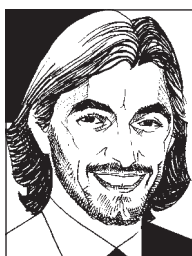




JAIME ALBERTO CABAL

## Gestión de los flujos

PÁG. 11 / Existen importantes desafíos en la gestión de los flujos



JAVIER HIDALGO

## La Feria del Viaje

PÁG. 12 / Descuentos de hasta 500 euros en la Feria del Viaje de Madrid



GUILLERMO GONZÁLEZ

## Funciona el Puente Aéreo

PÁG. 9 / Satisfacción en Iberia por la acogida de su Puente Aéreo



MANUEL BUITRÓN

## Buen inicio del año

PÁG. 6 / Gran arranque de año de Polytours tras facturar 70 millones en 2018



MANUEL LÓPEZ

## Solución específica

PÁG. 12 / Intermunicipal crea garantía especial con soluciones específicas

# IATA ve 'un riesgo' en el pago mensual al BSP y lo eliminará

Afectaría a 186 agencias en España y otros ocho países más que tienen pago mensual

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) quiere eliminar la posibilidad de liquidación mensual al BSP que tienen las agencias. Esta posibilidad

existe únicamente en España, Botsuana, Grecia, Israel, Italia, Malta, Marruecos, Sudáfrica y Túnez. En nuestro país 186 agencias siguen pagando mensualmente.



Victoria Asensi dirige Zafiro Tours.

## Asensi: 'Crecer forma parte de nuestro ADN'

"La expectativa de Zafiro Tours es continuar con la tendencia al alza y un crecimiento moderado", asegura su directora. **Pág. 4**

## Los agentes pierden poder adquisitivo durante 2018

En 2018, los salarios de los agentes de viajes aumentan un ligero 0,8%, cuatro décimas por debajo del alza del IPC. **Pág. 6**

## Club NEXOTUR

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

IATA pretende terminar con la liquidación mensual al BSP, periodicidad que en España utilizan todavía 186 agencias de viajes, al igual que en Botsuana, Grecia, Israel, Italia, Malta, Marruecos, Sudáfrica y Túnez. Según revela CEAV, el lobby aéreo habría encargado un informe para "modificar unilateralmente los criterios en España". "Incluso antes de



Alexandre de Juniac

conocer el resultado del mismo, nos ha comunicado que tiene intención de eliminar el pago mensual por haberlo identificado como un riesgo". La Confederación hace pública su "oposición rotunda", como señala su gerente, Mercedes Tejero, ya que "no existe riesgo añadido para las aerolíneas". **Escapate en pág. 12**

# Aluvión de consultas por la Ley de Viajes Combinados

Los últimos cambios normativos en España han generado gran incertidumbre en el Sector, en especial los de la nueva Ley de Viajes Combinados o la revisión al alza de los avales exigidos a las agencias. Así, Asociaciones empresariales y Grupos de gestión están trabajando a destajo para intentar resolver las múltiples dudas planteadas por sus asociados. Fuentes consultadas por NEXOTUR reconocen que en los últimos meses sus departamentos jurídicos han recibido

un aluvión de consultas, llegando en algunos momentos a estar desbordados, predominando las relacionadas con la nueva Ley de Viajes Combinados. Entre los temas que más dudas están generando, destacan el servicio de viaje vinculado como nueva figura jurídica y las diferencias con el viaje combinado; los cambios en la información precontractual; y las modificaciones más significativas del contrato de viajes combinados. **Escapate en pág. 7**

# Comienza la carrera por el programa del Imsero

El importe del contrato es de 133 millones de euros

Tras el retraso en la licitación del programa de Turismo para mayores, el Imsero ya puede poner en marcha el concurso para la contratación de los servicios de organización, gestión y ejecución para las temporadas 2019-2020 y 2020-2021, con opción a una prórroga de dos años. El importe del contrato roza los 133,4 millones de euros, con 900.000 plazas programadas.



Manuel Martínez

Como mejora respecto a otras temporadas, contempla la reserva del 1% de las plazas subvencionadas al 50% para las personas que tengan recursos económicos iguales o inferiores a las pensiones no contributivas de jubilación o invalidez de la Seguridad Social. También destaca el incremento del 7% de las plazas de Turismo de interior. **Escapate en pág. 5**

# El Sector acapara el 60% o 70% de reservas hoteleras

En la distribución hotelera, "entre el 60% y el 70% de las reservas se realizan a través de agencias", como destaca el presidente de CEAV, Rafael Gallego, y subraya que en 2018, año en el que se superaron los 82 millones de turistas extranjeros, los agentes "gestionaron la llegada del 53%". Entre los motivos por los que los



Rafael Gallego

clientes prefieren hacer sus reservas de hotel a través de las agencias CEAV destaca, entre otros, "una mejor planificación del viaje, la seguridad de ajustarse al presupuesto fijado sin el riesgo de sobrepasarlo y la tranquilidad de tener todos los flecos bien atados", apunta la Confederación. **Escapate en pág. 5**

**45 años**

# Semana Santa

Del 12 al 22 abril 2019

**DESDE MADRID Y BARCELONA:**

|           |           |
|-----------|-----------|
| EGIPTO    | CRACOVIA  |
| IRÁN      | FLORENCIA |
| TAILANDIA | GRECIA    |
| TURQUÍA   | SICILIA   |
| CHINA     | MÚNICH    |
| JAPÓN     | PRAGA     |
| LONDRES   | PARÍS     |
| CROACIA   | MARRUECOS |
| ESLOVENIA | RUSIA     |
| BELGRADO  | GUATEMALA |

**VUELOS DIRECTOS DESDE VALLADOLID, VITORIA, BIARRITZ, BILBAO, PAMPLONA, MÁLAGA, SEVILLA, ALICANTE, PALMA, SANTIAGO, ASTURIAS Y ZARAGOZA:**

|           |           |
|-----------|-----------|
| TURQUÍA   | LONDRES   |
| ESLOVENIA | LISBOA    |
| PARÍS     | VENECIA   |
| ESTOCOLMO | SICILIA   |
| BERLÍN    | GRECIA    |
| PRAGA     | DUBROVNIK |

**CRUCEROS FLUVIALES**

GRAN CRUCERO POR HOLANDA Y SUS TULIPANES

GRAN CRUCERO DANUBIO

Un gran viaje **VIVE** para siempre

Información y reservas en su agencia o en [politours.com](http://politours.com)

**L**A LLEGADA DE la primavera —momento de cierta exaltación, y de actitudes optimistas— con referencia a la situación turística que estimamos posible para el año 2019, no puede proyectarse con demasiado optimismo. Por lo que, con rigor, objetividad y preocupación, deberemos considerar con especial atención, la tendencia que se percibe para un horizonte a corto y medio plazo.

Un análisis prudente, apoyado en una severa reflexión, utilizando la información estadística disponible, deberá conducirnos a promover una actitud más dinámica en Turismo. Y de verdad más innovadora. Capaz de conseguir del Turismo resultados más identificados con su verdadera realidad. Que, sin menospreciar los logros ya alcanzados, hagan posible mejorar la optimización de su contribución.

En dicho plano se ha de destacar, que cualquier estudio suficientemente documentado demostraría, que el Turismo como factor de desarrollo, todavía podría colaborar más intensamente, en la resolución de algunos de los desajustes estructurales de nuestra economía (desempleo, aumento del déficit comercial, insuficiencia de los recursos fiscales, aumento de la deuda, etc.). Por ejemplo, convertirse en el plazo de cuatro años en el 15% del PIB.

Dentro de esa difícil situación el Fondo Monetario, la OCDE y la Comisión de la UE han revisado a la baja sus proyecciones para 2019 y 2020. Pudiéndose observar, cómo el Banco Central Europeo ha debido flexibilizar sus políticas monetaria y financiera, para dinamizar un sistema económico que se debilita.

Asimismo, el panorama que parece amenazarnos con el Brexit, la reducción de las exportaciones de vehículos por incumplimiento del plan tres millones, el aumento del precio del petróleo, la influencia de las guerras comerciales entre los grandes mercados, etc, nos obliga a ser cuidadosos en nuestras previsiones y fijación de objetivos.

Por ello, cuando, lamentablemente, observamos que hay grupos críticos a la evolución ciertamente expansiva que ha tenido el Turismo —críticas bastante inconscientes del papel jugado en el desarrollo— se ha de intentar que aquellos reconozcan las grandes posibilidades que todavía, a corto plazo, este Sector puede impulsar. Llamando la atención de lo absurdo de plantear cambios en el modelo productivo, si ello puede afectar negativamente, a los resultados que proporciona el Turismo.

De ese modo, estamos seguros de que, en la alternativa de un Turismo todavía más favorable, su comportamiento ayudaría a reducir algunas de las insuficiencias de nuestra estructura económica, tal como lo hizo este Sector en el pasado. Impulsando la llegada de recursos financieros para la industrialización y la mejora de las infraestructuras del país. Aportando divisas para la cobertura de los déficit de la balanza de pagos. Inyectando capital exterior, para impulsar el cre-

*‘Un análisis prudente, apoyado en una severa reflexión, utilizando la información estadística disponible, deberá conducirnos a promover una actitud más dinámica en Turismo. Y de verdad más innovadora’, asegura el analista de política turística*

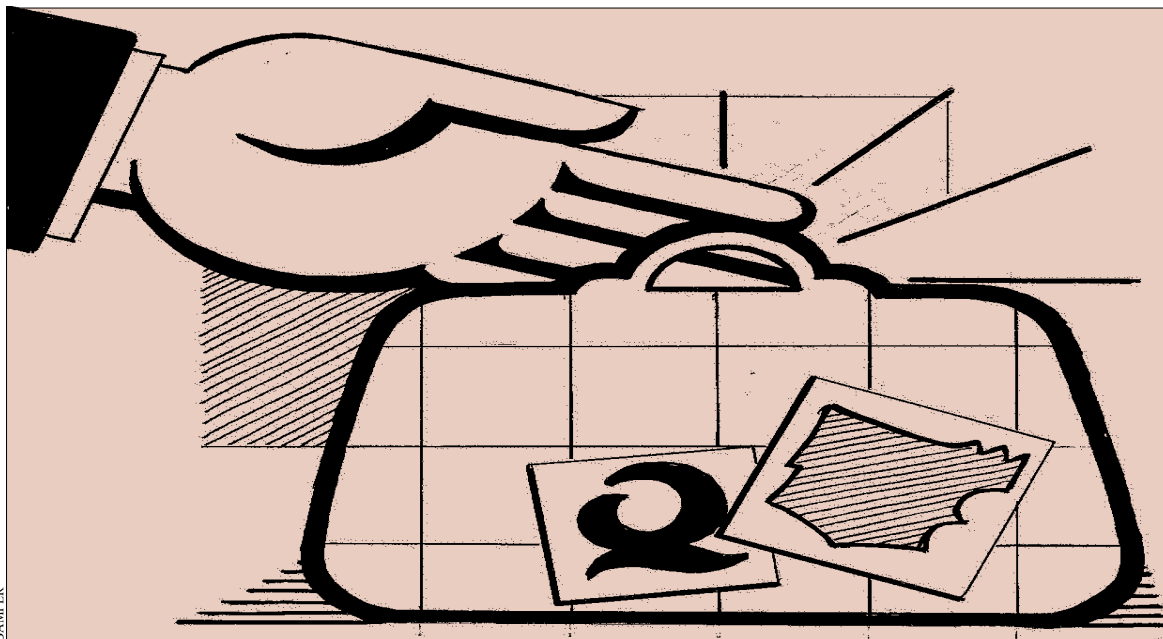
## Desarrollo de políticas más ambiciosas

cimiento de la oferta inmobiliaria turística. Generando tributos para sostener las balanzas fiscales... Y, sobre todo, ofreciendo capacidad e influencia para crear trabajo. Hasta este momento, 2,5 millones de empleos directos e indirectos.

También, según los últimos datos publicados por la OMT, el Turismo

muy superior al español, alcanzado un valor superior al 38 %. Como consecuencia se puede comprobar, que España está alcanzando cifras muy elevadas, en cuanto al número de turistas recibidos. Pero también se percibe, que está aceptando un gasto medio muy reducido, que genera un rendimiento inadecuado.

Sin duda se cree, que la influencia agregada de los tres escenarios señalados anteriormente podrá crear un entorno favorable de repercusión sobre los resultados del Turismo. En concreto, por efecto del diferente significado y signo de las tres situaciones que se han destacado, se deberá proyectar un



internacional creció el 6% en 2018. Y se espera, que por causa del proceso reductor que se estima en este año, con relación al año 2019, el Turismo solo aumente el 3,5%. Crecimiento

similar al que se predice correspondiente al Turismo de los no residentes recibidos por España. El cual en términos constantes o de viajeros, se estima crezca al 3%; y en términos corrientes, si se adoptan estrategias y acciones más

ambiciosas de carácter técnico, que las aplicadas hasta ahora, se podrá llegar en nuestro país a un incremento del 6%. Como valor posible.

Un estudio realizado sobre el gasto medio del turista internacional que llega a España, acumulando también los efectos económicos del excursionismo que visita el país, fija dicho gasto para 2018 en 694,4 euros, contabilizados en términos de ingresos por balanza de pagos. En paralelo, dicho gasto medio, calculado con los mismos condicionantes para la media del gasto del Turismo internacional, alcanzó durante 2018 la cifra de 960,20 euros.

La interpretación de dicha diferencia pone de manifiesto de inmediato, que el gasto de un turista en el conjunto internacional fue

Hipótesis que puede constatar, si se observa al mismo tiempo, que el ingreso medio por habitación vendida en los hoteles españoles o ADR para su conjunto, durante 2018, fue igual, solo a 84,84 euros; y en cinco estrellas a 186,82. Ofreciendo de esa manera una habitación de excelente calidad para dos personas, a precios muy inferiores a los ofrecidos, como ejemplo, en el mercado turístico europeo. Lo que significa según nuestro criterio, un resultado insuficiente, si se desea configurar un balance turístico en España más rentable y productivo.

Lo cual nos lleva a estudiar la influencia de tres escenarios, que habrán de condicionar los resultados de la política turística de los próximos años. El primero que, en general, la economía de los países emisores de Turismo hacia España tenderá a desacelerarse, perdiéndose la oportunidad de un mayor empuje de los valores de la demanda recibida. En segundo lugar, que los escenarios económicos españoles, y en particular su cuadro de magnitudes económicas y sociales, se vislumbran, a corto y medio plazo, necesitados de una política más expansiva, que favorezca resultados más eficientes. Y, por último, se considera con firmeza que el Turismo español, en función de la gran capacidad de atracción que posee y debe ampliar tiene un horizonte o potencialidad de expansión todavía muy elevado.

programa de actuaciones, fijando ciertos argumentos o criterios inductores bastante más ilusionantes y creíbles. Capaces de promover un impulso del Turismo español, a corto y medio plazo, más motivador y productivo.

Como consecuencia, la ecuación armónica que configura el modelo de crecimiento turístico en España, para los próximos cinco años, se condicionará al cumplimiento de un conjunto de exigencias. Objetivos que necesariamente se han de cumplir, si se desea conseguir un Turismo más eficiente, tanto en los resultados económicos, como en la consecución de una actividad turística que integre y optimice mejor el uso de los recursos.

