantación de las las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) requiere una adaptación estratégica por parte de las empresas". La transformación digital y la aplicación de las nuevas tecnologías "mejora el servicio dirigido al cliente final y puede hacer el sector más productivo y competitivo en el contexto cambiante actual", añade.

Líneas de transformación

En esta línea, en la conferencia 'Los ejes de la transformación digital', Borràs pondrá de relieve las seis líneas de transformación estratégica de las empresas turísticas, de entre las que destacan los nuevos modelos de negocio, la relación con los clientes, la implantación de ciberseguridad o cómo afectan las TIC en la toma de decisiones.

Durante el congreso también se presentarán tecnologías aplicables al Sector Turístico, como un sistema de gestión de reservas para ordenar mesas de un restaurante emulando el razonamiento humano, Inteligencia Artificial para recomendar viajes o una herramienta para conocer y seguir el flujo de turistas para evitar colas, entre otras innovaciones. El Forum TurisTIC finalizará con un debate sobre cómo evolucionará el negocio turístico y los retos de la transformación digital en el que participarán empresas tecnológicas y organizaciones turísticas.

La séptima edición del Forum TurisTIC cuenta con el patrocinio principal de la Generalitat de Catalunya a través del Departamento de Empresa y Conocimiento, el Ayuntamiento de Barcelona, la Diputación de Barcelona y Elogia y el patrocinio de Orange.

Forum TurisTIC se celebra el 26 de marzo en el auditorio del CaixaForum.

avasa news

La 22ª Convención de AVASA ha sido un éxito

Bajo el lema "Innovando junto a ti", ha sido su convención más innovadora y tecnológica. Ha contado con la participación de más de 600 profesionales del turismo.

Durante **los días 1 y 2 de marzo, AVASA ha celebrado su 22ª Convención anual** en Sitges con una asistencia de más de 600 profesionales del turismo.

El lema "Innovando junto a ti" resume perfectamente lo que Avasa ha transmitido en este encuentro.

La nueva etapa del Grupo se dirige hacia un camino de innovación y desarrollo de nuevos proyectos adelantándose a las nuevas tendencias del sector, pero su premisa actual es hacerlo siempre de la mano, junto a ellos, tanto de sus asociados como de sus principales colaboradores y partners.

App Exclusiva para la Convención

Como novedad tecnológica, todos los asistentes han podido disfrutar de una app exclusiva para esta Convención con un exitoso uso.

A través de esta, los usuarios han consultado toda la información de la Convención, han recibido notificaciones en tiempo real, han disfrutado de un chat compartiendo impresiones y momentos del encuentro, han tenido acceso a un buzón de sugerencias y han valorado todas las actividades.

1er Foro Debate de AVASA

La jornada del viernes comenzó con la celebración de su **FORO AVASA**, bajo el título **"Tendencias en la comercialización de servicios turísticos a través de las AAVV"**. Se trató de tecnología aplicada al big data, estrategias de venta, cross selling, up selling, paso del Business Travel al B-Leisure, ...

Este Debate destacó por la **participación de grandes profesionales y referentes del sector turístico**, contando con 4 ponentes, **José María González Álvarez** (Director General mundial de la Unidad de Negocios de Alquiler de coches en Europcar Mobility Group), **Jose Miguel Moreno** (Vice President Global B2B Sales en Meliá Hotels International), **David García** (Director Comercial de Vueling), **Amuda Goueli** (Co-Founder and CEO at Destinia.com) y con **David Vidal Cabaleiro** (Director Comercial de Amadeus España) como moderador del debate.

Cursos de formación

Durante la tarde del viernes se llevaron a cabo **8 cursos de formación** en sesión doble, de 2 horas cada uno, contando con **la asistencia de unos 300 agentes de viajes.** Los temas tratados fueron los siguientes:

TÉCNICAS DE VENTA - Neurociencia para la venta, impartido por Iñaki Aliende, Entrepreneur in Learning and Tech industry.

VIAJES COMBINADOS - Responsabilidades de la agencia en la venta de viajes combinados, impartido por Julia Petit Terradas, Abogada en Tourism & Law.

TRIPCARE - Localización de pasajeros en tiempo real, Duty of care y el deber de protección. / VOXEL - Digitalización de procesos administrativos. Impartidos por Gemma Gimenez, Managing Director at Tripcare Solutions y Juanjo Cabello, Strategic Business en baVel - Voxel Group.

IATA - Principales cuestiones que afectan a las AAVV, impartido por Teresa García, Global Default Insurance, Senior Manager at (IATA) y Carlos Paredes, Manager, Customer Services at IATA

AMADEUS - RTS + MULTICANALIDAD / BOOKING AVASA - Operativa y Tarifas Especiales. Impartidos por Conchita Campuzano, Sales Delegate en Amadeus IT Group, Cristina Peña, Customer Support en Amadeus IT Group, Marta Sáez, Responsable de Booking en AVASA Viajes y Lluis Lluch, 2º Responsable de Booking en AVASA Viajes.

LOPD - Aplicaciones prácticas de la nueva normativa de protección de datos en las AAVV, impartido por Georgina García-Más Vélez, Directora Área Protección de Datos y Compliance en Tourism & Law.

AVASA COLLECTION - Claves para la venta de viajes de lujo impartido por Elena Peregrín, Directora en KARISMA tours y Marien Riera, Directora de Contratación de AVASA.

AUDITORÍA DE PROCESOS CORPORATE - Cómo mejorar y simplificar todas las gestiones internas de una Agencia de viajes, impartido por Francisco Muñoz, Business Intelligence Analyst en IT Travel Services.

"Gran Workshop" de proveedores

La jornada del sábado comenzó con el tradicional **"Gran Workshop" de proveedores,** con **98 empresas** participantes agrupadas por tipología: Cruceros, Hoteles, Rent a Car, Tour Operadores, Transporte, Aseguradoras y Oficinas de Turismo, destacando que este año contó además con un "espacio tecnológico" específico.

Presentación de la Dirección de AVASA

Durante la tarde del sábado, el **director general de AVASA, Carlos López Bahillo**, expuso los **resultados económicos de las agencias del Grupo**, que han superado los **800 millones** de euros de facturación con sus cerca de **1.500 empleados** y explicó los 3 pilares de la nueva etapa de AVASA: **Tecnología, Comunicación y Expansión**.

Junto con **Elisabet Carbó, directora de AVASA Viajes y Marien Riera, directora de contratación de AVASA**, resumieron todas las novedades del año basadas en tecnología e innovación y presentaron **sus nuevos proyectos, su visión a futuro y su estrategia de trabajo** frente a toda su red de agencias, y este año también como novedad, frente a todos sus proveedores invitados a la Convención.

Encuentro exclusivo empresarios y directivos de proveedores y entrega del Estrabón de AVASA

Otro acto a destacar fue **el encuentro exclusivo para empresarios de agencias y directivos de proveedores** en el que estrecharon lazos profesionales y compartieron nuevas ideas.

Durante este acto, **el presidente de AVASA, Luis Felipe Antoja**, inauguró oficialmente la Convención e hizo entrega, a título personal, del reconocimiento máximo que posee AVASA, **el Estrabón**, (dice la leyenda que fue el 1º viajero de la historia), a **Manuel Muñoz**, que actualmente ostenta el cargo de **Secretario General de Turismo de la Junta de Andalucía**.

Cena de Clausura y Fiesta

El evento finalizó con la **cena de clausura** y posterior intervención del **monologuista** Javi Sancho.

Como broche final, todos los asistentes disfrutaron de un **concierto exclusivo** de la banda "The Tutsies" hasta altas horas de la noche.

Las expectativas puestas en esta 22ª edición se cumplieron con creces, siendo un éxito y reforzando las relaciones profesionales entre todos los que forman parte del Grupo.

¡Únete a nuestro grupo y apuesta sobre seguro!

avasa

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

Viajeros

¿ Responsabilidad civil en un viaje

Pregunta.- **Me gustaría saber cómo cubre el seguro a aquellos viajeros que, por imprudencia o desconocimiento, causan daños a terceros o cometen actos que son considerados delitos o faltas leves en el país de destino.**

Respuesta.- El Turismo cada vez es más accesible y global y los viajeros se desplazan a zonas que hace unos años era impensable llegar. Esta situación da lugar en ciertas ocasiones a choques culturales fuertes, ya que los viajeros afrontan realidades, costumbres y normas de comportamiento que les resultan ajenas. A esto se suma, en algunos casos, los comportamientos imprudentes por parte de viajeros que pueden incurrir en delitos o faltas menores, que a su vez lleven aparejadas indemnizaciones civiles, o situaciones simplemente fortuitas, de las que se desprenda la Responsabilidad Civil del viajero.

Así las cosas, es importante que siempre recomiendes a los clientes de tu agencia de viajes un seguro de viajes que incluya coberturas de Responsabilidad Civil. Entre los seguros de InterMundial se puede encontrar esta cobertura, con límites económicos entre 60.000 euros y 250.000 euros, dependiendo de la póliza contratada.

¿Qué cubriría el seguro ante un caso como los que barajamos? El viajero estaría cubierto en el pago de costes y gastos judiciales, además de la fianza judicial. Por supuesto, siempre hablamos de casos en los que no haya una "intención dolosa", es decir, daños causados de forma accidental y nunca con la intención de causar un mal a terceros y que no exista una negligencia grave por parte del asegurado (conducción temeraria, daños causados bajo los efectos de las drogas o el alcohol, etc.).

Para que una incidencia se tramite como un siniestro de Responsabilidad Civil debe existir, en primer lugar, una reclamación de un tercero o, directamente, una denuncia. En segundo lugar, debe haberse producido una resolución de dicha reclamación en la que se evidencie que el asegurado es el causante del daño, esto es, una resolución judicial. Una vez presentada toda esta documentación y comprobado que, efectivamente, no había intención dolosa por parte del asegurado, pero sí fue él el que originó el daño a indemnizar, la aseguradora procedería a ingresar el dinero correspondiente dentro del límite de la suma asegurada.

Además de correr con los gastos judiciales, una de las coberturas en estos casos es el asesoramiento jurídico por parte de la aseguradora, pues desde el mismo momento del siniestro el asegurado dispondrá de ayuda para cumplir con los pasos que debe seguir, en tiempo y forma.

En cualquier caso, es fundamental que el agente de viajes siempre aconseje al cliente revisar las recomendaciones que el Ministerio de Asuntos Exteriores contempla para el país de destino, tener en cuenta comportamientos que pueden resultar graves y, sobre todo y aunque parezca una obviedad, ser consecuente y llevar a cabo la máxima "en mi casa no lo haría".

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

Agencias

¿ Servicio de atención al viajero

Pregunta.- **Estoy pensando en contratar los servicios de atención al viajero para dar un mejor servicio a mis clientes. ¿Cuáles son los principales motivos por los que los viajeros acuden a este tipo de servicios?**

Respuesta.- El 41% de los viajeros llama por problemas con los vuelos, de los cuales, al 32% le ha cancelado el vuelo, el 25% ha sufrido un retraso, el 14% ha perdido la conexión y el 11% ha tenido problemas con el embarque. Por otra parte, el 6% llama por errores en la emisión del billete y el 2% por *overbooking*, entre otras razones.

El 16% de los viajeros contacta por contratiempos con el alojamiento. El 25% porque al llegar al hotel no consta la reserva, el 20% porque las habitaciones no cumplen con sus expectativas, el 11% porque el régimen alimenticio no corresponde con el reservado, el 4% porque la clasificación anunciada no se ajusta a la realidad. El 15% solicita un cambio de hotel, el 5% confirmación de la reserva, el 3% se queja del el trato recibido, el 3% llama para recibir información sobre el alojamiento y el 2% por *overbooking*, entre otras.