Mandatos que se pueden resumir en las siguientes recomendaciones estratégicas:

a. Debe considerarse el crecimiento del Turismo (medido en número de llegadas o pernoctaciones) como necesario. Pero a partir de ahora no tiene por qué plantearse como exigencia la superación en los próximos años de valores por encima del 3%; y tampoco debe plantearse como una obsesión el crecimiento permanente del número de llegadas.

b. El objetivo de la mejora de la calidad ha de priorizarse por delante de otras acciones. De manera que no solo sea una intención la excelencia, sino realmente una necesidad conseguir de manera permanente e inquestionable. La importante diferencia que se aprecia en el gasto medio realizado por los viajeros que optan por los destinos españoles, con relación a otros mercados, es una razón selectiva para plantearse una decidida política de aumento progresivo de los estándares de calidad y precios en los próximos diez años.

c. Es necesario incorporar elementos rejuvenecedores de la imagen. Y modernizadores de los procesos de producción y gestión. Capaces de incorporar permanentemente avances tecnológicos y novedades atrayentes. Siendo fundamental, admitir y asociar, todo aquello que signifique introducir en el ámbito del crecimiento turístico, una transformación que tenga como horizonte lo ideal y no la cantidad.

d. La organización del personal, provocando intercambios y movilidad en los departamentos y procesos, buscando la idoneidad de las competencias, ha de ser función de la acción innovadora. Considerando como necesario la movilidad y la política de coparticipación en las decisiones. Siempre como eje de la mejora de resultados y la identificación de las propuestas y actuaciones como elementos necesarios de las reivindicaciones de los clientes. Siendo necesario proceder permanentemente a establecer estructuras laborales, que se identifiquen con modelos de productividad de amplia satisfacción para el trabajador. Que pretendan la excelencia en los trabajos realizados. Consiguiendo, de ese modo el logro de rendimientos económicos superiores y una mayor competitividad.

e. En el marco de la Propuesta que se presenta existe un objetivo importante que consiste en proceder a imponer en todos los procesos del sistema turístico (destinos y empresas) políticas efectivas de Responsa-

bilidad Social Empresarial. En una filosofía que intente proyectar y acrecentar el desarrollo. Alcanzando rendimientos económicos, beneficios de explotación, y márgenes de operación adecuados. Pero también, el cumplimiento de los fines

encuadrados en los preceptos de la Responsabilidad Social Corporativa.

f. Por último, es urgente y prioritario la renovación de tradicionales destinos y productos turísticos. El cambio como instrumento de la política de actualización y competitividad obligan a considerar la necesidad de retornar al desarrollo de los viejos planes de excelencia y dinamización turística. Para ello será necesario que, desde las diferentes administraciones, empresas e instituciones turísticas, se pueda poner mayor énfasis en la recuperación de numerosos núcleos turísticos, hoy en alguna manera envejecidos, con el fin de que desarrollen protocolos de renovación que hagan posible una nueva puesta en valor.

Manuel Figuerola es analista de política turística.

TRIBUNA



MANUEL FIGUEROLA

**La economía de los países emisores de Turismo hacia España tenderá a desacelerarse**

**El Turismo español tiene un horizonte o potencial de expansión todavía muy elevado**

# OPINION

## NEXOTUR

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA  
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZDIRECTOR  
EUGENIO DE QUESADADIRECTOR ADJUNTO: CARLOS ORTIZ RODRIGO  
COORDINADORA GENERAL: MARGA GONZÁLEZ

SECCIONES: MIGUEL PRAGA LÍBANO (ESCAPARATE Y MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA BÁEZ (REUNIONES), DANIEL GALLEGU ALÍAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), PAULA VACAS (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), GERGAÑA ORLINOVA (EVENTOS), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN), MAMEN MARTÍNEZ (DISEÑO) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR).

COLUMNISTAS: JULIO C. ABREU STAUD, ISABEL ALBERT PIÑOLÉ, DR. VENANCIO BOTE, ANTONIO CABALLOS, MÓNICA FIGUEROLA, COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO, MANUEL FIGUEROLA PALOMO, ENRIQUE HERNÁNDEZ, JUAN CARLOS MAÑAS Y CLAUDIO MEFFERT

CONSEJO ASESOR (DIRECTORES): FRANCISCO VÁZQUEZ (CIMET), CLAUDIO MEFFERT (FUTURALIA) Y JULIO C. ABREU (NEXO BUSINESS)

NEXO  
editores s.a.REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:  
LOPE DE VEGA 13. 28014 MADRID  
TELÉF. + 34 913 694 100 (10 LÍNEAS)  
E-MAIL: REDACCION@NEXOTUR.COMDIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO: JAVIER CONTRERAS  
DIRECTOR JURÍDICO GRUPO NEXO: SANTIAGO MORATALLA SALVADOR  
DIRECTOR DE INFORMATIZACIÓN Y PROCESOS: JOSÉ MANUEL DÁVILA  
DIRECTOR DE PLATAFORMA DIGITAL Y WEBSITE: JOAQUÍN ABADDEPARTAMENTOS | 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: NEXODATAPUBLICIDAD / DEPARTAMENTO PROPIO: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)  
MADRID: MERCEDES LEÓN, FERNANDO GONZÁLEZ / BARCELONA: PEPITA HERNÁNDEZ

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

NEXOTUR, PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA AGENCIA DE VIAJES, ES UN SEMANARIO INDEPENDIENTE DE LOS INTERESES DEL SECTOR TURÍSTICO

© NEXOTUR ES UNA MARCA REGISTRADA DE NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)

© COPYRIGHT: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO) / DERECHOS RESERVADOS

DEPÓSITO LEGAL: M-8043-2012 / IMPRESO EN ESPAÑA  
ISSN (INTERNACIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966  
TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

## París y Barcelona, amenazadas

**N**UBARRONES EN EL HORIZONTE DEL MICE. Dos de las principales ciudades de Turismo de Reuniones del mundo, París y Barcelona, sufren la triple amenaza que se cierne sobre los grandes destinos urbanos de eventos. En el caso de la capital francesa, líder mundial en el Turismo vacacional y de negocios, tras superar los estragos de los atentados terroristas, sufre desde hace ya cinco meses los efectos de los desórdenes que, cada sábado, repiten los *chalecos amarillos*, infiltrados por unos grupos antisistema que cada día actúan de manera más violenta. El resultado es una pésima imagen de destino, multiplicada por las televisiones y prensa de todo el mundo (y en especial por las redes sociales) que muestran un París inseguro —ante la impotencia policial— con su glamoroso centro a merced de vándalos, que arrasan con todo a su paso. Mala imagen que se suma al cambio de ciclo y al anunciado parón del crecimiento y tambores que anuncian recesión, con las previsibles consecuencias para el MICE parisino.

Inestabilidad, aunque por otras causas, que empieza a afectar también a Barcelona, ciudad paradigmática del MICE en España, si hemos de dar crédito a la información del *Gremi* de Hoteles de Barcelona, que alerta de la caída del Turismo de Negocios y del MICE que, aseguran, está teniendo un impacto directo sobre los resultados de la hotelería. Su presidente, Jordi Clos, reclama "un esfuerzo conjunto para recuperar este sector". Y es que "el equilibrio 50-50 de los últimos años, entre Turismo de ocio y de negocios, se ha perdido", según Clos, que clama "para recuperar el Turismo de Negocios perdido, porque este segmento es estratégico para Barcelona".

De hecho, las previsiones del *Gremi* no mejoran para 2019 ni para 2020, ya que "el Sector se verá aún afectado por la marcha de las grandes empresas de Barcelona que, como consecuencia, dejan de organizar reuniones en la ciudad condal y, por tanto, no

reservan espacios ni habitaciones". Así, a los atentados terroristas de la Rambla y Cambrils se suma la percepción de inestabilidad de Barcelona y, pese al mejor comportamiento relativo de la economía española en relación a la media europea, hay que añadir a las actuales incertidumbres la espada de Damocles que implica la desaceleración...o la recesión.

**El MICE urbano no lo aguanta todo. Atentados terroristas, vandalismo de 'chalecos amarillos' o las acciones nacionalistas se unen a una coyuntura que anuncia la desaceleración...o incluso una recesión**

La ocupación en los hoteles de Barcelona se situó en un 80% el año pasado, un porcentaje muy similar al de 2017, y el precio medio por habitación cayó de media seis euros, lo que representa un 4% menos que el año anterior, quedando en 132,5 euros. La repercusión de esta caída fue especialmente destacada en categorías hoteleras altas. "En general 2018 ha sido malo, pero menos débil de lo que habíamos previsto inicialmente", puntualizan los hoteleros.

Como es sabido, a diferencia del vacacional, los cambios de los hábitos de compra en los eventos y el *business travel* los determinan las empresas. Primero los aplican las multinacionales y, automáticamente, por efecto dominó, los adoptan todas las demás. ¿Cuándo va a ocurrir? es difícil predecirlo, pero si el ciclo cambia, las empresas lo acusarán... aunque no de forma tan dramática como a raíz de la última (y dramática) crisis económica y financiera global.

Afortunadamente, los congresos y eventos científicos, académicos, técnicos y culturales, que no están convocados por empresas, mantienen en gran medida sus convocatorias. Aunque también se resienten por la pérdida de patrocinadores, en las exposiciones comerciales paralelas y otros aspectos.

Y es que pese a su gran capacidad de resistencia, el MICE no lo aguanta todo. Y ni siquiera las grandes ciudades-destino, como París o Barcelona, soportan el peso de la mala imagen. De ahí la importancia de que cuidemos las cosas de comer.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

### ▲ CHECK-IN / VIAJES PARA MAYORES

#### Habemus Imserso

Pese a los vaivenes políticos, el Gobierno continuará con el programa del Imserso. Algo previsible, habida cuenta del coste electoral que supondría dejar a nuestros mayores sin vacaciones subvencionadas.

El Consejo de Ministros aprobó el viernes 15 de marzo el acuerdo por el que se autoriza al Imserso a sacar la licitación de su Programa de Turismo para Mayores. Por lo tanto, el organismo dependiente del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social pone en marcha el concurso para la contratación de los servicios de organización, gestión y ejecución del programa para dos temporadas, con opción a prórroga de dos años. La tramitación se efectuará por procedimiento abierto, garantizando la máxima concurrencia de agencias mayoristas.

El pliego actual contempla la reserva del 1% de las plazas subvencionadas al 50% para las personas que tengan recursos económicos iguales o inferiores a las pensiones no contributivas de jubilación o invalidez de la Seguridad Social. Otro cambio relevante es el incremento del 7% en Turismo de interior, que "son las que más demanda tienen". En cambio, las de costas se reducen un 6%. En total, las plazas programadas serán 900.000 para cada temporada. El importe del contrato supera 133 millones de euros.

Los aspirantes confirmados son Mundosenior, Mundiplan y Club Senior Travel. La primera Unión Temporal de Empresas (UTE) está integrada por Halcón Viajes y B the travel brand. Mundiplan (de la que forman parte Iberia, Gowaii, Alsa e IAG7). La tercera, Club Senior Travel, de Logitravel aspira a disputar el duopolio de Mundosenior y Mundiplan.

### ★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Ara Gala Pin

"No deberíamos tener Turismo cruerista. Es un Turismo de plaga de langostas: devoran el espacio público y se van". Son palabras de Ara Gala Pin, concejala del Ayuntamiento de Barcelona en el distrito de Ciutat Vella, en las



que se muestra a las claras, una vez más, el desprecio hacia los turistas (y la primera actividad económica española), que caracteriza a parte de la clase política española. Y muestra que el gran enemigo del Turismo no son los competidores.

### 🔥 LA CHISPA / Quique



### ▼ CHECK-OUT / COYUNTURA SECTORIAL

#### Ante la desaceleración

El profesor Manuel Figuerola, director del informe de coyuntura que la Universidad Nebrija elabora para la Mesa del Turismo, destaca en la *Tribuna de opinión* de NEXOTUR "tres escenarios, que habrán de condicionar los resultados de la política turística de los próximos años. El primero que, en general, la economía de los países emisores de Turismo hacia España tenderá a desacelerarse, perdiéndose la oportunidad de un mayor empuje de los valores de la demanda recibida".

En segundo lugar, Figuerola advierte "que los escenarios económicos españoles, y en particular su cuadro de magnitudes económicas y sociales, se vislumbran, a corto y medio plazo, necesitados de una política más expansiva, que favorezca resultados más eficientes". Y por último, considera, "con firmeza, que el Turismo español, en función de la gran capacidad de atracción que posee y debe ampliar tiene un horizonte o potencialidad de expansión todavía muy elevado".

Pese a que no son buenas noticias, el director del Doctorado en Turismo de la Universidad Nebrija, apunta que "se cree, que la influencia agregada de los tres escenarios señalados anteriormente podrá crear un entorno favorable de repercusión sobre los resultados del Turismo". Y reclama que "se deberá proyectar un programa de actuaciones, fijando ciertos argumentos o criterios inductores bastante más ilusionantes y creíbles. Capaces de promover un impulso del Turismo español, a corto y medio plazo, más motivador y productivo".

Diagnóstico certero para situación compleja.

**Fuimos los primeros en comenzar la expansión en modalidad de franquicia / Crecer forma parte de nuestro ADN / Nuestro perfil de agencias es vacacional, si bien cada vez es más frecuente que nuestras agencias se especialicen en el segmento del 'corporate' / Las oficinas de nuestra red tienen total libertad operativa / La guerra de precios no beneficia a nadie**

## «Nos volcamos completamente con todas y cada una de nuestras agencias»

Victoria Asensi / Directora general de Zafiro Tours

Zafiro Tours se mantiene como la segunda red de franquicias del territorio español, solo superada por Viajes Carrefour. A pesar de la creciente apuesta de los grandes grupos turísticos del país por este negocio, con presencia de Globalia (Halcón Viajes), Ávoris (B the travel brand) y Wamos (Nautalia), resiste con más de 500 puntos de venta. Su directora general, Victoria Asensi, analiza la trayectoria y la situación actual de la empresa, que celebra su 30 aniversario.

**P.- Zafiro Tours cerró 2018 con más de medio millar de puntos de venta. ¿Cuál es la clave para seguir siendo un referente en el negocio de las franquicias?**

**R.-** Nuestra trayectoria profesional avala el proyecto que ofrecemos. Somos una red amplia y consolidada con una gran experiencia tanto en el Sector de los viajes como en el de las franquicias. Fuimos los primeros en comenzar la expansión en modalidad de franquicia, formando a personas que no eran agentes de viaje pero que disponían de espíritu emprendedor y superación, logrando que estas agencias consiguieran alcanzar el éxito. Hoy en día, siguen en nuestra red esas primeras oficinas. Nos hemos adaptado a los cambios que se han producido en el Sector, hemos evolucionado y seguimos manteniendo un elevado estándar de calidad en cada proceso.

**P.- ¿Esperan crecer en este 2019 en número de oficinas?**

**R.-** Sí, claro. Crecer forma parte de nuestro ADN.

**P.- ¿No hay poco margen de crecimiento en el negocio de las franquicias en este país?**

**R.-** Nosotros seguimos en la misma tónica de siempre porque se puede seguir creciendo.

**P.- ¿En qué zonas de España tienen mayor presencia?**

**R.-** En realidad estamos presentes en toda la geografía española.

**P.- ¿Cuál es el perfil de la agencia de viajes de Zafiro Tours?**

**R.-** Nuestro perfil de agencias es vacacional. Sin embargo, cada vez es más frecuente que nuestras agencias se especialicen en el segmento del *corporate*. Nuestra labor es proveer a las franquicias de las mejores herramientas en todas las áreas que nuestro negocio puede abarcar, posibilitando así que las agencias sean competitivas en precio y calidad. Dependiendo de cada franquiciado y de su gestión, se especializará en un tipo de producto u otro, siempre contando con el apoyo de la central, pues nos caracterizamos por dar libertad operativa a la par que ofrecemos las mejores condiciones para que se puedan defender en el área que hayan decidido focalizar sus nego-

cios: viajes de negocios, grupos, colectivos, vacacional... Y disponemos, también, de tarifas aéreas negociadas de turoperadores, étnicas, etc.

**P.- ¿Qué ofrecen a sus agencias que no tengan otras franquicias o Grupos de gestión?**

**R.-** Zafiro Tours es una franquicia con una imagen de marca reconocida y consolidada desde hace ya 30 años y que el cliente final conoce. Además, la central ofrece a nuestros socios todos los ser-

vicios que precisen con profesionales en todas las áreas: departamento de Booking, asesoramiento jurídico, departamento de *marketing*, departamento administrativo, de formación, etc.

Por otra parte, las oficinas que componen nuestra red tienen total libertad operativa. Es decir, pueden realizar reservas con quien quieran, no estando limitados a efectuar las ventas con una serie de turoperadores delimitados. Nos volcamos completamente con todas y cada una de nuestras agencias para que tengan un futuro con las mayores facilidades posibles y los menores costes.

**P.- Cada año que pasa se intensifica la competencia en el negocio. ¿Se han visto afectados por la agresividad de determinados competidores?**

**R.-** La competencia sana. Nos pone en alerta y nos hace mejorar a todos, puesto que en última instancia es la que nos hace buscar la excelencia.

**P.- ¿Hay mucho juego sucio para captar agencias de viajes?**

**R.-** La captación de agencias ha existido siempre y seguirá existien-

do. No hemos notado cambios al respecto. En nuestra mano está ofrecer un servicio impecable y sólido para que nuestras oficinas permanezcan con nosotros.

**P.- ¿Les ha afectado de algún modo la conversión de Traveltool en Grupo comercial?**

**R.-** No ha sido significativo. Ahora se convierten en un grupo más con el que debemos de coexistir. Seguiremos mejorando nuestras prestaciones y aportando más valor a nuestra propuesta.

**P.- ¿Qué situación atraviesa la empresa? ¿Ya está olvidada la crisis que tanto daño hizo al Sector?**

**R.-** Nuestra situación tiene una trayectoria muy definida y estable.

Seguimos apostando por el Sector e innovando día a día. Además, hace unos años decidimos ampliar horizontes a Latinoamérica y no podemos estar más contentos, con una red cada vez más sólida en México, donde contamos con más de 100 oficinas. Y ahora también estamos presentes en Colombia.

**P.- ¿Qué cifra de negocio alcanzaron en 2018? ¿Cuáles son sus previsiones para 2019?**

**R.-** Nuestra cifra de negocio en 2018 llegó a 151,7 millones sobre los 151,5 del periodo anterior. Nuestra expectativa es continuar con la tendencia al alza y un crecimiento moderado.

**P.- ¿La guerra de precios sigue instalada en el negocio?**

**R.-** Se ha demostrado que la guerra de precios no beneficia a nadie. Todos sabemos que para tener un Sector sostenible debemos ser rentables.

**P.- Zafiro Tours cumple 30 años. ¿Lo celebrarán?**

**R.-** Claro que vamos a celebrar el 30 aniversario de Zafiro Tours. Será un agradecimiento del grupo a nuestras franquicias, socios y ya amigos en la mayoría de los casos y un reconocimiento al apoyo y colaboración de nuestros proveedores que a lo largo de los años han confiado en nuestro negocio. Para una red de agencias de viajes como Zafiro Tours, el hecho de cumplir 30 años implica que nuestra profesionalidad está siendo avalada por nuestra trayectoria. Es una motivación para seguir ofreciendo a clientes y franquiciados el mejor servicio.

**P.- Echando la vista atrás, ¿cuáles han sido los años más complicados?**

**R.-** Entre los años 2008 y 2011, creo que se vivieron los años más duros; la crisis afectó de lleno al Sector de los viajes.

**P.- ¿Y cuáles son los más positivos?**

**R.-** Afortunadamente, revisando nuestro pasado me doy cuenta de que cada momento tiene su aspecto positivo. Nuestros comienzos, aunque difíciles porque nos dedicábamos a lo que nadie se dedicaba como era ofrecer a otro empresario una agencia de viajes y formarle desde cero, ha sido muy satisfactorio. Aprendimos, vimos resultados y cómo devolvíamos en forma de negocio exitoso la confianza que se depositaba en nosotros. Posteriormente, hemos vivido años de crecimiento sin igual tanto en volumen de ventas como en número de oficinas.

Con la crisis, logramos superarlos a nosotros mismos y salimos de ella reforzados, tomando decisiones que repercutieron positivamente en los resultados del grupo y adoptando las medidas necesarias para ser cada día más competitivos. Me gusta pensar que lo mejor está por llegar, eso me mantiene motivado para continuar innovando y ofreciendo a nuestros socios lo mejor.



*Nos hemos adaptado a los cambios que se han producido en el Sector de agencias de viajes*

*Hace unos años decidimos ampliar horizontes a Latinoamérica y no podemos estar más contentos*

## Zafiro Tours tiene una marca reconocida

Zafiro Tours es una franquicia con una imagen de marca reconocida y consolidada desde hace ya 30 años y que el cliente final conoce. Además, la central ofrece a nuestros socios todos los servicios que precisen con profesionales en todas las áreas: departamento de Booking, asesora-

miento jurídico, departamento de *marketing*, departamento administrativo, de formación, etc.

Por otra parte, las oficinas que componen nuestra red de agencias de viajes tienen total libertad operativa. Es decir, pueden realizar

reservas con quien quieran, no estando limitados a efectuar las ventas con una serie de turoperadores delimitados. Nos volcamos completamente en todas y cada una de nuestras agencias para que tengan un futuro con las mayores faci-

lidades posibles y los menores costes.

La captación de agencias de viajes ha existido siempre y seguirá existiendo. No hemos notado cambios al respecto. En nuestra mano está ofrecer un servicio impecable y sólido para que nuestras oficinas permanezcan con nosotros.



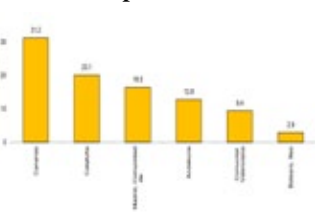
© VICTORIA ASENSI

# ESCAPARATE

## Crece un 4% el gasto de los turistas internacionales

El gasto de los turistas internacionales en nuestro país crece un 3,6% en febrero, suponiendo un aumento de casi un 10% en los últimos dos años, según la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur). **Pag 32**

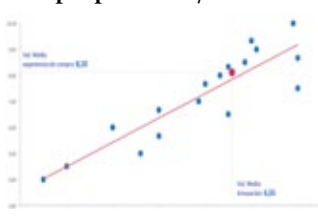
Gasto total por Comunidades



## La experiencia de venta será aún 'más compleja'

El 70% de las agencias prevé que la experiencia de venta tenderá a complicarse en el futuro, a medida que cerza la cifra de proveedores. Así se desprende del II Informe de Innovación de las Agencias de Viajes. **Pag 6**

Compra presencial/innovación



## El precio del 'paquete' cae un 6% en febrero

El precio del viaje combinado sigue en febrero por debajo de los niveles registrados hace un año. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), experimenta un retroceso anual del 6,2%. **Pag 12**

## PRONTUARIO

### Referente del Turismo internacional (I)

**E**DUARDO FAYOS-SOLÀ revolucionó la industria turística española mediante el desarrollo y puesta en marcha del Plan Marco de Competitividad Futures, sentando las bases de un modelo de política turística replicado en todo el mundo, que continúa vigente y que ha posicionado a España como referente internacional en gestión de destinos. Incansablemente activo, poseía una mente privilegiada y preclara que, alimentada por una incansable curiosidad por cualquier novedad, le llevaba a visualizar futuros y generar proyectos innovadores, creativos y colaborativos. Un entusiasta del Turismo y de la política internacional que conquistaba a los que tuvimos el privilegio de conocerle.



Mercedes Carreño

Se ha ido a una edad temprana, dejando un gran vacío entre sus colegas, colaboradores, discípulos y amigos repartidos por todos los continentes. Por encima de todo fue una gran persona, que vivió siempre generando ideas, escribiendo, construyendo, interesándose por todo y por todos. He tenido el honor de colaborar con él en diversos proyectos internacionales a lo largo de los últimos 20 años, entre ellos la creación de la Fundación Ulysses, y he podido ser testigo de su gran generosidad al compartir sus ideas y proyectos, y del enorme prestigio que le hacía visible y le abría puertas en todo el mundo.

Presidente-fundador de la Fundación Ulysses y Senior Adviser de la George Washington University; director para Europa de la UNWTO y ex secretario ejecutivo de su Red de Conocimiento (UNWTO) que él impulsó; profesor titular de Economía Aplicada (Universidad de Valencia).

Mercedes Carreño es secretaria de la Fundación Ulysses, directora CENP y vicepresidenta de la AEPT.

## Imsero: plazas subvencionadas al 50% y reducción de la oferta en destinos de costa

Las plazas para viajar a destinos de interior se incrementan en un 7%

El Consejo de Ministros ha aprobado el acuerdo por el que se autoriza al Imsero a sacar la licitación del programa de Turismo. Por lo

tanto pondrá en marcha el concurso para la contratación de los servicios de organización, gestión y ejecución del programa para las

temporadas 2019-2020 y 2020-2021, con opción a una prórroga de dos años. Las plazas programadas serán 900.000 por temporada.

El Consejo de Ministros aprobó el viernes 15 de marzo el acuerdo por el que se autoriza al Imsero a sacar la licitación del programa de Turismo. Por lo tanto, el organismo dependiente del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social pondrá en marcha el concurso para la contratación de los servicios de organización, gestión y ejecución del programa para las temporadas 2019-2020 y 2020-2021, con opción a una prórroga de dos años. La tramitación se efectuará por procedimiento abierto, garantizando la máxima concurrencia de empresas mayoristas del Sector Turístico.

Como mejora respecto a las temporadas anteriores, el pliego actual contempla la reserva del 1% de las plazas subvencionadas al 50% para las personas que tengan recursos económicos iguales o inferiores a las pensiones no contributivas de jubilación o invalidez de la Seguridad Social. Otro de los cambios más relevantes es el incremento del 7% de las plazas de Turismo de interior.

El motivo, según explican desde el Ministerio de Sanidad, es que "son las que más demanda tienen". En cambio, las de costas se reducirán un 6%. En total, las plazas programadas serán 900.000 por temporada.

### Tres aspirantes

El importe total del contrato roza los 133,4 millones de euros (110,2 millones sin impuestos). De la citada cantidad, 64 millones corresponden al lote 1, que engloba los viajes de costas peninsulares. El presupuesto para el lote 2, correspondiente a los viajes a Canarias y Baleares, asciende a 48 millones. El lote 3, por su parte, contará con 21,2 millones. Mientras tanto, el valor estimado del mismo, en el que se incluye la aportación del Imsero (20,39%) y la de los beneficiarios (79,61%), el periodo inicial, la posible prórroga por otras dos temporadas y las modificaciones previstas en los pliegos, asciende a 1.196,9 millones de euros, IVA excluido.

Una vez conocidas las bases, se inicia la carrera para hacerse con la gestión del contrato más deseado por las empresas dedicadas a la distribución turística. Los tres aspirantes ya confirmados son Mundosenior, Mundiplan y Club Senior Travel. La primera Unión Temporal de Empresas (UTE), integrada por Halcón Viajes y B the travel brand, ha controlado en estos últimos cuatro años los lotes 1 y 3, y su pretensión es, además de mantenerlos, recuperar la gestión de los viajes insulares (lote 2). Mundiplan (de la que forman parte Iberia, Gowaii, Alsa e IAG7 Viajes), que arrebató a Mundosenior en el anterior concurso el lote 2, aspira a hacerse también con los dos restantes.

Por su parte, Club Senior Travel es la empresa creada por Logitravel para intentar acabar con el duopolio de Mundosenior y Mundiplan. La empresa liderada por Manny Fontenla-Novoa ya participó en el concurso de hace cuatro años.



La vicepresidenta del Gobierno, Carmen Calvo, tras el Consejo.

Tras no conseguir ninguno de los lotes, su consejero delegado, Tomeu Bennasar, llegó a decir que el programa del Imsero "está fuera de nuestro alcance", descartando volver a concurrir al mismo. Sin embargo, parece haber cambiado de opinión y lo hará con una filial liderada por el que fuera director general de la división minorista de Globalia, José María Hoyos.

## Las agencias de viajes españolas acaparan entre el 60% y 70% de las reservas hoteleras

El presidente de CEAV destaca el 'valor añadido' que aporta la agencia de viajes

CEAV destaca el papel crucial de las agencias de viajes en la distribución hotelera. Según sostiene el presidente de la Confederación, Rafael Gallego, "entre el 60% y el 70% de las reservas se realizan a través de agencias". Además, afirma que éstas "gestionaron la llegada del 53% de turistas internacionales a España a lo largo de 2018", año en el que se superó la barrera de los 82 millones de entradas.



Rafael Gallego

Entre los motivos por lo que los clientes prefieren hacer sus reservas de hotel a través de agencias de viajes destacan, entre otros, "una mejor planificación del viaje, la seguridad de ajustarse al presupuesto fijado sin el riesgo de sobrepasarlo y la tranquilidad de tener todos los flecos bien atados", apunta la Confederación.

Con el objetivo de potenciar las reservas hoteleras en España a

través de agencias, CEAV ofrece formaciones a profesionales del Sector. La última acción, organizada junto a la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) y en la que han participado 90 agencias, se ha centrado en la oferta de la cadena española Hoteles Sandos.

### Atención personalizada

"A pesar de que la reserva y venta de estancias en hoteles a través de los agentes de viajes tienen una

fuerte competencia en la prestación de servicios que ofrecen las páginas web especializadas, durante estas sesiones de trabajo se ha puesto de manifiesto la importancia de la especialización y el conocimiento que tienen los profesionales de las agencias de viajes sobre las características de un determinado hotel", subraya Gallego. Asimismo, hace referencia al "valor añadido" que supone "dar una atención personalizada al cliente, informándole de todos los detalles que de otra forma no podría conocer."

## El Sepla carga contra el plan de Norwegian

El Sepla denuncia la falta de argumentos jurídicos por parte de Norwegian para el cierre de la base de Palma de Mallorca, previsto para el próximo mes de abril. Según revela el sindicato, la aerolínea mandó el pasado 18 de marzo una carta a sus empleados anunciando la suspensión temporal de los contratos de las personas allí empleadas a través de un ERTE.

## Travelport y Japan Airlines crean empresa

Japan Airlines y Travelport lanzarán Travelport Axess, que desarrollará un GDS adaptado a las necesidades de la industria de viajes japonesa. La empresa conjunta ofrecerá servicios *online*, *mobile* y *corporate*, incluyendo herramientas de reserva y gestión de gastos, así como acceso a contenido New Distribution Capability (NDC). Aspira a ser el proveedor líder de GDS en Japón.

## Flexibilidad en los vuelos interislas de Air Europa

En aras de ofrecer el mejor servicio en los vuelos interislas de Canarias, Air Europa permitirá a sus clientes adelantar o retrasar su vuelo en el mismo día. Los cambios, que no tienen coste alguno, pueden efectuarse tanto en las oficinas de ventas de los aeropuertos canarios donde opera la aerolínea como a través del centro de atención telefónica, que cuenta con dos líneas operativas las 24 horas.

## La marca Ubeeqo sigue apostando por Barcelona

Ubeeqo, la marca de *carsharing* de Europcar Mobility Group confirma su permanencia en el mercado barcelonés y avanza sus planes en la ciudad para este año. Barcelona fue la primer punto de España en contar con un servicio de *carsharing* en 2005. Ubeeqo aterrizó en la ciudad en noviembre de 2016. El modelo de *carsharing* puesto en marcha responde a la modalidad *round-trip*.

# Gran arranque de año de Politours tras un 2018 en el que facturó 70 millones

El volumen de negocio del turoperador se dispara un 19% en el inicio de año

"La animación del mercado de hace ya año y medio o dos años sigue funcionando a día de hoy", asegura el presidente y fundador de Politours, Manuel Buitrón.

Se muestra además satisfecho con unos resultados que a su juicio "no están nada mal si tenemos en cuenta el tipo de producto que distribuimos".

Politours camina con paso firme en el año de su 45 aniversario. El turoperador ha concluido 2018 con un volumen de negocio de 70 millones de euros, lo que supone un incremento del 4,1% en comparación con los 67,2 millones del ejercicio anterior. Se trata, además, del segundo crecimiento consecutivo (en 2017 registró una tasa positiva del 5%).