El 14,6% llama por incidencias con el *transfer*, sobre todo (56%), porque este no se encuentra en el punto acordado. El 30% solicita información o necesita confirmar hora o lugar del traslado. El 10% llama porque ha perdido el servicio, mientras que el 2% lo hace porque no aparece el guía, y otro 25% por mala calidad del transporte.

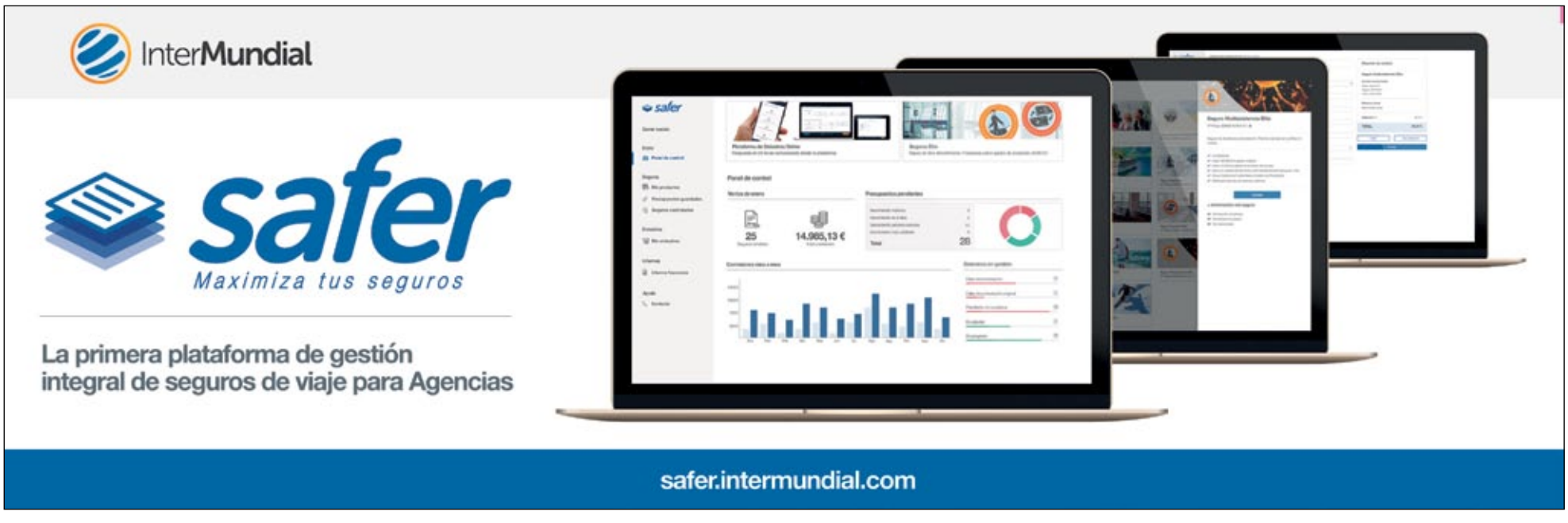
El 11,4% llama para solicitar asistencia del seguro de viaje, ya sea por problemas de salud en viaje que requieren asistencia médica y sanitaria, e incluso repatriación, por incidencias con los medios de transporte y equipajes o por pérdida de servicios contratados, entre otras.

El 8% llama por dudas o aclaraciones sobre las excursiones. El 48% necesita información sobre el horario y lugar de la visita, el 23% se queja de que la visita no consta y el 13%, de que no se ha realizado. El 11% contacta porque no está contento con el guía, y el 5%, porque le han sustituido la visita esperada por otra.

El 3,6% solicita información general sobre el viaje, desea confirmar vuelos, o alojamientos, ampliar una estancia o cancelar el viaje. El 3% llama por dudas o dificultades con la documentación, el 75% solicita información sobre los documentos necesarios para el viaje, el 23% por problemas con los visados o con el resto de la documentación (2%).

El 2,4%, por problemas con el vehículo de alquiler. El 28%, porque no consta la reserva, el 17%, para informarse sobre la documentación necesaria, o porque tienen problemas con ella, el 11% solicitan asistencia al seguro del auto, el 6% porque el coche que les entregan no coincide con el que han reservado. En el 6% de los casos han perdido el servicio. En el 5% piden asistencia, otro 5% se encuentran con la oficina cerrada, en el 5%, no disponen de bono, entre otros.

Ante la diversidad y cantidad de dudas e incidencias que pueden surgir en los viajes, los viajeros españoles demandan un servicio de atención de calidad que les atienda, asesore, ayude, acompañe las 24 horas, y les proporcione soluciones factibles y racionales. Con un buen servicio de atención al viajero mejorarás la experiencia de viaje de tus clientes, reducirás las responsabilidades y la cuantía de las reclamaciones, conseguirás una mayor fidelización, y podrás dedicarte a tu actividad cotidiana.



Mostrador

La próxima temporada ampliará su operativa al archipielago balear.

Air Europa ha unido Madrid y Asturias con cuatro vuelos

Air Europa ha incorporado una nueva ruta directa entre ciudades españolas Madrid-Asturias, que contará con cuatro vuelos diarios con llegada a la capital asturiana, Oviedo.

Los vuelos están siendo realizados a través de la flota ATR, una de las flotas de aviones más jóvenes del mundo, con una edad media de 6.35 años por aeronave, con capacidad para 68 plazas cada una. En consecuencia, cada año, la aerolínea seguirá ofertando más de 195.000 asientos en esta operativa, en la que se prevé un nivel medio de ocupación de alrededor del 70%.

Los horarios de la nueva ruta garantizan a los pasajeros llegados desde Asturias que, a su llegada a Madrid, puedan tener una perfecta y rápida conexión con los 23 destinos americanos, gracias al gran número de destinos disponibles fuera de España en los que la compañia de vuelos europea tiene jurisdicción.

Los horarios de MAD-OVD serán: 06.05 - 07.30, 10.25 -11.50, 14.35 – 16.00, 18.25 -19.50. Por el contrario, los horarios OVD-MAD son: 08.15 – 09.40, 12.20 – 13.45, 16.30 – 17.55, 20.20 – 21.45.

✉ www.aireuropa.com

Luxotour ha presentado una nueva programación para Semana Santa

Marruecos y Egipto, las propuestas de la mayorista para estas fechas especiales

El turoperador Luxotour, ha diseñado una completa programación para viajar en Semana Santa, que este año tendrá lugar del 14 al 21 de abril. Pone a disposición de los viajeros españoles cinco posibles opciones para disfrutar de unas inolvidables vacaciones en los países de Marruecos y Egipto.

Luxotour es una mayorista de viajes con casi 40 años de experiencia en el sector y un amplio recorrido en la venta de circuitos por Marruecos, el primer destino que puso a la venta. En esta ocasión, además del ya habitual destino marroquí, la compañía de viajes ha organizado una nueva programación para los que deseen realizar una escapada esta Semana Santa, y ha ampliado a Egipto.

En Marruecos (del 18 al 21 de abril), ofrece la posibilidad de viajar a Asilah, desde 190 euros por persona; y a Chaouen, a partir de 250 euros por persona. Tambien existe la opción de realizar diferentes circuitos, como el 'Minicircuito Norte' que incluye la ciudad de Fez, 'Ciudades con encanto' , con Chaouen y Asilah, ombinando un pueblo encantador de la costa con otro de la sierra norte de Marruecos, y 'Especial Marrakech' , con recorrido por la ciudad y el Alto Atlas. Todos ellos disponen de guía local. y el precio asciende hasta 225, 370 y 250 euros respectivamente.

Templo egipcio, Abú Simbel.

Todos estos itinerarios incluyen la tarifa de billetes de barco Algeciras-Tánger-Algeciras, traslados, estancias en régimen de media pensión; transporte durante el periplo, guía marroquí de habla hispana, visitas y, obviamente, un seguro turístico.

Si desean visitar Egipto, tienes las opciones de 'Egipto low cost', 'Egipto al completo' y 'Lo mejor de Egipto', con 8 días de duración y un precio a partir de 1430 euros.

Recuerden las normas de vestimenta que impone el país egipcio a los turistas, sobre todo para las mujeres.

✉ www.luxotourgrandesviajes.com

CroisiEurope ha ofertado nuevas plazas para afrontar las salidas de Semana Santa

La compañía propone para sus clientes españoles sus itinerarios por Holanda, Croacia y Montenegro

CroisiEurope oferta nuevas plazas para sus salidas en Semana Santa. La compañía de cruceros ofrece la oportunidad de disfrutar de los países con mayor calidad patrimonial, gastronómica y turística del mundo, entre los que se incluyen Holanda, Croacia, Montenegro, Francia y un conjunto de islas que se extienden a lo largo del Mar Adriático. Sin duda una oportunidad única para los amantes del Turismo.

Desde hace más de 40 años, el lema de CroisiEurope siempre ha sido el mismo: descubrir el mundo a través de sus ríos, para así hacer disfrutar a sus usuarios de experiencias inolvidables por los páramos mas preciados de todo el mundo.

Han decidido ofrecer nuevas plaza, debido a la llegada de la Semana Santa, entre los que se incluyen los siguientes itineratios: Crucero fluvial por Holanda, una aventura de cuatro ó cinco días donde tendrás la posibilidad de visitar Amsterdam, la Venecia del norte, Amberes, y Rotterdam. Por otro lado, la compañía de cruceros ofrece tambien una visita a Croacia y Montenegro. Podrás disfrutar de un viaje inolvidable, de ocho días de duración en el corazón de la costa Dálmata, un mosaico de islas y ciudades medievales que no te puedes perder. Dubrovnik también está entre las opciones de obligada elección, uno de los centros turísticos más importantes del mar Adriático. Trogir y Hvar, Korcula, Sibenik y los parques nacionales de Mljet tambien están presentes en esta oferta.

Valle del Loira

Por último, se puede disfrutar de un crucero por el Valle del Loira, declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en el año 2000, y sus castillos, como Castillo de Sully-sur-Loire y el de Castillo de Cheverny, entre muchos otros. La navegación tendrá una duración de 8 días, donde podrás disfrutar de los impresionantes paisajes, y disfrutar de las costumbres, así como respirar el ambiente de algunas ciudades como Nantes, con su interesante historia, Guerande y sus murallas y monumentos medievales, Saint Nazaire y su maravilloso astillero, los espectaculares castillos o la cornisa Angevina, en Angers, capital del desarrollo sostenible, y puerta de entrada del Valle del Loira.

CroisiEurope quiere ofrecer a sus clientes unas vacaciones inolvidables.

La compañía naviera ofrece la posibilidad de contratar el paquete aeroterrestre disponible desde Madrid o Barcelona. Además los pasajeros disfrutarán de WIFI gratuito y atención al detalle a bordo.

CroisiEurope cuenta con una flota muy moderna de 47 barcos (33 fluviales, seis peniches, dos marítimo-costeros, cinco en el Mekong y uno en África Austral). Todos elaborados por la propia compañía.

✉ https://www.croisieurope.es/

TUI lanza otra campaña de descuentos

Tui Group ha lanzado su última campaña especial con un gran número de descuentos para la venta anticipada en África, América, Asia, Europa, Escandinavia, Rusia y Bálticos.Con esta oferta quieren recompensar a los viajeros que reservan sus viajes con antelación y estén preparando algún nuevo desplazamiento.

En África, se aplica un descuento del 5%. En Asia, descuentos de hasta el 5%. Por su parte, en el continente americano ofrece rebajas de hasta un 8%. Igualmente, en Europa, Escandinavia, Rusia y Bálticos los descuentos son todos del 8%. Es importante destacar que las rebajas ya están aplicadas en los precios publicados, es decir, no habrá posibilidad de realizar descuentos posteriores. El precio no incluye suplementos aéreos, noches extra, excursiones opcionales, o extensiones. Las reservas realizadas antes del día 31 de marzo, tendrán la ventaja de obtener una reducción de alrededor de un 8%.

✉ www.tui.com/es

Renfe y Valladolid vuelven a confiar en el 'Tren del Vino'

Valladolid cuenta con una gran riqueza vitivinícola, con cinco denominaciones de origen y tres rutas del vino certificado. Asímismo, el Valladolid de hoy posee una gran riqueza monumental y artística. En esta localidad culmina el Ramal del Sur del Canal de Castilla que se cierra, en un precioso e increible puerto, justo antes de la llegada a la desembocadura del Río Pisuerga.

Debido a ello, Renfe, junto con la Diputación de Valladolid han relanzado la segunda edición de 'El tren del Vino', esa aventura en la que la combinación del trayecto en tren con el enoturismo (turismo enfocado en las zonas de producción vinícolas) es gran protagonista.

Renfe pondrá a disposición del público 52 plazas. Se necesitará un billete combinado que incluye el viaje de ida y vuelta en trenes Avant, con un precio cerrado que contará con un 30% de descuento. La salida se realizará desde la estación de Madrid Chamartín a las 10.15 horas, con llegada a Valladolid a las 11.20. En el caso del tren con salida en Valladolid, partirá a las 20.35 horas con llegada a Madrid a las 21.40 horas. Si el usuario desea hacer noche en la ciudad para regresar al día siguiente, deberá quedar reflejado en el momento de la compra del *ticket*.

Tren del Vino.

La venta de los billetes, al ser combinados, quedará en manos de la Diputación, bien a través de su página web, o vía telefónica. El billete combinado tiene un precio de 97 euros para los adultos, y de 77 en el caso de usuarios infantiles.

El primer viaje se realizó el 23 de febrero, y seguirá hasta diciembre. Incluyendo la fecha de la primera salida, el calendario de viajes se concreta en el 30 marzo, 27 abril, 2 y 25 de mayo, 29 junio, 25 y 27 de julio, 31 de agosto, 28 de septiembre, 12 octubre, 9 y 30 de noviembre y el 6 de diciembre.

✉www.provinciadevalladolid.com

Pullmantur Cruceros apuesta por Gastrolab, con la ayuda de Jordi Cruz

La campaña, que empezó el 23 de febrero, se extenderá hasta diciembre

Pullmantur Cruceros ha renovado su propuesta culinaria lanzando Gastrolab, con la entrada de una nueva plataforma gastronómica con el chef con tres Estrellas Michelin, Jordi Cruz a la cabeza, junto con los chefs de la compañía de cruceros, quienes están aportando su experiencia y pasión.

Pullmantur se autodefine como una compañía de personas entusiastas, atentas y comprometidas; a las que les apasiona cuidar los detalles hacia sus huéspedes. Por ello, han decidido contar con la colaboración del chef, Jordi Cruz, para redefinir la propuesta gastronómica a bordo con nuevos menús y estilo más moderno. Cruz no está solo, sino que trabajará junto con los chefs de la compañía de cruceros. Asimismo algunos chefs invitados, tambien tomarán parte, con el objetivo de llenar de sabor los paladares de los viajeros, haciendo honor al lema que desde su creación ha promulgado Gastrolab: " hacemos de lo bueno algo extraordinario" .

El presidente & CEO de Pullmantur Cruceros, Richard J. Vogel, ha comentado que los españoles "aman la gastronomía, la diversidad de la cocina y la buena mesa. Es una experiencia que viven con los cinco sentidos".

Chef tres estrellas Michelín, Jordi Cruz.

Por este motivo, Vogel ha calificado la gastronomía en general como "uno de los pilares sobre los que se asienta nuestra propuesta: queremos que puedan vivirla con la intensidad que ellos decidan".

La reestructuración de la oferta para la cena de gala, es la primera medida que GastroLab ha iniciado, utilizando la cocina moderna, que cada vez está más presente en la gastronomía, para conquistar a los tripulantes dotar de un aire fresco a la propuesta culinaria de la compañía de cruceros. Por su parte, el tres estrellas Michelin, dice estar encantado de afrontar este gran reto gastronómico que les propone Pullmantur.

✉https://www.pullmantur.es/

CREA TU PROPIO CIRCUITO EN SOLO 3 CLICS

1.- Busca en segundos el receptivo en el destino que mas se adecúe a tu demanda.

2.- Escoge con ellos el mejor circuito para tus clientes, o crea uno a medida.

3.- Combina automáticamente el circuito con nuestras Tarifas Aéreas negociadas.

PRECIOS NETOS

Cubre tu circuito con nuestro Contrato de Viajes Combinados

DITGESTION

Mucho más que un grupo de gestión

info@ditgestion.com 943 219 732 DIT Gestión @DITGestion

CLUB NEXOTUR

Descuentos de hasta el 30% en los hoteles de la cadena Accor

Accor Hoteles ofrece a los agentes miembros del Club NEXOTUR un descuento del 30% sobre tarifa oficial. La cadena hotelera dispone en la actualidad de más de 1.600 establecimientos en todo el mundo, con marcas de referencia como Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio. Más información y reservas en *ww.travelagencies.accorhotels*.com.

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

FAM TRIP

Un grupo de 14 agentes ha realizado un recorrido de cinco días.

'Fam trip' de DIT Gestión en Cantabria

El equipo de DIT Gestión ha organizado junto a Vueling y Beway un *fam trip* exclusivo para sus agencias de viajes ubicadas en Tenerife y Gran Canaria. Se realizó a finales del mes de febrero y contó con 14 agentes de viajes, que conocieron los distintos destinos del territorio cántabro.

Norwegian ofrecerá este verano más de seis millones de plazas en España

Es la sexta mayor aerolínea en el país por volumen de pasajeros transportados

Norwegian operará 6,2 millones de plazas en España durante la temporada de verano de 2019, que da inicio el domingo 31 de marzo y se extiende hasta el sábado 26 de octubre. La compañía aérea transportó 5,8 millones de pasajeros en España durante esa misma temporada de 2018.

Los dos principales mercados por volumen de oferta son el nórdico y el estadounidense, los cuales suman siete de cada diez plazas que Norwegian ofrece en España. En el primer caso, ofrecerá 3,8 millones de plazas este verano (un 61,3% del total de la oferta) entre las 73 rutas con las que unirá España con Noruega, Suecia, Dinamarca, Finlandia e Islandia. En el segundo, contará con 681.000 plazas con los Estados Unidos, un 84,5% más de capacidad que en el verano precedente. Norwegian ofrece ocho rutas directas entre España y los Estados Unidos, tres en Madrid (Nueva York, Los Ángeles y Boston) y otras cinco en Barcelona (Nueva York, Los Ángeles, San Francisco, Miami y Chicago).

La compañía aérea dispone de un total de 122 rutas en España.

Tras el mercado nórdico y el estadounidense aparecen, por orden de magnitud, el británico, el alemán y el nacional español.

En palabras de su directora de ventas en España, Prisca Dorie, "con 6,2 millones de plazas en oferta, Norwegian se consolida como la sexta mayor aerolínea en España y, en cualquier caso, como el referente para los mercados nórdico y estadounidense". "Norwegian es, como no podía ser de otro modo, la mayor aerolínea entre España y los países nórdicos, con una cuota de mercado cómodamente por encima del 40%", subraya. Además, destaca que "con un incremento del 84,5% de año en año, somos con diferencia la línea aérea con mayor crecimiento en el mercado con Estados Unidos, como lo demuestran las dos rutas que inauguramos este verano: Madrid-Boston a partir del 2 de mayo, y Barcelona-Chicago, a partir del 7 de junio".

✉www.norwegian.com

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 l aprogramación 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.lavalgeniesaccorhotels.com
HUSA HOTELES	**45% de descuento** sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 956 65 49 01
OCA HOTELS	Consultar condiciones especiales en cda uno de los hoteles de la cadena.	Alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad en el momento de efecturar la reserva.	30-12-2014	En cada hotel	Teléfono en cada hotel www.ocahotels.com
PARADORES	**50% de descuento** a miembros del Club en temporada baja y **25%** en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	**50% de descuento** para miembros y acompañantes en temp. baja y **25%** en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	**50% de descuento** sobre tarifa oficial en más de de 300 hoteles de todo el mundo en cinco y cuatro estrellas.	Valido excepto durante periodos altos de ocupación y con limitación de habitaciones a tarifa agente/día. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2014	Departamento Reservas	☎900 994 954 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
ERV EUROPEA SEGUROS DE VIAJE	**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	**40% de descuento** sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Seguro de viaje anual especial Profesionales del Turismo por 120,50 euros.	31-12-2019	Marta Bernabé	☎ 91 290 30 82

NEXOTUR

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.

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

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

HOTELERIA

El Gobierno central aprueba la mejora de la regulación de los pisos turísticos

Una mayoría de tres quintos en las comunidades podrá limitar o condicionar el ejercicio de la actividad de alquiler turístico

A principos de marzo, el Gobierno central ha aprobado la mejora de la regulación de los pisos turísticos a través de un real decreto ley, que incluye las propuestas del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo sobre la Ley de Arrendamientos Urbanos (LAU) y la Ley de Propiedad Horizontal (LPH) sobre la actividad del alquiler turístico. instrumentos para facilitar la convivencia.

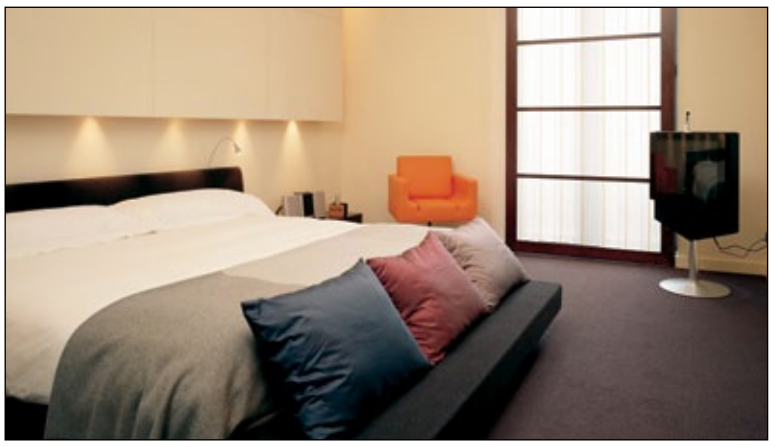
El Gobierno ha aprobado un real decreto ley de medidas urgentes en materia de vivienda y alquiler que incluye la modificación de la LAU y de la LPH, medidas impulsadas desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, se ha mostrado satisfecha por la inclusión de ambas modificaciones en el real decreto ley y confía en que en esta ocasión el Congreso lo respalde, ya que "con ello se da mayor seguridad jurídica a las Comunidades autónomas y se avanzan soluciones para la regulación del alquiler turístico".

Como novedad, se introduce en la LPH la posibilidad de que, por acuerdo de una mayoría de 3/5, una comunidad de propietarios pueda limitar o condicionar el ejercicio de la actividad de alquiler turístico o fijar unas determinadas condiciones para su ejercicio. El objetivo es dotar a los vecinos de instrumentos para facilitar la convivencia y decidir sobre las actividades que tienen lugar en su comunidad.

Gastos comunes mayores

Asimismo, la norma recoge la posibilidad de establecer incrementos de hasta un 20% en la participación en los gastos comunes por parte de las viviendas de uso turístico. Todo ello, en el marco del régimen de usos establecido en la ordenación urbanística municipal y de la necesidad de disponer de los títulos habilitantes necesarios para el ejercicio de dicha actividad, cumpliendo lo dispuesto en la normativa sectorial turística de aplicación.