En una entrevista concedida a NEXOTUR, su presidente y fundador, Manuel Buitrón, se muestra satisfecho con unos resultados que a su juicio "no están nada mal si tenemos en cuenta el tipo de producto que distribuimos, caro y un poco selectivo". "La animación del mercado de hace ya año y medio o dos años sigue funcionando a día de hoy", prosigue Buitrón.

Además, confía en mantener esta línea ascendente en el presente ejercicio fiscal, que arrancó el pasado 1 de noviembre y finaliza el 31 de octubre. "De hecho en los dos primeros meses, gracias, entre otros factores, a una serie de operaciones chárter que

montamos en el puente de diciembre, vamos un 19% por encima de los resultados del ejercicio anterior", subraya, haciendo hincapié en que "Politours sigue vivo y creciendo".

### Internacionalización

Otro aspecto a destacar es que la empresa ha concluido el proceso de refinanciación iniciado en octubre de 2013, lo cual "es muy importante", apunta Buitrón. Como publicó NEXOTUR, con esta medida, llevada a cabo de la mano de la firma de asesoramiento financiero Cofivendis y después de una importante ampliación de capital, garantizó una situación financiera estable.

Preguntado por la internacionalización de la marca, que cuenta con presencia en el mercado latinoamericano y en la zona sur de Estados Unidos, el presidente de Politours espera "incrementar las ventas fuera de España a través de la nueva plataforma Business to Business (B2B)". Si bien descarta dar el salto a nuevos



El presidente y fundador de Politours, Manuel Buitrón.

mercados, argumentando que "ya hemos tenido muchas aventuras a lo largo de estos 45 años".

En la actualidad, Latinoamérica supone un 13% de sus ingresos, siendo la previsión de la empresa que este mercado "llegue a representar en torno a un 18% de nuestra cifra de negocio". "Para ello contamos con nuestros propios productos totalmente exclusivos, algo que muy poca gente puede decir", remarca.

# Preocupación en el sector del alquiler de vehículos por los efectos del Brexit

Los residentes y trabajadores británicos podrán canjear las licencias

La Federación Nacional de Vehículos de Alquiler (Feneval) alerta del posible impacto que tendrá el Brexit en el sector del *rent a car*. Según avisa, "solo durante los primeros nueve meses desde que se produzca la salida de Reino Unido de la Unión Europea, los permisos de conducción expedidos por las autoridades británicas serán plenamente eficaces en nuestro país".

Durante este periodo de transición, los titulares de estas licencias que residan o trabajen en España podrán canjearlas por una nacional. Transcurridos esos nueve meses, el régimen de los permisos de conducción expedidos por las autoridades británicas será el previsto para los de terceros países, en los términos regulados en la normativa vigente en materia de tráfico.

Por su parte, el Departamento de Transporte de Gran Bretaña ha publicado un informe en el que explica que, una vez formalice el divorcio, la licencia de conducir de los británicos "ya no puede ser válida por sí misma en la Unión Europea", siendo necesario el mencionado permiso internacional de conducción.

### Tranquiliza al sector

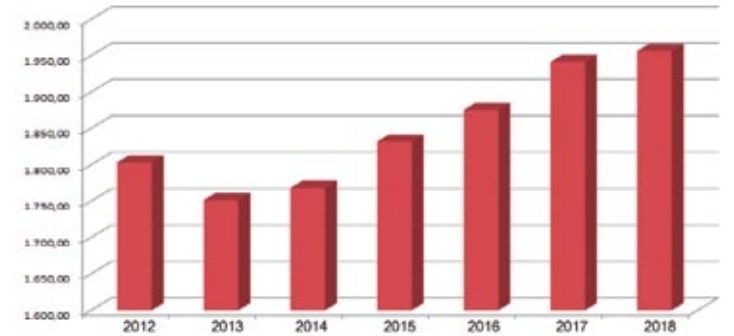
Por el momento, Feneval quiere tranquilizar al sector, haciendo hincapié en que los nueve meses de margen acordados "descartan tensiones por este tema durante la próxima temporada de verano". Asimismo, aclara que estarán "muy atentos al desenlace de las



Hay periodo transitorio de nueve meses.

negociaciones entre la Unión Europea y Reino Unido para conocer cómo afectará finalmente la medida al *rent a car*".

### Coste salarial en el sector de agencias y turoperadores



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

© NEXOTUR

## Los agentes pierden poder adquisitivo en el año 2018

Los trabajadores de agencias de viajes y turoperadores sufren la pérdida de poder adquisitivo en 2018, año en el que los principales indicadores que miden el estado de salud del Sector han mostrado una tendencia positiva. El coste salarial (salario base, complementos y horas extraordinarias, medidos en términos brutos) se sitúa de media en 1.956,3 euros mensuales, lo que supone un tímido repunte interanual del 0,8%.

El Índice de Precios de Consumo (IPC) crece en el mismo año un 1,2%, cuatro décimas más. Además, la citada subida salarial también es inferior en comparación con el incremento del 1,5% establecido en el Convenio Colectivo Laboral de Ámbito Estatal para el Sector de Agencias de Viajes.

La pérdida de poder adquisitivo de los profesionales del Sector llama especialmente la atención si se tiene en cuenta que tanto agencias como turoperadores llevan años registrando importantes subidas de ingresos. Sin ir más lejos, en 2018 su volumen de negocio experimentó un aumento anual del 4,6%, el quinto consecutivo, mientras que la producción aérea vía BSP lo hizo un 5%, superando por primera vez los niveles previos al estallido de la crisis económica. En materia de empleo, en 2018 también se ha alcanzado una cifra récord, con 62.900 ocupados.

No obstante, la rentabilidad sigue siendo el talón de Aquiles de las empresas del Sector. Según los datos aportados por CEAV en la mesa negociadora del próximo Convenio Colectivo, el margen operativo de las mayoristas se ha desplomado en el periodo comprendido entre 2010 y 2017, pasando de ya un de por sí bajo

1,8% a un alarmante 0,5%. En el caso de las agencias minoristas, cae en el mismo periodo cinco décimas, del 1,9% al 1,4%.

### Evolución de los salarios

La evolución de los salarios en 2018 dista de la observada en años anteriores. Por ejemplo, en 2017 el sueldo medio de los agentes de viajes registró un repunte interanual del 2%, situándose en 1.941,1 euros mensuales en el último año. Teniendo en cuenta que el IPC cerró dicho año con una subida del 1,1%, el poder adquisitivo de estos profesionales aumentó en 0,9 puntos porcentuales.

Se trató, además, del tercer año consecutivo en el que el sueldo bruto de los agentes evolucionó de forma más positiva que el IPC y la variación fijada en el Convenio (+1,5% para 2017). Cabe recordar que en 2016 se produjo un incremento del 2,4%, con 1.875,3 euros, frente a la subida del 1% acordada entre empresarios y sindicatos y la del 1,6% del IPC. Un año antes, en 2015, el salario bruto creció un 3,5%, alcanzando los 1.831,9 euros, mientras que tanto el IPC como la variación fijada en el Convenio fueron del 0%.

En cambio, en 2014 el salario medio de los agentes, que fue de 1.768,1 euros, subió por debajo de lo estipulado en el Convenio, con tasas respectivas del 1% y del 1,5%. El IPC general retrocedió en aquel ejercicio un 1%. El último descenso corresponde a 2013, cuando el coste salarial de los agentes sufrió un significativo retroceso del 2,8%, pasando de 2012 a 1.751,5 euros en 2013.

# Grupos y Asociaciones trabajan a destajo para resolver las dudas por la nueva ley de Viajes Combinados

Las agencias de viajes no han tenido tiempo para adaptarse a la nueva Ley de Viajes Combinados

Los departamentos jurídicos de Asociaciones y Grupos comerciales del Sector de agencias de viajes trabajan sin descanso para dar respuesta al aluvión de dudas de

las agencias de viajes, la mayoría vinculadas a la Ley de Viajes Combinados. Y es que, además de los cambios, la inexistencia de un periodo transitorio supone un grave

contratiempo. Y ello a pesar de que llevan meses organizando seminarios y jornadas formativas para abordar los cambios más relevantes recogidos en la nueva normativa.

Los últimos cambios normativos introducidos en España, en especial los recogidos en la nueva Ley de Viajes Combinados, así como la revisión al alza de los avales exigidos a las agencias de viajes, han generado gran incertidumbre en el Sector. Además de por el contenido, con un claro incremento de las obligaciones exigidas tanto a agencias como a operadores, ha sido especialmente dañina la falta de tiempo dado a las empresas para adaptarse.

En el caso concreto de la Ley de Viajes Combinados, la amenaza de sanción por parte de la Unión Europea, motivada por el retraso de España en el proceso de transposición, obligó al Gobierno a llevar a cabo una revisión exprés. Y es que, como avanzó en exclusiva NEXOTUR, el nuevo decreto ley entró en vigor el 28 de diciembre, tan solo siete días después de ser aprobado por el Consejo de Ministros y el día pos-

terior a su publicación en el Boletín Oficial del Estado (BOE), cuando lo habitual en estos casos es que exista un periodo transitorio de seis meses.

## Revisión de avales

A la urgencia del Ejecutivo en la transposición de la Directiva de Viajes Combinados de la Unión Europea, calificada por CEAV como "imprudente", se suma la revisión de avales. Aunque parece que todas las Comunidades autónomas han respetado el texto acordado con el Gobierno central, donde sí ha habido diferencias es en el tiempo dado a las agencias para adaptarse. Por ejemplo, frente a los tres meses (en el mejor de los casos) concedidos por algunas Comunidades, ha habido situaciones en las que el exiguo tiempo concedido para llevar a cabo la actualización ha supuesto un grave contratiempo para agencias

y operadores. Este es el caso de Madrid, donde el decreto entró en vigor a los 20 días de su publicación en el Boletín oficial.

Todo ello ha obligado a Asociaciones empresariales y Grupos de gestión a trabajar a destajo para intentar resolver las múltiples dudas planteadas por sus asociados. Fuentes consultadas por NEXOTUR reconocen que en los últimos meses sus departamentos jurídicos han recibido un aluvión de consultas, llegando en algunos momentos a estar desbordados, predominando las relacionadas con la nueva Ley de Viajes Combinados.

Y ello a pesar de que tanto las principales Organizaciones empresariales del Sector, como es el caso de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) y la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), como los Grupos de gestión punteros del país,



Asociaciones y Grupos comerciales han organizado multitud de seminarios.

llevan meses organizando seminarios y jornadas formativas para abordar los cambios más relevantes recogidos en la nueva normativa. Entre los temas que más dudas están generando, cabe destacar el servicio

de viaje vinculado como nueva figura jurídica y las diferencias con el viaje combinado; los cambios en la información precontractual; y las modificaciones más significativas del contrato de viajes combinados.



**cogeloalvuelo.com**  
Tu compañero de viaje

La tarifa incluye tasas y 2 maletas de 23 Kg cada una

Consulta condiciones de la oferta.  
Plazas limitadas.  
Salidas desde Madrid  
(consulta otros orígenes)

Las tasas aéreas podrán verse modificadas en el momento de la emisión.

reservas@iag7viajes.com  
www.cogeloalvuelo.com  
91 355 01 75



## TARIFAS EXCLUSIVAS

## ✈ IDA Y VUELTA

Venta anticipada hasta el 15 de abril  
Válidas para salidas a partir del 1 de Mayo de 2019

|                      |                   |
|----------------------|-------------------|
| República Dominicana | Desde <b>611€</b> |
| Colombia             | Desde <b>691€</b> |
| Perú                 | Desde <b>709€</b> |
| Cuba                 | Desde <b>711€</b> |

## MCI Group amplía su presencia en Portugal

MCI Group aterriza en Portugal. Tras la implantación de su división de DMC y una vez conocido el mercado portugués, la compañía amplía sus servicios con una nueva oficina en Lisboa y bajo el nombre MCI Portugal. MCI apuesta por el país vecino debido al creciente número de clientes con cuentas globales que requieren servicios en Portugal.

## Costa del Sol apuesta por sector médico-sanitario

Los congresos médico-sanitarios son los que copan la mayor parte de los congresos en la Costa del Sol. Los datos recabados por Turismo Costa del Sol reflejan que Málaga es el quinto destino de Turismo de Reuniones en España. Y destacan que a los sectores a los que deben ir dirigidos los esfuerzos promocionales son sector médico y sanitario, farmacéutico y comercio y distribución.

## Escocia invierte más de 385 millones en TECA

Escocia abrirá este verano el nuevo centro de convenciones, innovador y pionero en sostenibilidad The Event Complex Aberdeen (TECA). Contará con instalaciones vanguardistas para conferencias o exposiciones de organizadores de carácter mundial y apostará por la sostenibilidad como eje diferenciador con una extensión de alrededor de 48.000 metros cuadrados.

## Descuentos de Renfe para viajes MICE a Barcelona

El Consorcio de Turismo de Barcelona y Renfe han firmado un acuerdo para promocionar el Turismo en la ciudad condal y su entorno, así como el uso del tren como medio de transporte. Entre los compromisos que incluyen este acuerdo están los descuentos de un 35% sobre la tarifa oficial para los desplazamientos vinculados al Turismo de negocios, ferias y congresos.

# El Sector MICE quiere crear una industria unida, profesionalizada y que sea reconocida

Isabel Oliver ha hecho hincapié en la importancia del Turismo de Reuniones para un destino

El sector del Turismo de reuniones se ha dado cita el pasado 13 de marzo en Madrid, en el hotel Madrid Marriott Auditorium, en

la segunda edición del Encuentro Anual del Foro MICE, una entidad que se ha erigido como el interlocutor sectorial de referencia

y formado por ICCA Iberian Chapter, SITE Spain, OPC España, MPI Iberian Chapter, SpainDMCs y AEVEA.

El sector de reuniones, eventos y viajes de incentivo se ha reunido en Madrid —en el hotel Madrid Marriott Auditorium— en la segunda edición del Encuentro Anual del Foro MICE, una entidad en la que están integradas las principales asociaciones sectoriales de España y que busca el reconocimiento real de esta industria y su contribución a la economía del país.

Durante el desarrollo del encuentro, a través de diversas ponencias y mesas de debate, se han aportado y analizado diferentes temas de la actualidad sectorial, entre ellos, tendencias, innovación, tecnología aplicada a los eventos o la formación. Una de las sesiones más interesantes de la jornada ha sido la que ha llevado a cabo el CEO de Innovation Wars, José María González del Álamo, quien ha expuesto las conclusiones de un proyecto de inteligencia artificial colectiva desarrollado para el último Congreso Nacional de OPC que quería identificar los principales retos del Sector MICE en los próximos cinco años.

El primero de los retos que han identificado los profesionales de congresos ha sido la creación de una industria unida y profesionalizada para que pueda ser reconocida y apoyada; el segundo es innovar organizando eventos originales que aporten nuevos valores añadidos; el tercero es compaginar la era digital con el contacto humano para mejorar experiencias, es decir, "hacer humano el evento a través de la tecnología"; el cuarto es la búsqueda de la rentabilidad para todos; y el quinto es la contribución a un desarrollo sostenible y la inclusión social.

### Tendencias en MICE

El II Encuentro Anual del Foro MICE ha sido inaugurado por la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, y la presidenta del Foro MICE, Matilde Almandoz. Oliver ha destacado la posición de España como uno de los líderes mundiales en este Sector haciendo referencia al Ranking ICCA que lo

sitúa en cuarto lugar. También ha resaltado a Barcelona y Madrid en esta misma clasificación, siendo la ciudad condal primera y la capital de España séptima. Asimismo, ha hecho hincapié en la importancia del Turismo de Reuniones para un destino por "su carácter desestacionalizador del Turismo y su impacto económico", ya que el gasto de un turista de negocios es mayor a un turista tradicional.

Posteriormente, el encuentro ha expuesto las tendencias existentes del Sector MICE de la mano de la presidenta de MPI Iberian Chapter, Alessia Comis, y su vicepresidente de Formación, Oscar García. Entre las tendencias que ven desde su asociación, han destacado entre las más importantes la seguridad de los datos y de las personas, la habilitación de espacios para el descanso en los eventos y la aportación de experiencias transformadoras en los asistentes.