En la LAU se amplía la exclusión del artículo 5.e, quedando reguladas todas las viviendas de uso turístico por la normativa sectorial turística, independientemente de la forma de comercialización o promoción. De esta manera, se contribuye a crear un marco normativo más claro en el que se evite la aplicación indebida de la LAU cuando la cesión del uso de la vivienda se encuentre dentro de la definición que recoge la normativa turística y, por tanto, la actividad esté sujeta a determinadas exigencias fijadas para su adecuado desarrollo.



Se contribuye a crear un marco normativo más claro.

Logis finaliza el año 2018 con un aumento de facturación del 41%

Logis ha cerrado 2018 con una facturación de 140 millones de euros a nivel global, un 8% más frente al 4% registrado en 2017. En España, la facturación ha aumentado un 41% respecto al año anterior. Este incremento incluye la evolución récord de la facturación de la central de reservas, que se ha incrementado un 14% en Europa respecto a 2017 y un 12% a nivel español. Su web confirma su capacidad para convertir las búsquedas en pernoctaciones, al igual que el lanzamiento de un nuevo canal de reservas: la aplicación móvil.

El director general de Logis, Karim Soleilhavoup, ha afirmado que "las inversiones de 2018 han permitido a Logis, por un lado, reforzar su atractivo en el mercado de hoteles y restaurantes independientes, y, por otro lado, acelerar el crecimiento de la cadena". "Los óptimos resultados de 2018 demuestran la adecuación de nuestra estrategia", prosigue ya sgura que "en 2019 desarrollaremos nuestra red en áreas urbanas, ampliaremos nuestra plataforma de servicio a la carta para poner en valor la actividad de nuestros miembros y pondremos en práctica nuestro nuevo posicionamiento, comprometidos por un mundo más local".

Su programa de fidelización O'Logis supera los 71,2 millones de euros de facturación. La cadena

Hotel Logis La Guzmana de Ronda.

ha podido comprobar que aquellos hoteles que más han apostado por el programa son los que han logrado un mayor desarrollo, acumulando hasta un 40% de las ventas en los últimos cinco meses del año.

La transformación de la central de posicionamiento hacia la creación de una auténtica central de reservas hace un año ha permitido a la marca ofrecer un servicio sólido, convirtiéndose en la tercera central de reservas del sector, con una primera facturación de 35 millones de euros y 120 proveedores catalogados, de los cuales 43 son nuevos de 2019. De media, en Europa, cada semana se han unido a Logis tres nuevos establecimientos, sumando 141.

A&O Hostels cierra el 2018 con cinco millones de pernoctaciones

"Tras un año lleno de novedades y desafíos para nuestro equipo, hemos superado nuestras expectativas, cerrando 2018 con cinco millones de pernoctaciones y una facturación de casi 152 millones de euros". Así resume el CEO y fundador de A&O Hostels, Oliver Winter, los resultados del ejercicio 2018, en el que la hotelera ha relanzado su marca y el diseño de sus espacios, ha llevado a cabo dos nuevas aperturas y ha asegurado futuras localizaciones para nuevos alojamientos en Polonia, Hungría y España. Además, "hemos incrementado en un 2% la satisfacción de nuestros clientes, lo que nos inspira a seguir mejorando", concluye.

Actualmente, A&O opera 35 establecimientos y 26.000 plazas de alojamiento en 21 ciudades de seis países (25 de ellos situados en Alemania), con una ocupación media de 66%. En 2017, fue adquirida por el grupo inversor estadounidense TPG Real Estate, actuales propietarios de la cadena, aunque la sigue bajo la gestión de su fundador. La expansión europea de a&o ha avanzado en 2018, con la segunda apertura en Venecia, y proseguirá con las aperturas en Varsovia y Budapest, previstas para finales de 2019, y en Copenhague, prevista en 2020. También en 2018, la compañía adquirió su primer activo en Barcelona, con el objetivo de abrir mercado en la península ibérica.

Se alojaron 125.000 familias.

Según los datos de la compañía del año 2018, los viajes en grupo han sido el segmento más importante para A&O Hostels. En sus instalaciones se alojaron 125.000 familias, 13.000 alumnos en viajes escolares y grupos de nueve o más personas y, además, también se está perfilando como una alternativa para viajeros de negocios, o para turistas sénior. "Las cifras demuestran que vamos por buen camino siendo fieles a los lemas que definen nuestra oferta: todos pueden viajar y la mejor relación calidad-precio", explica Winter.

Producto

Meliá anuncia su primer hotel en República Checa

Este mes abre su puertas en Praga el Innside Prague Old Town. El primer hotel en la capital checa de Meliá Hotels International. La apertura de este alojamiento se enmarca en la nueva etapa de la marca Innside by Meliá, encajando en la evolución de esta hacia hoteles *lifestyle* de diseño que ofrecen a los huéspedes la libertad de relajarse desde un enfoque sostenible. El Innside Prague Old Town ofrece 90 habitaciones contando con todos los atributos de la marca Innside by Meliá. Incluye amenidades tales como máquina de café o minibar con zumos frescos y productos locales.

DoubleTree by Hilton La Torre abre a 30 minutos de Murcia

DoubleTree by Hilton La Torre Golf & Spa Resort ha abierto sus puertas recientemente. El nuevo hotel se une a las otras cuatro propiedades DoubleTree by Hilton en España, que serán operadas por T3 Hospitality Management. Está ubicada a menos de 30 minutos de la ciudad de Murcia, rodeada de 20 campos de golf de España, variedad de bares de tapas y restaurantes y un centro de convenciones. El hotel cuenta con 133 habitaciones, incluyendo las *suites* royal y presidencial. En todas ellas hay una televisión de 49 pulgadas y una terraza privada con vistas al lago y al campo de golf.

Nueva temporada de Playa Montroig 2019 con novedades

Playa Montroig Camping Resort calienta motores para la nueva temporada, que arrancará el 29 de marzo. Para este año, el *camping* tarraconense centra sus mejoras en los servicios que más valoran sus clientes: la gastronomía, el deporte, la conectividad, el confort y la accesibilidad. Para 2019, los visitantes encontrarán muchas novedades en las 35 hectáreas de superficie terrestre y el kilómetro de frente marítimo que ocupa el establecimiento, con un establecimiento lleno de atractivas novedades e instalaciones a estrenar. El apartado gastronómico tendrá un protagonismo especialcon una completa transformación en la cocina del restaurante La Terrassa.

Las pernoctaciones hoteleras aumentan un 0,4% en enero respecto al de 2018

La facturación media diaria por cada habitación ocupada se incrementa algo más del 1%

Las pernoctaciones hoteleras crecen un ligero 0,4% en enero y alcanzan las 15,4 millones. Las de residentes aumentan un 0,8% y las de no residentes caen un 1,4%. Los viajeros de Reino Unido y Alemania concentran el 22,8% y el 17,4% del total, subiendo un 2,1% el primero y bajando un 7,1% el segundo. Andalucía es el principal destino para los residentes en España con un 1,4% más, mientras que Canarias es para los extranjeros, con un 4,4% menos.

En enero las pernoctaciones en establecimientos hoteleros superan los 15,4 millones, un 0,4% más que en el mismo mes de 2018. Las pernoctaciones de viajeros residentes en España aumentan un 0,8% y las de no residentes un 0,2%. La estancia media baja un 1,4% respecto a enero de 2018, situándose en tres pernoctaciones por viajero.

En cuanto a destinos, Andalucía, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana son los principales de los viajeros residentes en España en enero, con tasas anuales de variación del 1,4%, -2,3% y 12,2%, respectivamente. El principal destino elegido por los viajeros no residentes es Canarias, con un 50,9% del total. En esta Comunidad las pernoctaciones de extranjeros bajan un 4,4%. Los siguientes destinos son Cataluña (con el 15% del total y un aumento del 9,8%) y Andalucía (con el 12,2% del total y un incremento del 7,5%.

En enero se cubre el 45,1% de las plazas ofertadas, con un descenso anual del 1,4%. Canarias presenta el mayor grado de ocupación por plazas durante enero (69,9%). Le siguen Comunidad de Madrid (50,3%) y Comunidad Valenciana (44,5%). Los puntos turísticos con más pernoctaciones son Madrid, Barcelona y San Bartolomé de Tirajana. Arona presenta el mayor grado de ocupación por plazas (79,9%).

Mercados emisores

Según el país de origen, los viajeros procedentes de Reino Unido y Alemania concentran el 22,8% y el 17,4%, respectivamente, del total de pernoctaciones. El mercado británico sube un 2,1%, mientras que el alemán baja un 7,1%. Las pernoctaciones de los viajeros procedentes de Francia, Italia y Suecia (los siguientes mercados emisores) registran unas tasas anuales del -0,6%, 0,4% y -17,3%, respectivamente.

La facturación media diaria de los establecimientos hoteleros por cada habitación ocupada (ADR) es de 81,1 euros en enero, lo que supone un aumento del 1,2% respecto al mismo mes de 2018. Por su parte, el ingreso medio diario por habitación disponible (RevPAR), que está condicionado por la ocupación registrada en los establecimientos hoteleros, alcanza los 43,2 euros, con un aumento del 1,3%.

La tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH) se sitúa en el 0,9% en enero, lo que supone 0,3 puntos más que la del mes pasado y 2,3 puntos por debajo de la registrada hace un año. Por Comunidades Autónomas, las mayores subidas de precios hoteleros se dan en La Rioja (del 5% respecto a enero de 2018) y en Cataluña (4,4%). Por el contrario, el mayor descenso se registra en Aragón, con una tasa de variación interanual del -1,6%.

Tasa de variación de las pernoctaciones

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE). © NEXOTUR

Descienden casi un 4% las pernoctaciones extrahoteleras durante el mes de enero

Del total en alojamientos turísticos colectivos, un 74% corresponde a hoteles y un 26% a extrahoteleros

Las pernoctaciones en alojamientos turísticos extrahoteleros (apartamentos, *campings*, alojamientos de turismo rural y albergues) han superado los 5,4 millones en enero, un 3,7% menos. Las pernoctaciones de residentes bajan un 1,8% y las de no residentes un 4,2%. La estancia media es de 6,3 pernoctaciones por viajero.

Por un lado, las pernoctaciones en apartamentos turísticos descienden un 5,1%. Las de residentes bajan un 2,5% y las de no residentes un 5,5%. La estancia media se reduce un 2,1%, situándose en siete pernoctaciones por viajero. En enero se ocupan el 30,7% de las plazas ofertadas por los apartamentos turísticos, un 5,3% menos. Las pernoctaciones de no residentes en apartamentos turísticos representan el 84,6% del total. Reino Unido es el principal mercado emisor, con más de un millón de pernoctaciones, un 4,4% más. El siguiente mercado emisor es Alemania, con 463.519 pernoctaciones, un 9,9% menos. Canarias es el destino preferido, con 2,5 millones de pernoctaciones y un descenso del 7,3%. Estas islas también alcanzan la mayor ocupación, con el 79,6% de los apartamentos ofertados.

Las pernoctaciones en *campings* registran en enero un descenso del 0,7%. Las de residentes bajan un 6,7% y las de no residentes suben un 0,7%. Se ocupan el 38,7% de las parcelas ofertadas, un 3,1% más.

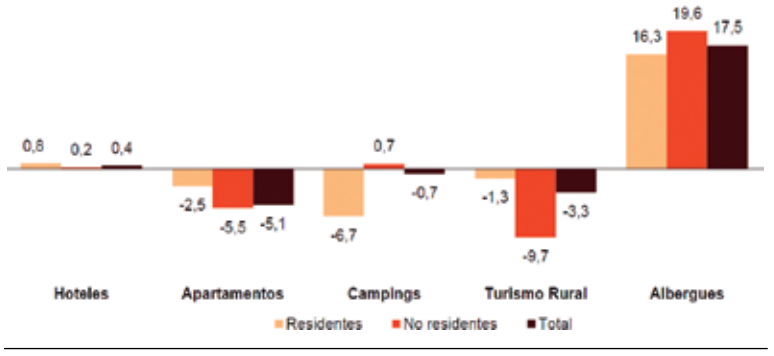
El 81,6% de las pernoctaciones en *campings* las realizan viajeros no residentes. Reino Unido es el principal mercado emisor, con el 35,8% de las pernoctaciones de no residentes, un 3,6% más. Comunidad Valenciana es el destino preferido en *campings*, con 592.017 pernoctaciones, un 0,6% más. La Rioja alcanza el mayor grado de ocupación, con el 63,3%.

Turismo rural

Las pernoctaciones en alojamientos de Turismo rural presentan un descenso anual del 3,3% en enero. Las de residentes bajan un 1,3% y las de no residentes un 9,7%. Por Comunidades, Castilla y León es el destino preferido, con 51.352 pernoctaciones, un 2,2% más. Canarias alcanza el mayor grado de ocupación, con el 35,5% de las plazas ofertadas.

Las pernoctaciones en albergues registran en enero un aumento anual del 17,5%. Las de residentes suben un 16,3% y las de no residentes un 19,6%. Se ocupan el 21,6% de las plazas, un 16,6% más. Por Comunidades, Cataluña es el destino preferido, con 41.454 pernoctaciones, un 29% más. Canarias alcanza la mayor ocupación, con el 52,5%.

Pernoctaciones en alojamientos turísticos colectivos



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE). © NEXOTUR

El Índice de Precios de Apartamentos Turísticos (IPAP) aumenta un 1,8% en enero respecto al mismo mes de 2018. Por su parte, el Índice de Precios de Campings (IPAC) se incrementa un 2,8% en tasa anual y el Índice de Precios de Alojamientos de Turismo Rural (IPTR) registra un aumento del 0,9%.

Las pernoctaciones en el conjunto de alojamientos turísticos colectivos españoles descienden un 0,7% en enero en tasa anual. Las de residentes suben un 0,3%, mientras que las de no residentes bajan un 1,1% respecto a enero de 2018. La estancia media se reduce un 1,9%, situándose en 3,4 pernoctaciones por viajero. Del total de pernoctaciones realizadas en alojamientos turísticos colectivos, un 74% corresponde a hoteles y un 26% a alojamientos turísticos extrahoteleros. Los principales mercados emisores en el conjunto de alojamientos turísticos reglados son el británico (con el 25,7% del total de pernoctaciones de no residentes), el alemán (17,2%) y el francés (5,6%). Canarias es el destino preferido, con 8,1 millones de pernoctaciones (un 4,8% menos que en enero de 2018). Le siguen Andalucía, con más de 2,9 millones (y un aumento del 4,6%) y Cataluña, con 2,5 millones (y una subida anual del 4,8%).

PRODUCTO

Adh Hoteles y Marriott abrirán en abril el Westin Bonmont Golf & Spa

Adh Hoteles inaugurará este abril su segundo establecimiento en colaboración con el Grupo Marriot International. El Westin Bonmont Golf & Spa Resort, situado en una parcela de 17.720 metros cuadrados en el término municipal de Mont-Roig del Camp, Tarragona, será gestionado por la compañía. Con los estándares de calidad propios de la marca Westin, Adh Hoteles gestionará este complejo de 135 habitaciones pensado para disfrutar de unos días de relax y deporte en un entorno privilegiado de la Costa Dorada. Entre sus completas instalaciones se encuentran una piscina al aire libre, un campo de golf de 18 hoyos par 72, una zona *wellness* de 1.500 metros cuadrados.

Fuerte Group Hotels refuerza su presencia en Cádiz con mejoras

Durante la temporada 2019, que dará comienzo a partir del próximo mes de abril, el andaluz Fuerte Group Hotels implementará mejoras en la oferta gastronómica y en la atención al cliente, además de aumentar el nivel de los estándares de calidad; y en 2020 se planteará un posible reposicionamiento aprovechando los puntos fuertes del hotel. Después de su desembarco en 1999 en Conil de la Frontera (Cádiz), Fuerte Group Hotels ha vuelto a apostar por este consolidado destino turístico al adquirir el hotel Costa Conil, un establecimiento de cuatro estrellas y 63 habitaciones, que se encuentra ubicado a menos de cinco minutos a pie de la playa de La Fontanilla; y que constituye una base de operaciones para descubrir la provincia de Cádiz.

Hotelspeaker se une al ITH por la gestión de reputación 'online'

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) suma a Hotelspeaker como nuevo asociado en el área de Nuevas tecnologías y Operaciones hoteleras, para promover la gestión de la reputación *online* hotelera. Mediante su servicio de respuestas a todos los comentarios recibidos en las diferentes plataformas de reservas online, de forma rápida, personalizada, consistente y en todos los idiomas, pretenden promover la gestión de la reputación *online* de los hoteles. Hotelspeaker responde en nombre de cada establecimiento. La empresa prepara cada respuesta de manera rápida, profesional y personalizada, y publica la respuesta después de la aprobación del hotel ofreciendo siempre un enfoque personal y específico.

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 ☎ 902-101049-91-7004421
Génova, 16 MADRID Fax 91-3196786

ALONDRA/CALIPSO VACACIONES ☎902-355444/968-355444
Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA Fax 902-355443

TUI SPAIN ☎ 91-7597125
Mesena, 22, 2º MADRID info@tuispain.com

AÑOS LUZ SA ☎ 91-4451145-902-101202
San Bernardo, 97-99 MADRID Fax 91-5939181

AÑOS LUZ SA ☎ 94-4242215-902-101404
Berastegui, 4 bajo I BILBAO Fax 94-4235593

A SU AIRE ☎ 926-274157/226259
Morería, 12 esq. a Zarza C. REAL Fax 926-226334

CONDOR VACACIONES ☎ 91-5674242-5674200
Pedro Villar, 12 MADRID Fax 91-5674263

COSTA CRUCEROS ☎ 91-5558550
Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID Fax 91-5564770

COSTA CRUCEROS ☎ 93-4875685
Valencia, 245 2º 3 BARCELONA Fax 93-4874770

DIMENSIONES ☎ 91-5310607
Mahonia, 2 MADRID Fax 91-5214254

DIMENSIONES ☎ 91-5310607
Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA Fax 91-5214254

DIAS LIBRES ☎ 91-7451111
Lagasca, 120 Of. 1 MADRID Fax 91-5614469

ENTORNO NATURAL.COM ☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA Fax 93-4827131

EXPO MUNDO ☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA Fax 93-4827131

HOTELPLUS ☎ 902 358358/91-7244747
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES Fax 91-654 99 77

HOTEL PLAYA VIAJES ☎ 93-425.30.66
Avda. Paralelo, 135-137 2ª BARCELONA Fax 93.425.38.07

HOTEL PLAYA VIAJES ☎ 91-5427933
Silva, 2 6º 2ª MADRID Fax 91-5422071

HVALATRAVEL.COM ☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA Fax 93-4827131

INTERMUNDOS ☎ 91-5320413
Fuencarral, 9 1ºB MADRID Fax 91-5221241

MSC CRUCEROS ☎ 91 308308
Arequipas, 1 MADRID Fax 91-3821664

MUNDICOLOR ☎ 902-361926
Mahonia, 2 MADRID Fax 93-4827131

NIZA TOURS-VIAJES NIZA ☎ 902-995950
Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE) Fax 922-793868

NO MÁS FRONTERAS.COM ☎ 902-510120
Diputacio, 238 BARCELONA Fax 91-4568686

NUESTROS CAMINOS ☎ 91-5472509
C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID Fax 91-5471792

OKATOUR ☎ 91-1417960/61
Albasanz, 16 4º MADRID Fax 91-1417895

ORBIS ☎ 91-5612373
Av. Doctor Arce, 25 MADRID Fax 91-5614242

POLITOURS ☎ 91-5416200/902-877778
San Bernardo, 17 MADRID Fax 91-5597889

POLITOURS ☎ 93-3175099/902-877778
Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA Fax 93-3181683

POLITOURS ☎ 945-245500/902-877778
Av. Gasteiz, 53 VITORIA Fax 945-3220396

POLITOURS ☎ 96-3944004/902-877778
Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA Fax 96-3944618

POLITOURS ☎ 981-654801
C/Irmáns Suárez Ferrín, 4B CULLEREDO (A CORUÑA) Fax 981-651467

PORTUGAL TOURS ☎ 91-5484600
C/ Princesa 90,2º,2 MADRID Fax 91-5419826

PROTEL ☎ 91-5096101-902-196100
Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID Fax 91-3729198

SOLAFRICA ☎ 91-3532740
Federico Salmón, 1 MADRID Fax 91-3503896

SOLPLAN-TOURNEE ☎ 971-070435
Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA. Fax 971-040466

SOLPLAN-TOURNEE ☎ 93-5100710
Valencia, 231 2º BARCELONA Fax 93-4880792

SOLPLAN-TOURNEE ☎ 91-2960101 / 902239644
Julio Camba, 1 7º MADRID Fax 91-3612578

SOLPLAN-TOURNEE ☎ 96-3944625
Luis Vives, 7 VALENCIA Fax 96-3942381

TOURALP ☎ 91-5768445
Príncipe de Vergara, 47 MADRID Fax 91-4359088

TOURING CLUB ☎ 902-100456/94-4277381
Gran Vía, 81 2º BILBAO Fax 94-4206024

TRANSVACACIONES ☎ 902 164102/91-7242422
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES Fax 91-623 98 17

TRAPSATUR ☎ 902-211024 91-5480000
San Bernardo, 5 MADRID Fax 91-5427855

TRAVELPLAN ☎ 971-178100
Carretera Arenal – Llucmajor km, 21,5 Llucmajor

TURAVIA CLUB ☎ 902 354355
Edf. Barajas C/ Trespaderne 29, 4º MADRID Fax 91-3297515

TURVISA ☎ 91-5419210 902-234353
San Bernardo, 5-7 MADRID Fax 91-5416174

UNIPLAYAS ☎ 952-378646
C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS Fax 952-375372

UNIPLAYAS ☎ 93-4905450
Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA Fax 93-4906479

UNIPLAYAS ☎ 91-5401840
C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq. MADRID Fax 91-5401841

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

Compañías Aéreas

AEROMEXICO ☎ 900 995 282
Cedaceros, 10, 6ª drcha MADRID Fax 91-5481527

ALITALIA ☎ 902-100323
Pl. España, 12-1º (ofic.B) MADRID Fax 91-4416041

ALITALIA ☎ 902-100323
Av. Diagonal, 403 BARCELONA Fax 93-4158379

AIR EUROPA ☎ 971-178100
Centro Emp. Globalia. Llucmajor MALLORCA Fax 971-178360

AIR SPAIN BROKER ☎ 91-3083444
Almagro, 19, Madrid Fax 91-3198440

FINNAIR ☎ 901888126
Tarragona, 161, 15º BARCELONA Fax 901888128

FLYTUR AIR MARKETING ☎ 91-5421323
Luisa Fernanda, 2 MADRID Fax 91-5423710

IBERIA ☎ 91-5878787-5877592
Velázquez, 130 MADRID Fax 91-5877502

LAN ☎ 91-4544140
Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID Fax 91-5560933

LOT ☎ 91-5481373/91-5487353
Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID Fax 91-5595365