A continuación, se ha desarrollado una mesa redonda sobre cómo hacer un destino MICE de excelencia con la moderación de la presidenta de SITE Spain, Elena Altamir. Uno de los aspectos que más se han destacado en esta sesión ha sido "la colaboración público-privada", como ha expuesto el director gerente del Patronato de Turismo de Gran Canaria, Pablo Llinares. Por su parte, el director de Fideliza, Onofre Vicente, ha señalado que un destino tiene que basar todas sus actuaciones bajo "un mismo discurso" que resalte sus fortalezas y rasgos diferenciales. Además, Luis Sepúlveda, director general de Last Lap Portugal, ha hecho hincapié en que un destino tienen que contar con la infraestructura adecuada para ser un destino MICE, como sedes, oferta hotelera, venues o su conectividad.

En otra parte de la jornada se ha hablado de innovación en el Sector. Natalia Bayona, la responsable de Innovación y Transformación Digital de la OMT, ha resaltado la importancia de desarrollar este factor, tanto por empresas como por administraciones, para contri-



Una de las sesiones del II Encuentro Anual del Foro MICE.

buir "al desarrollo de un Turismo sostenible y eficiente". También ha animado a las empresas a beneficiarse del Innovation Hub que la OMT ha habilitado en Madrid, donde poder reunirse con emprendedores de la industria turística.

### Formación y talento

De innovación también se ha hablado en otra de las mesas redondas, en este caso de innovación en la medición del impacto económico del Sector. Antonio López de Ávila, director de Travel & Tourism Innovation Initiative de IE University, ha moderado esta sesión en la que han participado Miguel Llopis, de Telefónica, y Gildo Seisdedos, del IE Business School. En esta sesión han expuesto el proyecto del Foro MICE junto a estas entidades y Mastercard para la realización de un estudio innovador, que no solo va a reflejar variables tradicionales, sino que va a tener en cuenta el Big Data que van a proporcionar Telefónica, en cuanto a los datos de movilidad de los turistas, y Mastercard, sobre su gasto.

Para finalizar el encuentro se ha hablado de formación y talento. Carlos Granda, director de Convención y director de Young Leaders de SITE Spain, ha comentado la iniciativa Boss Hunters que su aso-

ciación ha realizado para juntar a directores de empresas con jóvenes profesionales para encontrar talento.

En el desarrollo del talento también tiene mucho que ver la formación, un aspecto en el que se ha hablado en la última mesa de debate, moderada por el director general adjunto de MCI Spain Event Services, Rudolf Rannegger, en la que han juntado a la empresa (Rafael Guerrero, director general de In Out Travel), la universidad (Estrella Díaz, directora de Esode Business School), una joven profesional (Martina Giallorenzi, de Ovation Spain) y una estudiante (Laura Marín, de prácticas en el Madrid Marriott Auditorium). En general, Giallorenzi y Marín han denunciado la falta de práctica y el exceso de teoría en sus formaciones, así como la dificultad de entrar al mercado laboral si no es a través de unas prácticas que proporcionan los propios estudios. Estrella Díaz ha resaltado que, en su caso, Esode Business School ofrece una formación especializada e impartida, en un 80%, por profesionales especialistas en cada materia. Rafael Guerrero, por su parte, ha expuesto que en su empresa no se contratan becarios. "Las personas que entran realizan un trabajo y, por tanto, tienen que tener un contrato y un salario", ha señalado.

## El precio de los billetes de avión bajará un 4% en abril

CWT Solutions Group prevé que el precio medio global de los billetes de avión baje a 673 dólares estadounidenses en abril. Una caída de un 4% con respecto a los niveles de febrero que supone una corrección con respecto al fuerte aumento de los dos primeros meses del año, según la tercera edición del informe bimestral Air Trends Report de CWT Solutions Group, que utiliza un algoritmo propio para predecir las fluctuaciones de los precios. La subida de los dos primeros meses se debió en gran medida a que las aerolíneas de todo el mundo pusieron en marcha nuevas políticas comerciales y nuevos modelos de gestión de ingresos, lo que supuso un aumento de las tarifas aéreas.

"Preveemos una tendencia al alza continua en el precio medio de los billetes a lo largo de todo 2019", afirma el vicepresidente de CWT Solutions Group, Christophe Renard. "Uno de los motivos es que cada vez más compañías aéreas buscan adoptar el estándar de nueva capacidad de distribución de IATA", añade.

Mientras tanto, el uso de herramientas de reserva online continúa aumentando. El uso global de herramientas de reserva online se mantuvo estable, alrededor del 48% entre enero y febrero. Se prevé que el porcentaje total vuelva a aumentar entre marzo y abril, a más del 50%.

### Compra anticipada

El informe también predice que la compra anticipada por parte de los viajeros empeorará en los próximos meses. La estricta aplicación de las políticas de viaje, como resultado de las consideraciones presupuestarias de fin de año y el consiguiente ajuste de cinturón, mejoró el comportamiento de los viajeros con respecto a las compras anticipadas en diciembre. Esto se trasladó a enero y febrero, meses en los que el 47% de los billetes reservados lo fue con más de 14 días antes de la salida. Ahora que las empresas han relajado sus restricciones de viaje, se espera que el porcentaje descienda al 43% en marzo y abril.

## Reino Unido pedirá a la UE aplazar el Brexit

El Parlamento británico ha aprobado solicitar a la Unión Europea (UE) la ampliación de la fecha fijada para el Brexit. Su pretensión es que su salida de la UE se posponga al 30 de junio (tres meses después de lo previsto), a las puertas de los meses de mayor afluencia turística del año. Tras la votación se inicia un nuevo periodo de negociaciones para convencer a las autoridades comunitarias.

## La situación política y social afecta al destino

Viajes InterRías ha constatado en la Bolsa de Turismo de Lisboa y en la ITB de Berlín una creciente desconfianza de los empresarios turísticos ante el cambio de tendencia de España. Tras reunirse con profesionales de diferentes mercados internacionales, revela que existe una cierta dosis de incertidumbre por la situación política y social del país, lo que ha ralentizado el ritmo de reservas.

## Mayor interés por Tel Aviv durante Eurovisión

El interés de los eurofans españoles por acudir a Tel Aviv durante el próximo festival de Eurovisión ha aumentado hasta un 29%, si tenemos en cuenta aspectos como el volumen de búsquedas, según Kayak. Los británicos son los más interesados en viajar a Israel durante la celebración del festival, seguidos por los españoles y los alemanes.

## Anetra celebra su primer congreso nacional

El primer congreso nacional de Anetra se celebra los días 27 y 28 de marzo en el Castillo de Viñuelas en Tres Cantos (Madrid). La asociación espera alcanzar los 200 asistentes o más en su primer encuentro nacional. Durante el congreso se desarrollarán distintas ponencias sobre tecnología, legislación y cambios normativos y debates sobre temas que afectan al transporte discrecional.

# Satisfacción en Iberia con la acogida de su Puente Aéreo 'tras los cambios puestos en marcha'

'Estamos muy satisfechos de cómo ha evolucionado', subraya el director de ventas de la compañía aérea

"Estamos muy satisfechos de cómo ha evolucionado el Puente Aéreo tras los cambios puestos en marcha en 2017", señala el director de ventas de Iberia. Las novedades fueron la incorporación de Vueling y la inclusión de la opción de reservar.

En el verano de 2017 Iberia pasó a la ofensiva y reforzó el Puente Aéreo, acallando así los rumores que apuntaban a la posible desaparición de esta oferta. Con el objetivo de plantar cara al

AVE, que desde su inauguración en 2008 le había ido arrebatando cuota de forma progresiva en la ruta Madrid-Barcelona hasta controlar más del 60%, la aerolínea puso en marcha diversas medidas para relanzar su oferta.

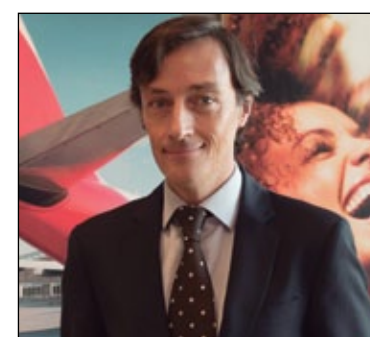
Las dos novedades más relevantes fueron el aumento de las frecuencias, que pasaron de 16 a 26 con la entrada de Vueling, y la inclusión de la opción de reservar. Las dos compañías aéreas de International Airlines Group

(IAG) llevan desde entonces coordinando su programa para cubrir todas las franjas horarias y ofrecer a los clientes vuelos cada 15 o 30 minutos en horas punta y cada hora el resto del día.

### Mejora de la oferta de la 'app'

Preguntado por la evolución del Puente Aéreo después de su relanzamiento, el director de ventas de Iberia, Guillermo González Vallina, destaca la "buena

acogida" que está teniendo, "sobre todo, porque haber combinado los horarios con Vueling nos ha permitido mejorar mucho la oferta y porque cualquier gestión a través de la aplicación es muy cómoda también y permite aprovechar por completo la flexibilidad que ofrece el Puente Aéreo". "Estamos muy satisfechos de cómo ha evolucionado tras los cambios puestos en marcha en 2017", reitera el director de ventas de Iberia.



El director de ventas de Iberia, Guillermo González Vallina.



# VISA GEA BBVA

## YA DISPONIBLE PARA LAS AGENCIAS GEA Y SUS CLIENTES



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

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

## El Congreso de UNAV tratará el 'business travel'

Segovia albergará del 4 al 6 de abril el XII Congreso de Turismo de la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV). Una de las sesiones estará protagonizada por los viajes corporativos. El presidente de la Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE), Antonio Perea, será el encargado de analizar el valor del cliente corporativo para las agencias de viajes.

## El comité directivo de Avasa se reúne en Valencia

Avasa ha celebrado en Valencia la reunión de su comité de dirección, en el han valorado de forma "muy positiva" la XXII Convención y se ha acordado celebrar la próxima convención, en el año del 40º aniversario los días 28 y 29 de febrero en Sitges. También se han explicado los últimos proyectos puestos en marcha por la empresa, como la nueva imagen corporativa o la nueva app.

## La transformación digital eje del Forum TurisTIC

La séptima edición del Forum TurisTIC, organizada por Eurecat, dedicará especial atención a la implantación de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) en la industria turística. En el debate '¿La tecnología nos convertirá en superprofesionales del Turismo?', el 26 de marzo, se analizará cómo afrontan la transformación digital las empresas del Sector.

## Amadeus acerca oferta de Renfe al mercado asiático

Amadeus suscribe un acuerdo de distribución con Ctrip gracias al cual los clientes de la agencia china podrán comprar billetes de Renfe de manera tan fácil como reservar un vuelo. Esta nueva alianza permitirá a los 90 millones de miembros activos globalmente del conjunto de marcas de Ctrip reservar y pagar billetes de tren en España en su propio idioma y con su divisa.

# Las agencias de viajes piensan que la experiencia de venta será aún 'más compleja' en el futuro

Las agencias de viajes sin un sistema integrado tienen que recurrir de media a cinco fuentes

El aumento del número de proveedores turísticos añadirá mayor complejidad al trabajo de las agencias de viajes en un futuro próximo. Por este motivo, las empresas del

Sector consideran fundamental disponer de un sistema integrado, especialmente para la distribución de viajes combinados y alojamiento. Así se desprende de la segunda

parte del II Informe de Innovación de las Agencias de Viajes, elaborado por Amadeus, Braintrust y Segittur, a partir de las opiniones de más de 1.000 encuestados.

Las agencias de viajes españolas prevén que la experiencia de venta tenderá a complicarse en el futuro, a medida que se incremente el número de proveedores. Así lo han señalado el 70% de los profesionales que han participado en la segunda parte del II Informe de Innovación de las Agencias de Viajes, elaborado por Amadeus, Braintrust y Segittur, a partir de las opiniones de más de 1.000 encuestados.

Según se desprende del mismo, las agencias dan especial relevancia a contar con un sistema integrado que les permita acceder a todos los proveedores desde un mismo sitio, algo que aseguran tener dos de cada tres empresas del Sector en estos momentos. Disponer de

dicha herramienta es especialmente importante en el caso de la gestión de 'paquetes' turísticos, el producto cuya elaboración es más compleja, así como de hoteles.

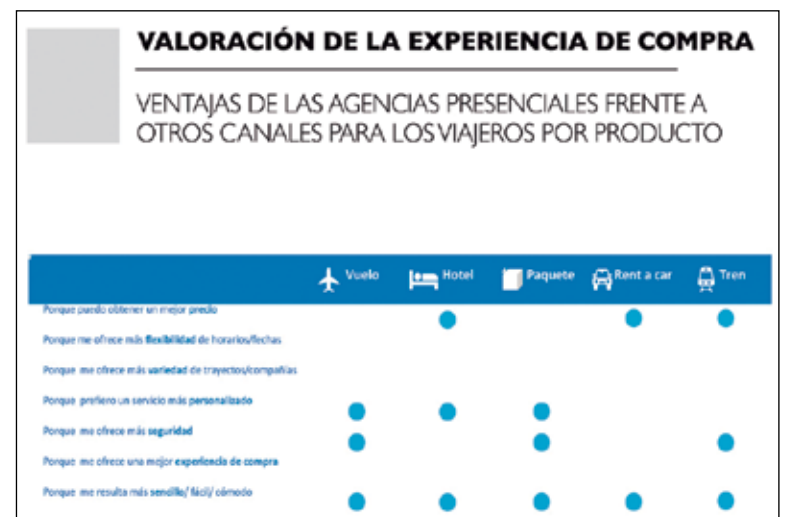
De acuerdo con los datos del informe, aquellos profesionales que no cuentan con un sistema integrado necesitan de media cinco fuentes o sistemas para hacer presupuestos y reservas, por lo que un 89% considera que tener este tipo de sistema les facilitaría y agilizaría la gestión.

### Agencias físicas versus 'online'

En relación a la experiencia de compra, los viajeros coinciden en que las agencias de viajes que más innovan

ofrecen un mejor servicio, si bien existen claras diferencias en función del tipo de soporte utilizado por las mismas (*online* u *offline*). Para los clientes de agencias de viajes presenciales, los valores más destacados de las mismas son la sencillez y comodidad que ofrecen. También hacen referencia al servicio personalizado, la seguridad y el precio.

Mientras tanto, las agencias online se imponen en cuestiones como flexibilidad (de horarios y fechas), variedad de trayectos y empresas y experiencia de compra. Por sectores, el aéreo y el alojamiento están mejor valorados en el canal online, mientras que el 'paquete' turístico, el *rent a car* y el tren lo están en el *offline*.



Fuente: II Informe de Innovación de las Agencias de Viajes.

# El empleo en agencias en constante crecimiento desde octubre de 2014

El Turismo crea uno de cada cinco nuevos empleos en España

El Turismo sigue batiendo récords en materia de empleo. Los afiliados a la Seguridad Social vinculados a la industria ascienden a 2,3 millones en febrero, lo que representa el 12,3% de la economía nacional, con un aumento interanual del 4,1%. Según revela TurEspaña, se trata de la cifra más alta de la historia en un mes de febrero. En el conjunto de la economía española, el número de ocupados sube un 2,9%, lo que supone la creación de 532.204 empleos, de los cuales 90.584 correspondieron a actividades vinculadas con el Turismo.

Todas las ramas turísticas, sin excepción alguna, muestran una evolución favorable en febrero: la hostelería crece en 49.141 afiliados (40.511 en servicios comidas y bebidas, y 8.630 en servicios de alojamiento), el apartado 'otras actividades turísticas' crea 37.388 empleos y las agencias suman 4.055 nuevos trabajadores. Resalta el comportamiento positivo de esta última rama desde octubre de 2014,



Las agencias de viajes dan de alta a 4.055 nuevos trabajadores.

tendencia que contrasta con la destrucción de puestos de trabajo que se vivió entre 2008 y 2014.