AMERICAN AIRLINES ☎ 902-011737
Plaza del Callao, 5 - planta 8 MADRID

Compañías Marítimas

BALEARIA ☎ 902-160180
Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE Fax 96-5787605

COSTA CRUCEROS ☎ 91-5558550
Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID Fax 91-5564770

COSTA CRUCEROS ☎ 93-4875685
Valencia, 245 2º 3 BARCELONA Fax 93-4874770

CROISIEUROPE ☎ 91-2952497
C/ General Oraa, 5, 1º MADRID ✉ reservas@croisieurope.com

EUROFERRYS ☎ 956-651178-507070
Estación Marítima ALGECIRAS Fax 956-653379

P&O PORTSMOUTH ☎ 94-4234477
Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO Fax 94-4235496

SPANISH CRUISE LINE ☎ 91-5317102
Alcalá, 54 MADRID Fax 91-5230612

ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA ☎ 902-454645
www.trasmediterranea.es

VISION CRUCEROS ☎ 91-7896400
www.visioncruceros.com ☎ 91-3107215

Ferrocarril

EUROTUNNEL ☎ 91-6307315
Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID Fax 91-6307312

FERROCARRILES AMERICANOS ☎ 93-4125956
Diputación, 238 sobreatico BARCELONA Fax 93-4122914

FERROCARRILES AMERICANOS ☎ 91-3082962
Zurbano, 56 MADRID Fax 91-3086502

RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Línea Asista) ☎ 902-105205
Fax 902-105200

Alquiler de Automóviles

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

EUROPCAR ☎ 91-7226200/91-102020
Av. Partenón, 16-18 MADRID Fax 91-7226201

HOLIDAY AUTOS ☎ 902-448449
Gran Vía Costes Catalanas, 617 BARCELONA Fax 93-4813833

IBL (Alsa Grupo) ☎ 91-7546502
Miguel Fleta, 4 1º D MADRID Fax: 91-7545365

RECORD RENT A CAR ☎ 964-343000/902123002
Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN Fax 964-343010

VICENTE RENT A CAR ☎ 928-512694-543456
LANZAROTE. Y CANARIAS Fax 928-514137

Centrales de Reservas

CANARIAS.COM-TENERIFE ☎ 922-715353
av. Las Americas, cc Americas Plaza L26 ARONA Fax 922-719131

CONFORTEL HOTELES ☎ 902-424242
Av. Burgos, 8 A 15º MADRID Fax 91-3831743

CENTRALIA ☎ 902-200063
Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS Fax 902-200064

HOTEL JARDIN TECINA ☎ 922-145864-66
Lomada de Tecina LA GOMERA Fax 922-145865

GRUPO NATURA ☎ 93-6801600
Av, Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA) Fax 93-6800944

HOTUSA-EUROSTARS ☎ 902-222999-93-3199062
Princesa, 58 Principal BARCELONA Fax 93-2681945

HUSA HOTELES ☎ 93-5101300
Sabino Arana, 27 BARCELONA Fax 93-3397064

INTERHOME ☎ 93-4090522
Guitard, 45 BARCELONA Fax 93-4090493

MARKHOTEL ☎ 91-5210303-902-151515
Jacometrezo, 4 MADRID Fax 91-5215999

PARADORES ☎ 91-5166666
Requena, 3-5 MADRID Fax 91-5166657

RIU HOTELS ☎ 971-743030
Laude s/n PALMA DE MALLORCA Fax 971-744171

SOL MELIA ☎ 902-144444
Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA Fax 91-5791392

TRANSHOTEL ☎ 902 164164/902 164163
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES Fax 902 444 164

PEGASUS SOLUTIONS ☎ 91-5949494/902-454647
Pza. Marqués de Salamanca,3 y 4 1º Fax 91-5949482

Organismos

GRUPO STAR ☎ 91-5502160
Luisa Fernanda, 12 MADRID Fax 91-5432689

INFOASTURIAS ☎ 902-300202
Pza. España, 5 1ª OVIEDO Fax 985-273487

INST.BALEAR PROMOCION TURIST. ☎ 971-176191
Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA Fax 971-176185

UNAV (Unión de Agencias de Viajes) ☎ 91-5796741
Rosario Pino, 8 3ºB MADRID Fax 91-5799870

Transporte por Carretera

AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO ☎ 91-7477570
Marzo, 34 MADRID Fax: 91-7481114

COAVITUR ☎ 91-3265280
Hermanos Gómez, 4 MADRID Fax 91-3260638

ETRAMBUS ☎ 91-5050552
San Cesáreo, 34 MADRID Fax: 91-5051661

Europea de Turismo ☎ 91-5475921
C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID Fax: 91-5416231

IRIBUS (Alsa Grupo) ☎ 91-7546502
Miguel Fleta, 4 1º D MADRID Fax: 91-7545365

TRAPSA ☎ 902110115
Av. Manoteras, 14 MADRID Fax: 91-3021709

Servicios

AMADEUS ☎ 91-5858681-5858682/3
Salvador de Madariaga, 1 MADRID Fax 91-5858680

WORLDSPAN ☎ 91-4118324
Joaquín Costa, 15-1 2º 1 MADRID Fax 91-5626650

Cadenas hoteleras

BEST WESTERN ☎ 900-993900-91-5614622
Av. General Perón, 26 – Esc. 1ª – 7º Dcha MADRID Fax 91-5618625

CONFORTEL HOTELES ☎ 902-424242
Av. Burgos, 8 A 15º MADRID Fax 91-3831743

☎ 91 369 41 00 INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING
91 369 18 39 Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad
NEXOTUR

CONEXO

20 años de actualidad del MICE en España, que es la Historia de los Congresos, Convenciones e Incentivos, contada trimestre a trimestre y en lenguaje periodístico.

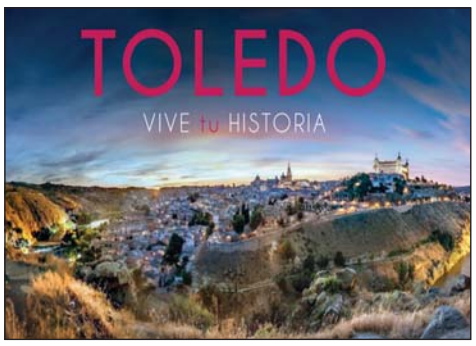
1.150 noticias
330 opiniones
600 imágenes
más de 20 años
en 140 páginas

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

El Ayuntamiento de Toledo ofrece una nueva página 'web' de Turismo

El Ayuntamiento de Toledo presenta una nueva página *responsive* de Turismo, cambiando diseño, estructura y dirección, que mantiene la completa información de otra anterior sobre sus atractivos turísticos e incluye nuevos buscadores de servicios.



www.turismo.toledo.es

La nueva página de **Turismo del Ayuntamiento de Toledo**, que parece sustituir a una anterior del **Patronato Provincial** ya que, con nuevos diseño y estructura, mantiene la completa información sobre todos los atractivos turísticos de la ciudad y añade buscadores de todo tipo de alojamientos y de restaurantes, de los que incluye una descripción, su dirección, categoría, formas de contacto y el enlace con su página, pero no mantiene la agenda de eventos, aunque sí un área para organizadores de eventos, y solo aparece una única versión en castellano.

INFORMACIÓN

Informa sobre distintos tipos de sitios a visitar. Presenta una relación por tipo y el acceso a su descripción con sus formas de contacto y el acceso a la *web* del sitio cuando existe. También informa sobre artesanía y dulces típicos toledanos, pero sin indicar lugares de venta.

RESERVA

No incluye ningún tipo de gestión de reservas, limitándose a informar de sus alojamientos, restaurantes y bares, de los que presenta una relación y la descripción, formas de contacto y, para reservar, el enlace con la página del establecimiento seleccionado.

GENERAL

Ofrece una amplia información sobre la 'ciudad de las tres culturas', su historia en diferentes periodos, de los que ofrece una relación de monumentos y restos de cada época. También ofrece un área dedicada a la información sobre organización de congresos.

▲ Lo Mejor / Información

Mantiene una información completa y bien estructurada de todos los atractivos turísticos de Toledo desde cualquier terminal.

▼ Lo Peor / Información Gráfica

La página ofrece algunos vídeos sobre temas concretos, pero tiene muy poca información gráfica de sus temas de interés.

TOLEDO / Destino

Ponderación de los Valores

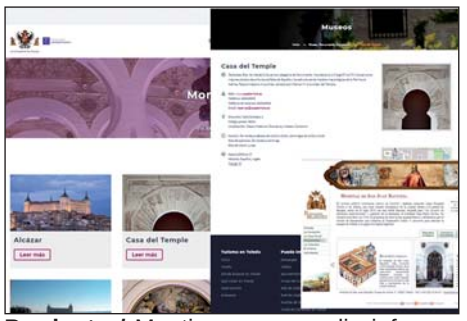
Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
10	% DEL PRODUCTO									
6	ACTUALIZACIÓN									
10	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	ENLACE CON OTROS PORTALES									
6	GESTION DE ALOJAMIENTOS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

EVALUACION NEXOTUR.COM

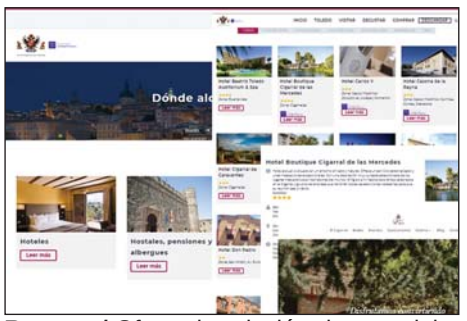
La nueva página oficial de Turismo en Toledo mantiene su interés para los profesionales de Turismo al añadir a su amplio conjunto de información sobre los atractivos turísticos de la ciudad buscadores de alojamientos y restaurantes, aunque ya no ofrece su agenda de eventos.

7.2

Entrada / Con nuevos diseño y estructura, y compatible para terminales móviles, presenta el acceso a sus áreas de información.



Producto / Mantiene una amplia información de sus temas de interés turístico, con una estructura de accesos muy clara.



Reserva / Ofrece la relación de sus alojamientos por tipo, con su descripción, formas de contacto y el enlace con su *web*.

Nueva página de la Asociación de Palacios de Congresos de España

La Asociación de Palacios de Congresos de España presenta una página en Internet en la que ofrece información sobre la entidad, sus miembros, sus objetivos, los palacios de congresos asociados y un formulario para solicitar espacios.

www.palacios-congresos-es.com

La página que presenta la **Asociación de Palacios de Congresos de España** está dedicada fundamentalmente a dar a conocer los orígenes, los objetivos y los planes de futuro de la entidad. También ofrece un mapa activo y un buscador de palacios que presenta una relación con sus formas y persona de contacto, el enlace con su *web* y el acceso a su ficha, que incluye su descripción, características y servicios de más interés. La página, que se presenta en castellano e inglés, ofrece también 10 años de estadísticas y un formulario de solicitud de espacios.

INFORMACIÓN

Informa sobre la estructura de la asociación, su directiva y sus miembros, y presenta un buscador paramétrico y un mapa activo de los 38 palacios de congresos españoles asociados, con sus formas y persona de contacto y el enlace con la *web* del seleccionado.

SERVICIOS

No ofrece información de los servicios de cada palacio. Para solicitar la reserva de espacios ofrece un formulario que permite seleccionar por ciudad y palacio e indicar las características de las salas solicitadas, el tipo de evento a organizar, las fechas y los datos del solicitante.

EVENTOS

Tampoco incluye ninguna información sobre las agendas de eventos de sus asociados, pero ofrece estadísticas por año en las que informa sobre el número de eventos de cada uno de los últimos 10 años, desglosando por siete tipos de evento y el total general.

▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso

Con un adecuado diseño *responsive* y una sencilla gestión de acceso, es una página muy fácil de utilizar.

▼ Lo Peor / Contenido

Se limita a informar sobre sus 38 palacios asociados, sus miembros y las estadísticas de los últimos 10 años.

PALACIOS ESPAÑA / Congresos

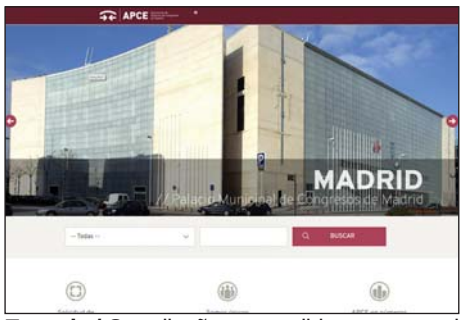
Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
8	% DEL PRODUCTO									
10	ACTUALIZACIÓN									
8	CALIDAD INFORMACIÓ									
6	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	INFORMACION A EXPOSITORES									
10	INFORMACION A VISITANTES									
10	INFORMACION DEL ENTORNO									
6	OTROS SERVICIOS									

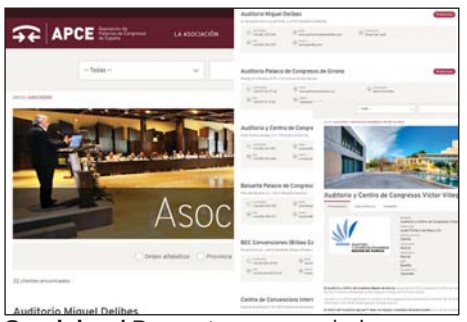
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página que ha desarrollado la asociación tiene un interés muy relativo para los organizadores de eventos, ya que solo les informa de las características de una parte de los centros españoles de congresos, un formulario de solicitud y el enlace con su página.

5.7



Entrada / Con diseño compatible, presenta el acceso a la información sobre la asociación, sus asocidos y a sus estadísticas anuales.



Servicios / Presenta sus asociados en un buscador y un mapa, con sus formas de contacto y el acceso a su ficha y a su *web*.

Eventos / No incluye agenda de eventos, pero ofrece las estadísticas anuales de eventos y asistentes por año y tipo.

Bolsa online de Empleo www.Nexotur.com

Las agencias de viajes buscan profesionales con experiencia y manejo de Amadeus

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

■ **Viajes Carrefour.** Barcelona. Agencia de viajes asociada a la red de Viajes Carrefour busca agente para media jornada de lunes a viernes. Requisitos: imprescindible experiencia en venta y comercialización de productos turísticos.

■ **Lleego Travel Market.** Málaga. Se necesita agente joven, dinámico y seguidor de las nuevas tecnologías. Su función será ayudar a nuestro equipo de desarrollo a mejorar la herramienta de venta y gestión de vuelos. Requisitos mínimos: alto conocimiento de Amadeus y familiarizado con contabilidad y facturación aérea. Otros requisitos: conocimientos de Galileo, BSP, haber trabajado en un soporte a agencias, inglés y disponibilidad para viajar.

■ **Empresa Viajes Regalo.** Madrid. Se busca agente de reservas con experiencia en realización de reservas, emisión de vuelos, reservas de cruceros, hoteles, alquiler de coches... Conocimiento de proveedores y turoperadores del Sector. Otros requisitos: ingles medio/alto; de tres a cinco años de experiencia; conocimiento alto de Galileo y Amadeus; capacidad de trabajo bajo presión; y perfil comercial, entusiasta y colaboración en equipo.

■ **Gestora de Viajes y Negocios.** Córdoba. Se necesita profesionalidad para asesoría de viajes. Ofrecemos incorporación inmediata, buenas condiciones laborales y económicas. Requisitos: conocimientos de Amadeus, inglés y manejo de herramientas Office. Se valorará experiencia acreditada, buenas referencias y cartera de clientes. Horario de lunes a viernes de 8.30-14.00 y de 16.30-19.00 horas.

■ **Viajes Carrefour.** Griñón. Se busca agente de viajes con experiencia en vacacional para trabajar por las tardes.

■ **Campimar.** Madrid. Buscamos agente de viajes con experiencia y que sepa manejar Amadeus o Galileo. Valoramos manejo de Ofiviaje y nivel aceptable de inglés.
.

■ **Consultia Travel.** Valencia. Consultia Travel, agencia de viajes especializada en la gestión y asesoramiento de viajes de empresa, precisa gestor de viajes de cuentas de empresa para trabajar desde la sede central ubicada en Sedaví (Valencia). Requisitos: experiencia demostrable en *business travel*, amplio manejo de Amadeus e inglés oral y escrito. Horario de 9:00-14:00h y 16:00-19:00h de lunes a viernes.

■ **Bestours.** Madrid. Necesitamos agente de viajes para departamento de viajes corporativos. Requisitos: manejo de Amadeus, nivel de inglés alto, experiencia mínima de tres años en mismo puesto similar. No se leerán aquellas solicitudes que no cumplan estos requisitos. Sería para turno rotativo de tarde de lunes a viernes.

■ **Viajes Redondo.** Madrid. Agencia familiar especializada en Turismo cultural y con producto propio en viajes culturales y de experiencias, selecciona una persona para su oficina de Madrid. Requisitos: buena presencia, facilidad en la atención telefónica, resolutiva, buena disposición con los clientes, que sepa hacer presupuestos, elaboración 'paquetes' de viajes, destinos largas distancias, itinerarios, reservas, adaptación a la empresa, con buena predisposición 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 Asia y América.

■ **Viajes Cometa.** Barcelona. Esta oficina minorista de Barcelona busca un agente de viajes corporativo responsable. Los interesados deberán contar con conocimiento del programa Amadeus.

■ **Halcón Viajes.** Almería. La agencia de viajes busca agente de viaje con experiencia para mostrador. Zona Vera (Almeria). Incorporacion inmediata.

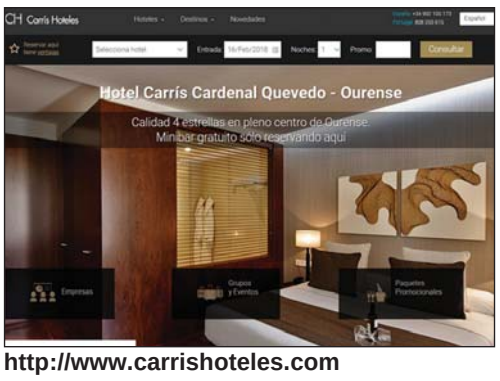
■ **Mapa Tours.** Madrid. El turoperador selecciona personal para su nuevo departamento de contratación, especializado en destinos de Europa. Imprescindible experiencia. Ingles nivel medio/alto hablado y escrito. Se valoraran conocimientos del sistema de gestion Dometour y Amadeus.

■ **Nautalia Viajes.** Badajoz. Los propietarios de una oficina de Nautalia Viajes en pleno centro de la ciudad extremeña de Badajoz traspasan su negocio por jubilación. La sucursal está actualmente en pleno rendimiento y cuenta con una consolidada cartera de clientes.

■ **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.

Naveg@web / Evaluación de webs en Internet

Hoteles en Oporto y Galicia



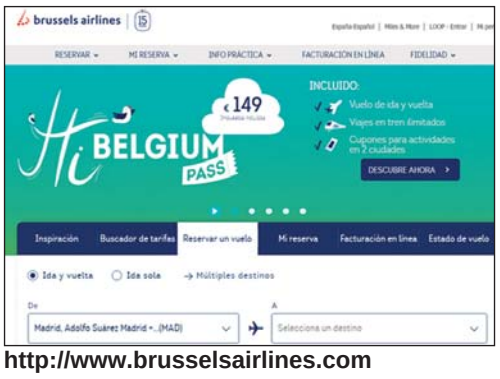
http://www.carrishoteles.com

⇧ La nueva versión compatible de la página *web* de Carrís Hoteles mantiene la **información** sobre la cadena y sus establecimientos de la versión anterior, y ofrece un sencillo sistema de reservas fácil de utilizar, pero que no está disponible para las agencias.

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

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

Vuelos a Bélgica



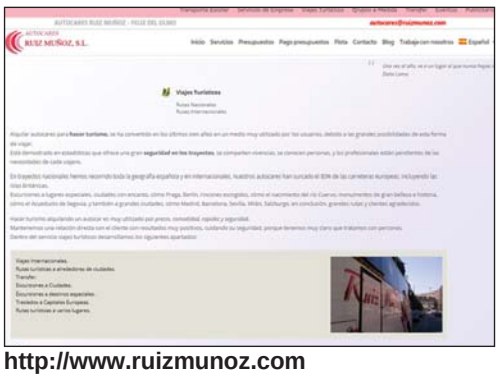
http://www.brusselsairlines.com

⇧ Brussels Airlines presenta una nueva versión de su página *web*, válida para cualquier tipo de terminal, manteniendo con pocos cambios, una **información** y una gestión de vuelos semejantes a las de la anterior, pero sigue sin reserva para las agencias.

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

⇩ No contempla la gestión de reservas desde las agencias.

Buses desde Madrid



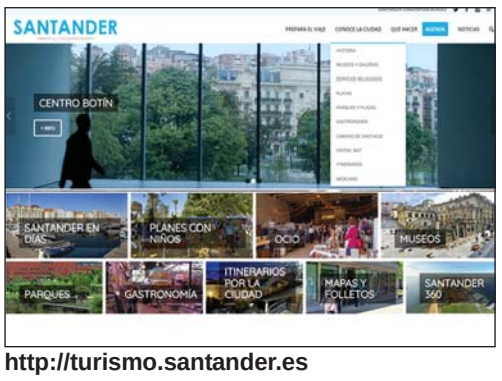
http://www.ruizmunoz.com

⇧ Autocares Ruiz Muñoz ofrece una versión *responsive* de su página con un diseño muy diferente pero con una estructura de accesos y una información sobre la empresa y sus servicios de transporte semejantes a las de la versión anteriormente analizada.

⇨ Sería de más **utilidad** si incluyera información sobre sus tarifas.

⇩ Para **reservar** solo ofrece un formulario de consulta.

Turismo en Santander



http://turismo.santander.es

⇧ Santander presenta una nueva versión de su página de Turismo, en la que, optimizando su diseño y su estructura de accesos, amplía su **información** sobre los temas de interés para los visitantes, aunque sigue siendo muy limitada sobre sus servicios.

⇧ Sería de más **utilidad** incluyendo buscadores de alojamientos.

⇩ En el área de **reservas** sólo ofrece una guía de alojamientos en PDF.

Eventos en Valencia

http://www.palcongres-vlc.com

⇧ El Palacio de Congresos de Valencia presenta una nueva versión de su página en la que, con un cuidado diseño compatible, ofrece una completa **información** sobre el palacio, sus espacios y sus servicios a colaboradores, expositores y visitantes.

⇧ Por su amplio nivel de todo tipo de información es una *web* de **utilidad**.

⇩ En el área de **reservas** sólo ofrece formularios de consulta.

Turismo en Irlanda

http://www.discoverireland.com

⇧ La nueva versión de la página oficial de Turismo de Irlanda mantiene, con un nuevo diseño compatible para cualquier tipo de terminal, una completa **información** turística del país y un buscador de alojamientos que para reservar ofrece el enlace con su *web*.

⇨ Por su amplio nivel de información es una *web* de **utilidad**.

⇩ En el área de **reservas** sólo ofrece el enlace con los alojamientos.