De los 2,3 millones de empleos turísticos de febrero, el 79,4% son asalariados, modalidad que experimenta un aumento interanual del 4,8%. Los autónomos, por su parte, registran un tímido avance del 1,2%, representando al 20,6% restante.

En febrero, el empleo en el conjunto de hostelería y agencias de viajes sube en todas las Comunidades autónomas excepto en Aragón. En valores absolutos, Andalucía es donde más crecen tanto los asalariados como los autónomos. En términos relativos, destacan las subidas interanuales de Andalucía (+6,3%) y Comunidad Valenciana (+4,7%).

# Las ventas aéreas de las agencias aumentan con fuerza este 2019

La producción aérea de las agencias de viajes españolas vía BSP mantiene una tendencia positiva en el inicio de 2019. Según los últimos datos a los que ha tenido acceso NEXOTUR, asciende a 860,4 millones de euros en los dos primeros meses del año, lo que supone un significativo aumento del 4,8% en comparación con los 821 millones alcanzados durante el mismo periodo del ejercicio anterior.

El crecimiento es más intenso en febrero, con una variación anual del 6,2%, hasta los 440 millones. En enero, como ya publicó NEXOTUR, la producción aérea se elevó un 3,4%, situándose en 420,2 millones.

Los 4.100 puntos de venta acreditados, de los cuales 1.070 son casas centrales, han distribuido en los dos primeros meses un total de 3,5 millones de billetes de avión, lo que supone un aumento interanual del 5%. En febrero se supera la cifra de 1,7 millones de pasajes distribuidos por agencias de viajes españolas, con una tasa positiva del 7,2%.



La producción es de 860,4 millones.

La evolución de las ventas aéreas en este inicio de año es especialmente positiva si se tiene en cuenta que en 2018 se alcanzó una cifra récord, superándose por vez primera los niveles de producción anteriores al estallido de la crisis económica. Como adelantó este periódico, las agencias de viajes españolas con título IATA cerraron el año con 4.965,6 millones de euros, lo que supuso un incremento del 5% en comparación con los 4.727 millones alcanzados en 2017. Hasta entonces el récord correspondía a 2007, cuando la producción se elevó a 4.816 millones de euros.

# ‘El crecimiento del Turismo genera importantes desafíos en gestión de flujos’, afirma Cabal

El secretario general adjunto de la OMT pide que se tenga en cuenta a los visitantes y a las comunidades locales

La gestión eficaz de los flujos turísticos, la reconciliación de los residentes con los visitantes y la puesta en marcha de prácticas sostenibles, son, a juicio del secretario general

adjunto de la OMT, Jaime Alberto Cabal, algunas de las claves para combatir los efectos nocivos de la masificación turística. Aboga por "un Turismo inteligente en el uso de la

tecnología y de la innovación para promover experiencias auténticas, dar seguimiento al impacto del Turismo y fomentar políticas de dispersión para repartir los beneficios".

Las llegadas de turistas internacionales crecieron un 6% en 2018, con un total de 1.400 millones de movimientos. El pronóstico a largo plazo de la Organización Mundial del Turismo (OMT), publicada en el año 2010, indicaba que dicha cifra se alcanzaría en 2020, si bien el comportamiento favorable registrado por todas y cada una de las regiones ha hecho que se llegue a esta barrera dos años antes de lo previsto. Además, para el presente 2019 la OMT espera un nuevo incremento de entre el 3% y el 4%.

A pesar de los enormes beneficios que trae consigo esta evolución positiva de la industria turística, "su crecimiento, en especial en algunas ciudades europeas, genera importantes desafíos en cuanto a la gestión de flujos y su impacto en los residentes". Así lo reconoce el secretario general adjunto de la OMT, Jaime Alberto Cabal, quien opina que esta tendencia "exige que el Sector ga-

rantice políticas públicas y prácticas sostenibles que reduzcan al mínimo los efectos negativos en el uso de los recursos naturales, las infraestructuras, la movilidad y la saturación, así como su impacto sociocultural". "El Turismo será sostenible solo si se desarrolla y gestiona teniendo en cuenta tanto a los visitantes como a las comunidades locales", advierte.

## Visión estratégica común

A su juicio, "no existe una solución única para lidiar con la masificación que sufren determinados destinos. No obstante, detalla que un informe elaborado por la OMT sobre los efectos de la saturación turística, el cual recoge 11 estrategias y 68 medidas para gestionar mejor el crecimiento de las llegadas, "sí recomienda una visión estratégica común para todas las partes interesadas: reconciliar a los residentes con los visitantes y

adoptar una planificación cuidadosa que respete los límites de capacidad y las especificidades de cada destino". En esta línea, aboga por "un Turismo inteligente en el uso de la tecnología y de la innovación para promover experiencias auténticas, dar seguimiento al impacto del Turismo y fomentar políticas de dispersión para repartir los beneficios por toda la ciudad y gestionar la congestión".

Preguntando por los intentos por demonizar a la actividad turística, Cabal considera que "más que fuerzas políticas con algún tipo de intención, son más bien expresiones que de alguna manera no entienden la importancia y la gran repercusión económica y social que tiene el Turismo para cualquier sociedad, cualquier destino o cualquier país". "Es necesario seguir sensibilizando todos los aspectos positivos que genera para cualquier economía y Estado, y de esa manera ir desvirtuando esas



El secretario general adjunto de la OMT, Jaime Alberto Cabal.

intenciones de demeritar la actividad turística", sostiene. Asimismo, puntualiza que "esto siempre tiene que ir acompañado de unas políticas claras de responsabilidad social y en la sostenibilidad turística".

En relación a la posible aplicación de tasas turísticas, una estrategia

cada vez más extendida en Europa, el secretario general adjunto de la OMT recomienda "hacer un estudio de su posible impacto y probar que realmente tiene el efecto que se desea". "Hay que evitar que se convierta en un impuesto para los prestadores de servicios turísticos", concluye.

## Booking Consolidador AVASA

Todas nuestras agencias asociadas disponen en exclusiva del consolidador de Avasa con acceso a las mejores tarifas del mercado.

**avasa**  
viajes

○ Departamento de reservas con el mejor asesoramiento profesional.

○ Tarifas especiales negociadas de Turoperador de compañías aéreas, tren y barco. Negociación y gestión de grupos.

○ 2 herramientas de auto reserva (entorno web y entorno Amadeus) para que sus agencias sean 100% autónomas, permitiéndoles consultar, reservar, emitir, voidear, reembolsar y remitir billete sin necesidad de ser IATA.

○ Servicio exclusivo de ATENCIÓN 24 HORAS para aéreo, tren, barco, hotel y rent-a-car.

Únete a nuestro grupo y  
apuesta sobre seguro



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

## En febrero el precio del 'paquete' baja un 6%

El precio del viaje combinado sigue en febrero por debajo de los niveles de un año. Según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), experimenta un retroceso anual del 6,2%. Un mes antes, en enero, la tasa anual también fue negativa (-2,8%). En el global del año 2018 experimentó solamente un ligero repunte interanual del 0,6%.

## Viajes El Corte Inglés gestiona Palacio Alicante

Viajes El Corte Inglés gestiona desde el pasado 1 de marzo el Palacio de Alicante, propiedad del Colegio Oficial de Médicos de Alicante (COMA). El objetivo es posicionar estas instalaciones en la primera línea en la organización de eventos y congresos en la ciudad alicantina, ofreciendo unos servicios profesionales. Además, ofrecerá descuentos a los colegiados.

## MSC Cruceros apuesta por el Turismo de lujo

MSC Cruceros apuesta por el Turismo de lujo con el encargo a Fincantieri de cuatro nuevos barcos de lujo, con una inversión de más de 2.000 millones de euros. Uno de los barcos se incorporará en 2023 y el resto en 2026. Para el presidente de la división de cruceros de MSC, Pierfrancesco Vago, "MSC entra en un nuevo segmento con un potencial muy significativo a nivel mundial".

## Sixt abre oficina en el barrio de la Barceloneta

Sixt ha inaugurado recientemente una sucursal en Barcelona, concretamente en la calle Passeig Joan de Borbó, que pertenece al barrio de la Barceloneta. Uno de los atractivos de la Barceloneta son sus playas, desde donde se puede tomar el teleférico para llegar hasta el Mirador de Miramar, en la montaña de Montjuic, y disfrutar de las vistas del puerto.

# IATA eliminará el pago mensual al BSP al verlo como 'un riesgo' para la aerolínea

La medida afectaría a los nueve países que tienen pago mensual

Las aerolíneas miembros de IATA pretenden acabar de forma definitiva con la liquidación mensual al BSP, la cual todavía se mantiene en nueve países, en-

tre ellos España. Su argumento, según revela CEAV, es que supone "un riesgo". En España hay 186 agencias de viajes que siguen pagando mensualmente.

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) continuará endureciendo los requisitos exigidos a las agencias de viajes. Su próxima medida será la eliminación de la liquidación mensual al BSP, posibilidad que en estos momentos existe únicamente en España, Botsuana, Grecia, Israel, Italia, Malta, Marruecos, Sudáfrica y Túnez.

Según revela CEAV, el lobby aéreo habría encargado un informe a una tercera empresa para "modificar unilateralmente los criterios en España". "Incluso antes de conocer el resultado del mismo, nos ha comunicado que tiene intención de eliminar el pago mensual por haberlo identificado como un riesgo", detalla la Confederación, que revela que IATA ha solicitado a los Consejos Conjunto del Programa de Agencias (APJC, por sus siglas en inglés) una reunión antes del próximo 30 de junio para abordar esta cuestión.

Preguntada por esta nueva vuelta de tuerca de las compañías aéreas, la gerente de CEAV, Mercedes Tejero, hace pública su "oposición rotunda",



La gerente de CEAV, Mercedes Tejero.

haciendo hincapié en que "el sistema está funcionando correctamente, sin que exista riesgo añadido para las aerolíneas". "No hay motivos objetivos para su eliminación", añade.

En declaraciones a NEXOTUR, Tejero explica que esta medida afectaría a las "186 agencias de viajes que están en pago mensual". Mientras tanto, otras 812 liquidan al BSP cada diez días y 78 lo hacen diariamente.

Según detalla, su reacción a esta nueva imposición consistirá en "no

seguirle el juego a IATA y mantener nuestra postura de suspensión de relaciones", que incluye la no participación en el APJC. Además, "continuaremos con las acciones legales iniciadas en España" y "apoyaremos a la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) y a la Alianza Mundial de Asociaciones de Agencia de Viajes (WTAAA) en las posibles acciones que desarrollen ante la Unión Europea".

## Protección ante la nueva Ley de Viajes Combinados

InterMundial ofrece una garantía a medida para proteger a las agencias de viajes ante las nuevas obligaciones recogidas en la Ley de Viajes Combinados, que entró en vigor el 28 de diciembre. El broker de seguros pone a disposición de los



Manuel López

profesionales del Sector una solución específica para cada una de las nuevas responsabilidades que contempla la normativa, que demanda a las agencias de viajes y turoperadores un mayor amparo del viajero.

La nueva garantía especial para agencias es "una cobertura múltiple que contiene siete soluciones exclusivas para proteger tanto a agencias como a viajeros", detalla la empresa. Además de la cobertura de fuerza mayor —responde ante la cancelación y el reembolso de los gastos, interrupción del viaje o prolongación de la estancia ante una causa de fuerza mayor— y la de quiebra de proveedores —asegura el reembolso de los gastos ocasionados—, el nuevo producto de InterMundial aglutina cinco coberturas adicionales.

Una de ellas es la garantía de insolvencia de la propia agencia

de viajes, que garantiza el reembolso de los gastos por interrupción, repatriación o pérdida de servicios ocasionados ante posible insolvencia de la agencia de viajes o turoperador. Otra de las novedades es la gestión por emergencias y crisis, mediante la que

el bróker reunirá a un comité de crisis especializado que facilitará un servicio de ayuda al viajero durante las 24 horas para superar cualquier incidencia derivada de la situación extraordinaria.

Otra garantía es la de gastos por cesión de viajes, que consiste en el reembolso de los importes ocasionados en caso de que un turista decida modificar la titularidad de un viaje ya contratado por otra persona. También está la de cambios por cupo mínimo, que cubre las diferencias de la tarifa en caso de no completarse el número de plazas de un grupo mínimo previamente establecido. Por último, con la denominada calidad plus, InterMundial se compromete a devolver el importe del seguro si la resolución de los siniestros no ocurre en un plazo inferior a 15 días una vez recibida la documentación necesaria.

# Globalia realizará descuentos de hasta 500 euros en la Feria del Viaje de Madrid, que vuelve al Wizink Center

Además de Travelplan, turoperador de Globalia, asistirán otras mayoristas de referencia como Politours, TUI Spain, Soltour y Mapa Tours

Las personas que acudan a la Feria del Viaje de Madrid podrán contratar 'paquetes' turísticos con grandes descuentos. Según ha podido comprobar NEXOTUR, Globalia, organizador del certamen, acaba de editar el catálogo exclusivo para la presente edición, que tendrá lugar del 30 al 31 de marzo en el Wizink Center (antiguo Palacio de los Deportes).

A diferencia de las dos anteriores ferias, en la que las rebajas oscilaban entre el 10% y el 50%, esta vez en la mayoría de los viajes se aplicarán descuentos de entre 100 y 500 euros. En concreto, en relación al producto de Travelplan, que acapara la mayor parte del contenido, los clientes disfrutarán de 100 euros de rebaja en

estancias por Europa; 160 en viajes a Baleares; 180 en Norte de África, Mediterráneo y Oriente Medio; 200 en Canarias; y 300 en circuitos por Europa, Caribe y América.

### Gran participación

En grandes viajes y 'paquetes' de otros proveedores de media y larga distancia, los descuentos se realizarán en función de la siguiente escala: de 2.000 a 3.000 euros, 200 de rebaja; de 3.000 a 4.000 euros, 300; de 4.000 a 5.000, 400; más de 5.000, 500. Además, los asistentes también disfrutarán de ofertas del 15% en circuitos peninsulares y del 10% en costas españolas y cruceros.

A falta de poco más de dos semanas para que arranque la tercera edición de la Feria del Viaje de Madrid, había un total de 34 expositores confirmados. Además de Travelplan, turoperador de Globalia, asistirán cuatro mayoristas de referencia del mercado español: Politours, TUI Spain, Soltour y Mapa Tours. Otros sectores con gran representación serán el de cruceros, con firmas como Costa Cruceros, MSC Cruceros, Pullmantur y Royal Caribbean, y el hotelero, con Palladium Hotel Group, Lopesan Hotel Group, Meliá Hotels International, RCD Hotels, Garden Hotels y Hotel Botánico.

También se darán cita otras empresas de la talla de Air France

KLM, Ávoris, Avis, Bankinter, Disneyland Paris, Europcar, Evo Finance, Legalitas, World Travel Bitakora, Loro Parque. En lo que respecta a los destinos, contarán con stand propio República Dominicana, Lanzarote, Israel, Asturias, Fuerteventura, Comunidad de Madrid, Gran Canaria y Tenerife.

Además del espacio dedicado a los expositores, en una parte del pabellón se habilitará una zona de cajas con agentes de viajes de la división minorista de Globalia, lo que permitirá a los visitantes formalizar in situ la compra. Para evitar aglomeraciones y largas colas, el grupo turístico desplazó en la última edición a unos 60 agentes



La entrada a la feria es gratuita.

de viajes. La entrada a la feria es gratuita y el horario será ambos días de 10.00 a 22.00 horas.

## Versiones compatibles de Costa Brava Verd Hotels



Costa Brava Verd Hotels presenta una nueva versión *responsive* de

su página en la que presenta los hoteles de sus tres marcas y su gestión de reservas, disponible para las agencias, con la misma presentación pero desde distintas URLs.

## Advantage presenta una web con pocos cambios



El nuevo diseño de la página web de Advantage mantiene, con muy pocos cambios respecto a la última versión analizada, un sistema semejante de información y reservas de coches, pero no válido para las agencias, para las que anuncia otra web.