Legislación

Nuevo contrato

Viajes El Corte Inglés

✓ El concurso público que lanzó la Universidad de Granada ha sido adjudicado a Viajes el Corte Inglés, lo que quiere decir, que el ganador, gestionará los viajes de la universidad durante al menos un año, con opción de prorrogarlo tres años más. El presupuesto de licitación anual alcanza los 2.200.000 euros y los servicios se prestarán desde su sede en la capital nazarí.

La agencia gestiona: el Congreso de los Diputados, Senado, Banco de España, Correos, INECO, Radio Televisión Española, Teatro Real de Madrid, Fundación EOI, Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administraciones y Políticas Públicas, Oficina de Propiedad Intelectual de la UE, entre otras.

Gracias a esta nueva adquisición, la agencia de viajes se consolida como una de las agencias con más experiencia, conocimiento y profesionalidad a la hora de gestionar los viajes de importantes empresas.

Boletín Oficial del Estado
✉ https://www.boe.es.

Curso

Lego Serious Play

El grupo trabaja problemáticas, resuelve obstáculos y asume retos

Viatges Sant Julia ha comenzado a utilizar el sistema, Lego Serious Play para que sus trabajadores lo practiquen, en colaboración con la firma de consultoría, formación y coaching en procesos clave de excelencia comercial, ActitudPro, con el propósito de favorecer la competitividad en el seno de la propia empresa.

Esta técnica de desarrollo fue implementada en Dinamarca hace alrededor de 10 años. Esta metodología parte del hecho de que, cuando se crea un modelo individual jugando con piezas de Lego, la persona que está siendo formada es capaz de transmitir muchos más conceptos, y de una forma mucho más rica que a través del lenguaje tradicional. A través de ello, los trabajadores pueden ser capaces de afrontar, de una manera más satisfactoria, la gestión de ciertas situaciones inesperadas con clientes, la superación de obstáculos dentro de la organización, la identificación de las principales oportunidades de negocio o las palancas de mejora en el servicio que le proporcionan a sus clientes.

El socio director de ActitudPro, Fede Martrat, ha explicado que "con

Lego Serious Play se pretende que los equipos aprovechen su parte creativa y expresen sus ideas construyendo modelos de Lego de forma lúdica, pero, a la vez, desarrollando habilidades a nivel de equipo"

Según ha explicado la directora general de VSJ, Mercè Beiroa: "Esta metodología nos ha permitido plantear y ver de forma diferente al habitual, en nuestro caso nos ha ayudado a resolver una situación de nuestra estrategia comercial. Considero que este método, tan visual y libre, es muy eficaz para aprender, comunicarse y resolver".

Libros

Desafío para tripulantes

Autora: Carmen García Talles. Edita: Formación Alcalá

El libro, bajo el título: 'Entrenamiento inicial para tripulante de cabina de pasajeros:1001 preguntas de examen', narra, desde un punto de vista general, terminos generales del ámbito de la aviación, como la normativa, medicina aeronáutica, operaciones normales y de emergencias, extinción de fuegos, salvamento y supervivencia. Para que el aprendizaje sea más sencillo, en este libro se encuentra la normativa que exige la AESA para la autorización de realización del examen, así como los requisitos mínimos que se exigen para la obtención de la Licencia de Vuelo. Reúne 20 test de 50 preguntas inéditas, cada una con cuatro posibles opciones. *info*@rcagrupoeditor.es

Calendario

Feria del Atlántico

●Desde el jueves 28 al domingo 31 marzo 2019 se celebrará la 42ª edición de la Feria Internacional del Atlántico, donde habrá cabida para el sector hostelero, formativo, de negocios, y como no, el Sector Turistico.

Se llevará a cabo, en el Recinto Ferial de la Institución Ferial de Canarias (INFECAR), en la ciudad de Las Palmas, España. La Feria Internacional del Atlántico es el punto de encuentro de la comunidad empresarial y turística en el archipielago.

El objetivo es la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio, inversión, y colaboración dentro del Sector Turístico.

El horario será de 10:30 a 19:00 horas, los días 28, 29 y 30, y de 10:30 a 17:00, el domingo. Las zonas de exposición serán el pabellón 5 (carpa), 6 y 7.

Respecto al precio de las entradas, es completamente gratis para los profesionales registrados. Sin embargo, cuesta 3,50 euros para el público general.

Especialistas en Agencias de Viajes

ACONFISA

Asesoría Turística

✔ Contabilidad
✔ Socio-Laboral
✔ Fiscal
✔ Jurídico-Mercantil

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

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

NEXOTUR®

✉ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid / P.O.Box 10119 Madrid / ☎ 91 369 41 00 / 91 369 18 39 / E-Mail: redaccion@nexotur.com

SUBEN

▲Luis Gallego

Iberia alcanza en 2018 un beneficio operativo de 437 millones, un 16,2% más que en 2017. La aerolínea española, que obtiene los mejores resultados de su historia, es la que protagoniza el mayor crecimiento en IAG.

▲ Barack Obama

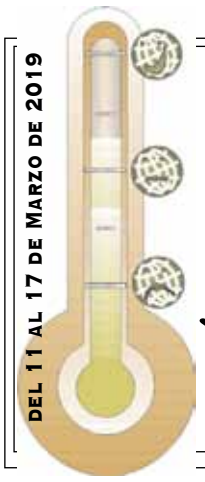
El expresidente de Estados Unidos, Barack Obama, será invitado de honor y orador principal en la gran Cumbre Mundial que organizará el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) en la ciudad de Sevilla entre el 2 y el 4 de abril de 2019.

▲Stephan Ebert

Cockpit, el motor de reservas del grupo Aerticket, ya opera en medio centenar de países. Este hito hace aún más competitiva la herramienta del consolidador, cuyo objetivo para el actual ejercicio es llegar a la cifra de 80 mercados internacionales.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves 2
Protagonista / Manuel Figuerola 3
Entrevista / Jon Arriaga 4
Escaparate 5-13
Gestión 14
Avasa News.....15-18
Mostrador 19-21
Club 23
Hotelería.....25-26
Booking.....27
Evaluanet.....29
Ofertas de empleo 30
Agenda 31



LA SEMANA

El Turismo aporta más del 10% del PIB mundial

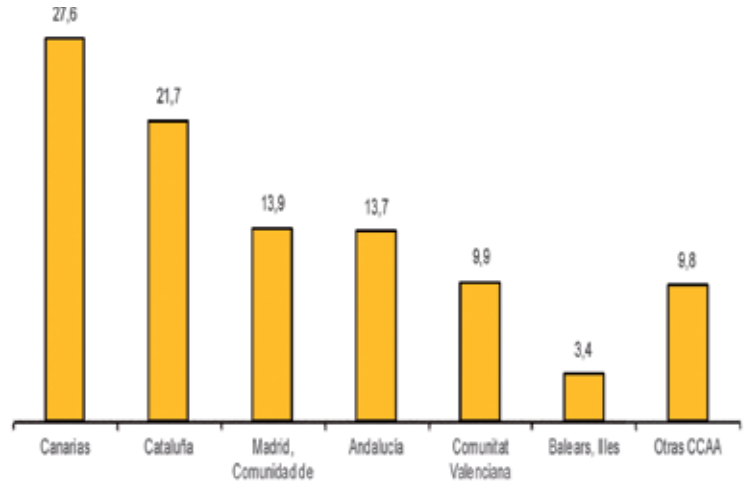
La industria del Turismo continúa incrementando su peso en el Producto Interior Bruto (PIB) global. Según los últimos datos recabados por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), su contribución asciende a 8,8 billones de dólares (7,7 billones de euros) en 2018, lo que supone un crecimiento interanual del 3,9%. Se trata, además, del octavo año consecutivo en el que su evolución es más positiva que la de la economía mundial, que registra un aumento del 3,2% en el mismo ejercicio. Tras este periodo de ocho años de crecimiento más intenso que la media, la aportación del Turismo se eleva de forma significativa, con el 10,4% de toda la actividad económica del mundo.

COYUNTURA

España recibe un 2% más de turistas

Según el estudio FRONTUR, realizado por el INE, se ha registrado, en el último mes de enero, un incremento de más de dos puntos en la llegada de turistas internacionales a España, respecto al año anterior, siendo el Reino Unido el principal exportador de turistas a la peninsula. La cifra ha ascendido hasta 4,2 millones de visitantes, suponiendo un aumento de 92.312 turistas de ámbito internacional.

Llegada de turistas por Comunidades



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. © NEXOTUR

El Instituto Nacional de Estadística (INE) ha reflejado, en la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur), que España ha experimentado un ligero aumento en la llegada de turistas de origen internacional, en el mes de enero, respecto al arranque del año 2018, concretamente un 2,2%.

El Reino Unido lidera la tabla de llegada a la Península, con 807.347 visitantes emitidos durante el mes de enero, aumentando un 1% respecto al año pasado.Le siguen de cerca Francia y Alemania con 446.307 y 515.989 respectivamente, con un ascenso de más del 2% de los bávaros, pero con un descenso de casi un 9% del país galo respecto a la anterior edición. Por otro lado, los países con menos turistas en España son: Rusia (67.211), Suiza (78.134) e Irlanda (89.089).

La causa principal de las llegadas es vacacional, para compartir momentos de ocio en familia, con 3,4 millones de turistas en enero. De estos, 340.939 llegan por motivos de trabajo (un 26,2% más), lo que llena de optimismo al Sector Turístico, y por otros motivos llegan 415.184.

En relación a los destinos españoles preferidos por los visitantes procedentes del extranjero, las Islas Canarias continúan sin tener rival cercano, con 1,2 millones de turistas recibidos durante el mes de enero, en mayoría británicos y alemanes. El archipiélago atrae el 27,6%, un 2,1% menos que el pasado mes de enero. Canarias es siempre una buena opción. Las islas son el destino elegido por viajeros de las procedencias más dispares en cualquier época del año. En verano se convierte en uno de los focos principales del Turismo familiar, mientras que entre octubre y marzo es temporada alta para escapadas en pareja, que visitan Canarias buscan un clima más cálido, huyendo del invierno de otras regiones de Europa. Sin embargo, Barcelona ha obtenido 910.779 (21,7%) y Madrid 584.387 (13,9%), experimentando un aumento del 5,3% y 8%, respectivamente. En el resto de Comunidades el número de turistas se incrementa, un 18,8%, en las Islas Baleares y un 6,6% en Andalucía. En el lado opuesto, la Comunidad Valenciana sufre un gran descenso de un 8,0%.

Alojamiento y transporte

Respecto al alojamiento preferido por los usuarios en enero, aumenta un 1,3%, en general, en tasa anual debido al descenso del alojamiento de no mercado (-3,2%). Predominan los establecimientos hoteleros con 2.441.596, creciendo un 4,9% respecto al mismo mes del ejercicio anterior, así como la llegada a viviendas de amigos y familiares, con 821.261. Por su parte, la opción de la vivienda de alquiler ha aumentado un 2,4, registrando 378.467 usuarios.

El transporte por avión es el medio que sirve de entrada al mayor número de turistas en enero, con cerca de 3,6 millones, lo que supone un aumento anual del 2,2%. Por carretera llegan un 0,5% más de turistas (540.312), por puerto un 11,0% más (92.700) y por ferrocarril un 19,8% más (13.848).

Por último, la mayoría de los turistas que llegan a España en enero, no hace noche en el país (6.782.568), de hecho han aumentado un 4,5%. Por otro lado, para los que vienen a pasa más de un día, la estancia mayoritaria es la de cuatro a siete noches con casi 1,8 millones de turistas y un aumento anual del 2,8%. El mayor ascenso se ha visto reflejado en la estancia de dos a tres noches (840.824), que ha experimentado un crecimiento de 19,3%. En el caso de ocho a quince noches (928.354), que ha descendido un 7,7% respecto al 2018.