## Nueva estructura de la web de Madrid Destino



Madrid Destino mantiene, y en algunos casos amplía, su información sobre la oferta cultural de Madrid y su oferta para organización de eventos, en una nueva versión de su web que mejora su estructura de accesos, pero con pocos cambios de diseño.

## Versión compatible de la página web de Palexco



La nueva versión de la web de Palexco ofrece, desde cualquier tipo de terminal, su información sobre espacios, eventos y servicios, aunque ya no incluye sus tarifas de alquiler de espacios y de servicios que existían en la versión anterior.

# Google brindará apoyo a los miembros de OMT para avanzar en el desarrollo de competencias digitales

Pololikashvili incide en que la 'colaboración público-privada es esencial para que el Turismo refuerce su papel'

La OMT se apoya en Google para ayudar a la industria del Turismo a hacer frente a las nuevas tendencias digitales y a la transformación del Sector. El gigante tecnológico ya desarrolló un programa similar en Grecia.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) se asocia con Google para avanzar en el desarrollo de competencias digitales. El acuerdo tiene como objetivo promover el conocimiento, la formación y el crecimiento en el Sector Turístico. Para ello, Google brindará su apoyo a los miembros de la OMT para hacer frente a las nuevas tendencias digitales y al proceso de transformación que está experimentando la industria.

El secretario general de la organización, Zurab Pololikashvili, explica que "este acuerdo se enmarca en la especial atención que la OMT dedica a la formación, el desarrollo de aptitudes y el empleo, el hilo conductor de todas nuestras iniciativas

### Formación y desarrollo

de este año". Además, incide en que la asociación con Google "demuestra que la colaboración público-privada es esencial para que el Turismo refuerce su papel como vehículo del desarrollo sostenible".

Por su parte, el responsable de viajes de Google, Lutz Behrendt, revela que "más de la mitad de los ingresos generados por Turismo en la Unión Europea proceden de búsquedas o reservas realizadas en Internet". "Confiamos en que, si equipamos a los ministerios de Turismo con las compe-

tencias, herramientas y programas que necesitan para comercializar sus productos en línea con seguridad, haremos crecer las oportunidades de empleo y de generación de ingresos en el Sector", prosigue. Según afirma, "en un programa de Turismo similar que realizamos en Grecia, el 68% de las empresas participantes confirmaron que habían obtenido resultados concretos derivados de nuestra formación, como por ejemplo, un aumento de los visitantes a sus sitios web o a sus establecimientos físicos".



El acuerdo anunció en la ITB.

## CREA TU PROPIO CIRCUITO EN SOLO 3 CLICS



PRECIOS NETOS

Cubre tu circuito con nuestro Contrato de Viajes Combinados

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.

DITGESTION

Mucho más que un grupo de gestión

info@ditgestion.com

943 219 732

f DIT Gestión

@DITGestion

## Ifema ofrece un nuevo canal de venta 'online'

Ifema ha introducido un canal de entradas *online* ([entradas.ifema.es](http://entradas.ifema.es)) que facilita la adquisición de los pases a los asistentes de los conciertos, festivales y eventos culturales. De esta manera, se concentra la oferta en un mismo sitio web que ofrece poder acceder comodamente desde el ordenador, *tablet* y *smartphone*. Ya se pueden adquirir las entradas para los grandes eventos.

## Sixt lanza un programa integral de movilidad

Desde el pasado 1 de marzo, Sixt ofrece a sus 20 millones de clientes sus tres ofertas de alquiler, Sixt, Sixt Share y Sixt Ride, en una sola aplicación llamada One. De este modo, los tres productos cubren todos los servicios Sixt de movilidad individual. Además, la aplicación integra servicios para la contratación de taxis sin que los clientes tengan que abandonar la *app*.

## Barceló y Sabre se alían de manera estratégica

Barceló Hotel Group ha elegido a Sabre Hospitality Solutions como proveedor de distribución y socio comercial para sus hoteles de todo el mundo. Gracias al acuerdo, Barceló utilizará la plataforma de Sabre SynXis, para su nueva estrategia de distribución. También trabajarán juntos en agilizar la descarga de reservas de tuoperación.

## TripAdvisor ayuda en la captación de viajeros

TripAdvisor ha anunciado el lanzamiento global de Espacios Patrocinados, una solución web de publicidad destinada a proveedores de alojamiento. Ahora, con este lanzamiento global, se ofrece a los propietarios mundiales la oportunidad de llegar a los 490 millones de visitantes. Asimismo, los anuncios aparecen destacados para los huéspedes.

# La transformación digital aterriza con fuerza en la industria hotelera

Existen más de 23.000 millones de dispositivos instalados en todo el mundo

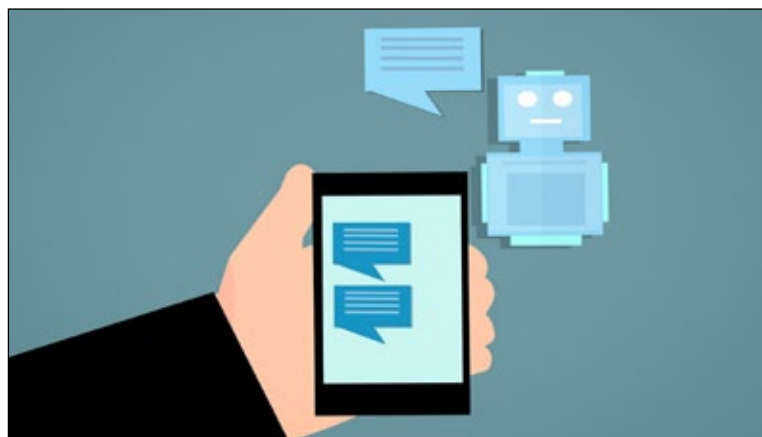
La llegada de las nuevas tecnologías ya se está dejando ver en la industria hotelera, donde están apareciendo diferentes innovaciones favorables

al desarrollo futuro del sector. La posibilidad de realizar *tours* con realidad virtual, y la entrada de los chatbots son tan solo dos de todas las presentes.

Las tecnologías emergentes han causado un profundo impacto en el sector de los viajes en general y de los hoteles en particular, tanto que han dado un giro total a la industria. Los propietarios de hoteles independientes y sus gerentes se enfrentan a muchos desafíos, especialmente cuando se trata de mantenerse relevante en un mercado cada vez más competitivo. Los hoteleros que han adoptado rápidamente algunas de estas tecnologías emergentes han podido maximizar la visibilidad de la marca, mejorar su productividad y las experiencias de los clientes. Sin duda la transformación digital está en marcha y Worldhotels analiza a continuación algunas las tendencias tecnológicas más disruptivas que están cambiando la cara de la industria hotelera.

Hoy en día, los hoteles pueden proporcionar toda la información, y mucho más, en cualquier momento en forma de un recepcionista virtual. Algunas reconocidas cadenas internacionales de hoteles han comenzado ya a utilizar *chatsbots* gestionados a través de inteligencia artificial para realizar cambios en las reservas o verificar los saldos disponibles en las cuentas y los cupones de descuento. Por otro lado, hoteles de alta gama han implementado *chatbots* activados por voz para abrir las cortinas, configurar el despertador y ordenar el desayuno o el servicio de habitaciones de sus huéspedes sin necesidad de la presencia humana en el proceso. Pero donde los *chatsbots* están triunfando es en el segmento de soporte y atención al cliente. Numerosos hoteles han integrado esta opción en su página web, reemplazando comunicaciones telefónicas y de correo electrónico por conversaciones inteligentes a través de texto o voz.

Por otro lado, gracias a los *tours* de realidad virtual, los posibles huéspedes pueden explorar el hotel, consultar todas las instalaciones que se ofrecen y también ver los servicios cercanos, como cafeterías, restaurantes y centros comerciales. La realidad aumentada también está abriéndose ca-



La gran novedad es el servicio de Chatbot.

mino a través de la industria de la hotelería y algunos hoteleros están incorporando el contenido en formato imagen en los menús de sus restaurantes, permitiendo que los clientes no nativos lo lean en sus propios idiomas. A medida que aumenta la competencia en el Sector, los propietarios de hoteles independientes recurren a formas innovadoras, como la realidad virtual, para mostrar lo que tienen para ofrecer a sus clientes en un esfuerzo por influir en sus decisiones.

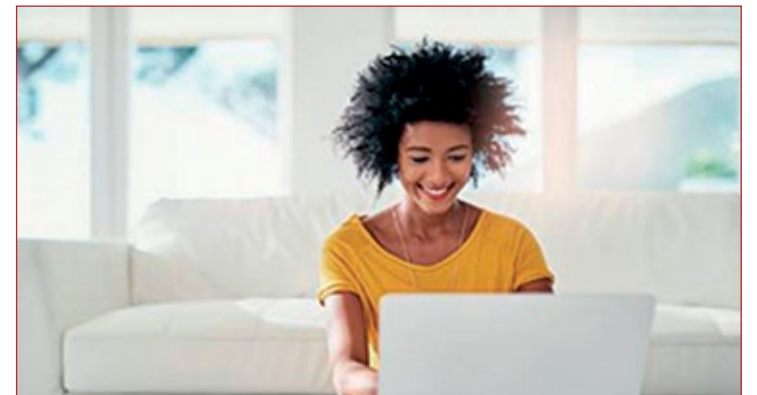
La verificación biométrica es cualquier medio por el cual un individuo puede ser identificado de manera única mediante la evaluación de uno o más rasgos biológicos distintivos, como el ADN, las huellas dactilares y las ondas de voz, la geometría de la mano y el lóbulo de la oreja, la retina y el iris, entre otros. Su uso en la informática como una forma de identificación y control de acceso ha avanzado considerablemente en los últimos años, permitiendo una identificación personal casi instantánea. El uso de datos biométricos en la industria hotelera garantizará una mayor seguridad y vigilancia en todas las propiedades, así como el monitoreo de turnos y la detección de fraudes. Un estudio de investigación realizado por Oracle el pasado año mostró que el 72% de los gestores de hoteles creen que el reconocimiento de los huéspedes a través de la biometría facial se

utilizará en los próximos cinco años. También la biometría de voz desempeñará un papel cada vez más importante en la industria hotelera, con datos que recogen que el 50% de los clientes que dicen que hacer pedidos a través de un asistente virtual mejoraría su experiencia y un 33% señaló que visitarían el sitio *web* con más frecuencia.

### Integración de IoT

Actualmente, existen más de 23.000 millones de dispositivos instalados en todo el mundo que están conectados a la conocida como Internet de las Cosas (IoT en inglés). Para 2025, se espera que un aumento a más de 75.000 millones.

Los hoteles pueden extraer datos de los dispositivos de IoT para ofrecer servicios altamente avanzados a sus clientes. De hecho, muchas compañías hoteleras han estado aprovechando el poder de IoT para optimizar sus operaciones diarias. Existen ya ejemplos como algunos hoteles de Nueva York en donde se ofrece un iPad a cada huésped cuando se registran para solicitar el servicio de habitaciones, reservar citas en el *spa*, controlar la temperatura de la habitación e incluso comunicarse con el personal del hotel. Con los datos de IoT sobre reservas anteriores, selección de alimentos, excursiones y servicios en la habitación, los hoteleros pueden personalizar la experiencia de los huéspedes.



La aplicación facilita el acceso a las herramientas informáticas.

## Booking lanza 'BookingSuite' sobre soluciones informáticas

Booking.com, ha anunciado el lanzamiento de la nueva *app store* BookingSuite, ya que el 47% de los viajeros quiere que la tecnología avance más rápido para mejorar su experiencia de viaje.

De acuerdo con un estudio reciente realizado por la plataforma de viajes online, el 47% de los viajeros de todo el mundo quiere que el desarrollo tecnológico avance más rápido para mejorar su experiencia de viaje. De hecho, en lo que respecta a avances específicos, el mismo porcentaje espera con emoción la generalización de nuevos servicios, como el acceso al alojamiento sin llave, que se llevará a cabo en 2019.

La *app store* de BookingSuite ofrece a los colaboradores de Booking.com una amplia variedad de soluciones informáticas relevantes en un solo lugar, que incluyen un periodo de prueba gratis. Es fruto del trabajo del equipo de BookingSuite, especializado en soluciones informáticas pensadas para estimular el crecimiento de los proveedores de alojamiento y proporcionarles las herramientas necesarias para poder ofrecer una experiencia más satisfactoria al cliente.

La plataforma, BookingSuite, es una solución valiosa para los proveedores de alojamiento, ya que les facilita el acceso a las herramientas informáticas que necesitan, mostrándoles las más adecuadas para su negocio, en un contexto en el que la oferta es tan amplia que puede llegar a ser confusa, y, además, les ofrece la posibilidad de probarlas gratis.

En lo que respecta a los proveedores de soluciones, la *app store*, las API de BookingSuite y los productos de un solo inicio

de sesión les permiten llegar a nuevos clientes y mercados a través de una plataforma escalable y de la integración con Booking.com, que garantiza la seguridad en la transmisión de datos, la traducción de la información de sus productos a más de 40 idiomas y la facilidad de gestión de su rendimiento, conexión de datos, así como el cobro de cuotas.

### Nuevas soluciones

La idea de 'BookingSuite' incluye soluciones seleccionadas de proveedores de software en la industria de la hostelería, organizadas en categorías, para que los alojamientos puedan encontrar la solución adecuada rápida y fácilmente. Ofrece recomendaciones personalizadas a los colaboradores de Booking.com en función de su tipo de alojamiento, tamaño, ubicación, historial de resultados y datos de referencia del mercado. También incluye productos y servicios diseñados específicamente para mejorar la experiencia del cliente en el alojamiento, relacionados con la comunicación, las promociones, la venta de extras y el *check-in online*.

Además de soluciones para alojamientos de cualquier tamaño y tipo (apartamentos, pensiones, hostales, hoteles boutique, etcétera), la *app store* de 'BookingSuite' ofrece una configuración rápida y fácil de todas sus soluciones; la posibilidad de probar gratis todos los productos y servicios; la sincronización de todos los productos con la cuenta de Booking.com; y poder darse de baja en cualquier momento.

# Grupo Dit Informa

## Vivir la experiencia mientras se aprende

La formación continua del profesional es hoy en día prácticamente imprescindible para no quedarse atrás. Entre los diferentes tipos de formaciones, hay una que se encuentra en auge en los últimos años, y es la de “vivir la experiencia” en primera persona.

“Renovarse o morir”. Vivimos en una época de cambio y renovación constante. El profesional de prácticamente cualquier sector sabe que, si no quiere quedarse atrás, es imprescindible saber adaptarse a los cambios, y, es más, incluso adelantarse a los mismos. Y así, en cierta manera, tomar la delantera a la competencia y a la vez ofrecer el servicio más completo posible a su cliente.

Esto también es aplicable cuando se habla de formación. Para no quedarse atrás, uno de los puntos clave es la formación constante. Y la manera de formarse, también ha cambiado. Lejos quedaron los días de la “formación unidireccional”: un ponente, o experto, y los asistentes que le escuchan y toman nota de sus conocimientos para aplicarlos posteriormente.

Uno de los tipos de aprendizaje más en auge a día de hoy es aquel que plantea vivir la “experiencia” mientras se aprende. En el sector del turismo, un claro ejemplo de esto sería el de los “Fam Trip” o viajes de familiarización destinados a profesionales del sector turístico, con el objetivo de conozcan un destino en concreto para después ofrecérselo a sus clientes. Esto conlleva un valor añadido y una mayor fiabilidad, ya que el agente ha vivido en primera persona aquello que está ofreciendo al cliente.

Otro ejemplo de este tipo de experiencias formativas sería el Curso Crucero DIT Academy que organiza anualmente DIT Gestión. El Curso Crucero es una formación intensiva de unos cuatro días de duración impartida a bordo de un crucero, compaginándola con la experiencia a bordo y las escalas que realiza el bote para conocer los diferentes destinos de la ruta en cuestión. Es decir, los agentes acuden a diferentes formaciones (técnicas de venta, marketing online y offline, realización de presupuestos creativos...), con el añadido de conocer el crucero en cuestión y todos sus servicios de primera mano, y el conocimiento de los destinos, que, al igual que los Fam Trip, resulta un valor añadido de cara



DIT Gestión ha celebrado en Marzo la 7ª edición de su Curso Crucero DIT Academy.

al cliente a la hora de venderlos.

Sobre hacer de la formación una experiencia, los responsables del grupo de gestión guipuzcoano miran incluso más allá: “Las formaciones como el Curso Crucero son una oportunidad para poder tener un trato mucho más cercano con nuestras agencias. Muchas veces no les ponemos cara a esas personas con las que hablamos por e-mail y teléfono a diario, y estas son las ocasiones perfectas para poder conocernos y tratar con ellos en persona”.

En ese sentido, el equipo formativo de DIT Gestión ha arrancado el 2019 con encuentros con sus asociadas en San Sebastián y Galicia y próximamente se desplazarán a Canarias: “En estas jornadas aprovechamos para combinar la formación en diversos temas con la oferta de la zona en la que estemos. En San Sebastián, por ejemplo, aprovechamos la mañana para tratar a fondo temas como la fiscalidad en las agencias de viajes

o el nuevo contrato de viajes combinados, y el resto de la jornada la dedicamos a conocer San Sebastián y sus alrededores y terminamos con una cena típica de sidrería con todos los asistentes. Creemos que es muy enriquecedor para todos combinar la formación con otro tipo de actividades”.

Uno de los aspectos en los que DIT Gestión hace más hincapié en su filosofía es precisamente la importancia de la formación continua del agente de viajes para el correcto desempeño de sus funciones.

# ¿Tu agencia ya está en Internet?

Vivimos en una “era digital”, conectada prácticamente las 24 del día a Internet. Los consumidores están en Internet, interactúan se informan y buscan información que les interesa en la red. Se podría decir que Google y el resto de buscadores se han convertido en las nuevas Páginas Amarillas.

“Si tu negocio no está en Internet, tu negocio no existe”. Esto lo dijo un día Bill Gates, cofundador de la multinacional Microsoft. En un mundo en el que en un solo clic el usuario tiene a su disposición miles de resultados sobre aquello que busca, resulta prácticamente impensable no estar presente en Internet si quieres que tu negocio funcione.

Pongamos que el negocio en cuestión se trata de una agencia de viajes a pie de calle: ¿Merece la pena invertir tiempo y recursos en trabajar la presencia de la agencia en la red?

Es un hecho que cada vez son más las personas que deciden contratar sus vacaciones por Internet. Según estudios, alrededor del 80% de los viajeros acuden en primer lugar a Internet a la hora de elegir un destino de vacaciones, y cerca del 50% lo hace con intención de realizar la compra íntegra vía *online*.

En ese contexto la respuesta lógica a las preguntas planteadas anteriormente es un SÍ rotundo. Internet ofrece infinidad de recursos que pueden ayudar a enlazar tu agencia de viajes con el entorno *online*, entre las que se podrían destacar las siguientes:

- **Página web:** Hoy en día pocos son los negocios que no disponen de página web. Es el reflejo del negocio físico en el mundo virtual, el escaparate de la agencia en la red. La mayoría de las búsquedas profesionales se hacen en Internet. La página web es la cara visible en la red de la MARCA de tu agencia de viajes.

- **Google:** El buscador más utilizado del mundo ofrece herramientas muy interesantes como Google My Business. Registra tu agencia y tómate el tiempo que necesites para completar debidamente todos los campos y añade información relativa sobre tu agencia (quién eres, dónde estás, horario...). Los viajeros podrán ver toda esa información tanto si te buscan en Google como en Google Maps. La función principal de esta plataforma es permitir a los usuarios encontrar fácilmente la información más relevante de las empresas. Si trabajas bien el perfil de tu agencia, probablemente destacarás sobre tu

competencia en la búsqueda que haga el viajero, y seguramente acabe interesándose por tu agencia en lugar de por las demás que le aparezcan en los resultados de búsqueda.

- **Redes Sociales:** Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn... Estas plataformas de comunicación virtual se enfocaban en un principio a los perfiles personales, pero poco a poco han ido incluyendo funciones específicas enfocadas a las empresas. Hoy en día, tener perfil de empresa en redes sociales es casi imprescindible a la hora de elaborar una estrategia de marketing *online*. Con una estrategia bien definida, las redes sociales pueden ser otro gran escape para tu agencia.

El hecho de que tu agencia de viajes tenga presencia en Internet conlleva importantes ventajas:

- **No existe limitación geográfica:** Gracias a Internet personas de cualquier punto del mundo pueden visitar tu agencia de viajes desde su ordenador, tablet o smartphone. Es decir, existe la posibilidad de llegar a mucha más gente que puede convertirse en cliente.

- **No existen horarios:** En Internet no existen los horarios comerciales. Se podría decir que tu agencia está “abierta” 24h al día, 7 días a la semana. El viajero puede visitarte y consultar tu oferta en el momento que desee.

- **Segunda fuente de ingresos:** Anteriormente hemos comentado que son muchos los viajeros que contratan sus vacaciones vía *online*, por lo que las ventas realizadas a través de la página

web de tu agencia pueden llegar a ser una fuente de ingresos complementaria a las ventas que realices en la agencia física.

Algo innegable es que gracias, o por culpa de Internet, el modelo tradicional de la agencia de viaje está cambiando a marchas agigantadas. Al igual que la forma de viajar y buscar ese viaje. Las demandas y necesidades del viajero cada vez son más y más diversas, y quién no quiera quedarse atrás deberá adaptarse los cambios.



# DIT Gestión apuesta por una oferta personalizada y competitiva

Lejos de perder ventas, el grupo de gestión de agencias de viajes guipuzcoano ha visto como la confianza de sus asociadas hacia el producto de su mayorista Haiku Travel ha crecido considerablemente tras hacer su venta exclusiva a las agencias del grupo.

El pasado mes de septiembre DIT Gestión decidió hacer la venta de su mayorista propia, Haiku Travel, exclusiva a las agencias adheridas al grupo, en una apuesta por ofrecer a sus asociadas un producto exclusivo a la vez que competitivo. Esto conllevaba el riesgo de una pérdida de ventas. Sin embargo, ha resultado todo lo contrario.

Según informan desde la oficina central del grupo de gestión guipuzcoano, desde que se decidió hacer de Haiku Travel un producto exclusivo para las agencias de DIT Gestión, las ventas no solamente no han bajado sino que se han duplicado: "La lectura que podemos hacer de estos datos es que la confianza de las agencias al producto Haiku va en aumento de forma exponencial".

En los últimos años, DIT Gestión ha realizado una apuesta firme por ofrecer a sus asociadas la oferta más personalizada y competitiva posible del mercado actual, junto a herramientas que faciliten el día a día a los agentes. Así pues, cada cambio y cada

nueva herramienta que ha desarrollado el grupo ha sido con esos objetivos en mente.

Una de las particularidades del funcionamiento de Haiku Travel, es que no carga ningún fee o margen en toda su gama de productos. Las agencias disponen así de los precios netos de los productos, y es el agente el que carga sus márgenes en función de sus necesidades o las necesidades del cliente.

## Un 2019 cargado de novedades

El equipo de desarrolladores informáticos de DIT Gestión trabaja actualmente en varias nuevas herramientas.

Por un lado se encuentra el nuevo motor de Vuelo + Receptivo el cual integra, en una misma búsqueda, el paquete de viajes (con más de 3.000 propuestas de circuitos por todo el mundo) con el motor aéreo, lo cual permitirá ofertar de forma inmediata el presupuesto en PDF para entregar al cliente final: "Con este sistema no solo se plantea una amplia

oferta, sino que la misma es diferencial respecto al resto del mercado, con unos precios competitivos, y el margen de beneficio que la agencia desee en cada caso".

Este nuevo motor unifica las dos principales solicitudes de las agencias del grupo: un motor aéreo, con tarifas de turopiación con múltiples opciones de trayecto, con un buscador de Grandes Viajes, con producto cargado directamente por los receptivos.

La "demo" de este nuevo motor se presentó el pasado enero en FITUR y durante los primeros meses del año lo probarán algunas agencias del grupo para posteriormente aplicar los cambios y mejoras necesarios y así poder ofrecérselo al 100% a todas las asociadas de DIT Gestión.

Por otra parte, el grupo prevé poder sacar a la luz en breve "Haiku Ferry + Hotel", un motor dinámico dedicado a la oferta conjunta de ferries junto a alojamientos hoteleros en las islas.



En Septiembre de 2018 DIT Gestión hizo la venta de su mayorista Haiku Travel exclusiva a las agencias del grupo.

## ¡NUEVOS MOTORES!



# Conoce al equipo DIT Gestión: Haiku Vuela (II)

38 razones para entender por qué somos “Más que un Grupo de Gestión”

## Razón nº 23



**Giuliana Motti**

*Dto. Emisiones Haiku Vuela*

*“El único lugar donde el éxito viene antes del trabajo es en el diccionario” (Donald Kendall)*

Giuliana es agente de viajes en Haiku Vuela, en su sede en Canarias, dentro del Departamento de Emisiones. Se encarga de la emisión de los vuelos y de atender a las agencias de viajes en todo lo relacionado con lo aéreo.

Es Técnico Superior en Telecomunicaciones. Ha realizado cursos avanzados de Amadeus y también se ha formado como agente de viajes IATA. Tiene 9 años de experiencia como agente de viajes, siempre trabajando en el sector aéreo y en tareas muy similares a las que ejerce actualmente en Haiku Vuela, encargándose de emisiones, reemisiones y reembolsos. Ha trabajado también en atención al cliente y como supervisora de BackOffice en una agencia de viajes.

Giuliana llegó a Haiku Vuela en Octubre de 2017: “Desconocía el mundo de los grupos de gestión y estoy muy contenta con todo lo que estoy aprendiendo y creciendo día a día”.

## Razón nº 24



**Emma Pérez**

*Dto. Administración Haiku Vuela*

*“El único límite para nuestra comprensión del mañana serán nuestras dudas del presente.” (Franklin D. Roosevelt)*

Emma trabaja en el Departamento de Administración de Haiku Vuela en Canarias, manejando el programa de gestión de venta de vuelos, coordinando pagos, llevando bancos y cobros, pagando las comisiones de las agencias colaboradoras y coordinando mejoras del sistema de gestión. Entre sus funciones también se encarga de informar periódicamente a la Dirección de la empresa de los datos más relevantes en cuanto a la gestión.

Es Licenciada en Dirección de Empresas. A lo largo de casi 15 años ha pasado por varias empresas, desempeñando diferentes funciones, todas relacionadas con la gestión y la administración de las mismas. Su incursión en el mundo del turismo llegó en 2015, cuando se encargó durante año y medio de la gerencia de la iniciativa “I seek you” para turistas de todo el mundo.

Emma llegó a la empresa en Mayo de 2018: “Cada día conociendo más y mejor este mundo apasionante del viaje en un Consolidador Aéreo”.

## Razón nº 25



**Eider Martiarena**

*Dto. Administración Haiku Vuela*

*“Haz tu trabajo con todo tu corazón y tendrás éxito, hay muy poca competencia” (Richard Bach)*

Eider es parte del Departamento de Administración de Haiku Vuela Galileo y también de Haiku Vuela Portugal, Haiku Voos.

Es graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad del País Vasco. Al finalizar sus estudios empezó a trabajar en el sector de la banca, donde ha estado durante cinco años, encargándose de la atención al cliente, gestión de incidencias, venta y asesoramiento de productos financieros, control y gestión de cajeros automáticos y el control del dinero efectivo en oficina.

Eider llegó a Haiku Vuela a mediados de Febrero de este mismo año: “Me encontré con la oportunidad de trabajar en un sector que me parece muy interesante y atractivo. Vengo con mucha ilusión y muchas ganas de aprender, trabajar y dar lo mejor de mí”.

# MOSTRADOR

## Conakri es el nuevo destino que ofrece TAP

TAP Air Portugal ha ampliado su oferta de vuelos con la introducción de un nuevo destino, Conakri, la capital de Guinea, con puerto sobre el océano Atlántico.

Los horarios de los vuelos de ida y vuelta ya han sido fijados por la compañía aérea. Las salidas se realizarán desde Lisboa los miércoles, viernes y domingos a las 19:25, con llegada a Conakri a las 23:10 y, los vuelos de vuelta saldrán de la capital de Guinea-Conakri los lunes, jueves y domingos a las 00:05, con llegada a la capital portuguesa a las 5:30 (horas locales).

✉ [www.flytap.com](http://www.flytap.com)

## Caribbean Tours establece una nueva sede apostando por el mercado español

El director de desarrollo de negocio y ventas, Aníbal García, se encargará de la expansión de la marca

Caribbean Tours se instala en nuestro país y abre una delegación en Madrid. El objetivo del turoperador suizo, como destacan sus responsables, es situar a los destinos Cuba y República Dominicana, en los que cuentan con una experiencia de más de 20 años, "como una alternativa clara de servicios a la medida, privados, de alta calidad, creatividad y diferenciadores. "Estoy muy feliz de poder ofrecer al mercado español, con el que tengo un gran vínculo afectivo, circuitos y experiencias únicas por Cuba y la

Isla de La Española, demostrando que hay opciones para visitantes exigentes, grupos de incentivo y especiales", ha afirmado el CEO de Caribbean Tours, Andreas Blass.

El encargado de que la expansión se realice de una forma satisfactoria, será el director de desarrollo de negocio y ventas, Aníbal García.

Esta nueva sede se suma a las ya presentes en La Habana, Santo Domingo y Zúrich. También dispone de representantes en Alemania y Austria.

✉ [www.caribbeantours.ch](http://www.caribbeantours.ch)



El director de desarrollo de negocio y ventas y el CEO de Caribbean Tours.

## Norwegian Cruise Line ha presentado su nueva apuesta musical, 'Footloose'

Cuenta la historia de un adolescente, residente en Chicago, enamorado del baile

Norwegian Cruise Line utilizará su renovado Norwegian Joy para albergar entre sus espectáculos, cuando vuelva a navegar el próximo mes de abril, el musical 'Footloose'.

El show centra su temática en la famosa película del mismo nombre y cuenta la historia de un adolescente de Chicago enamorado del baile, que se muda a una pequeña ciudad en la que está prohibido.

La actuación contará con el acompañamiento de 'Elements', un clásico espectáculo de acrobacias aéreas que harán vibrar al público.

✉ [www.ncl.com](http://www.ncl.com)



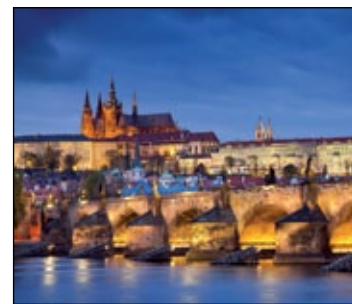
Compartirá escenario con el espectáculo de acrobacias, Elements.

## Mapa Tours prepara una oferta de viajes para Semana Santa

Mapa Tours, ha lanzado una amplia oferta de viajes a múltiples destinos durante la Semana Santa. El turoperador ofrece, desde circuitos de siete a nueve días, hasta planes más cortos de cuatro a seis días con solo estancia o circuito.

Las ciudades desde donde operará son Barcelona, Bilbao, Logroño, Madrid, Málaga, Palma de Mallorca, Pamplona, Valencia, Valladolid, Vitoria y Zaragoza, con vuelos en línea regular o especial, en función del lugar de origen.

Entre los posibles destinos se encuentran países como la República Checa, Alemania, Turquía o Francia, entre otros.



República Checa, entre las ofertas.

Toda la programación sobre los circuitos disponibles se encuentra publicada en la página web de Mapa Tours, o en cualquiera de sus delegaciones.

✉ [www.mapatours.com](http://www.mapatours.com)

## Beachcomber Resorts & Hotels facilita descuentos y actividades especiales para los viajes en familia a Mauricio

El entretenimiento está hecho a medida para que pueda adaptarse a las diferentes edades, personalidades e intereses.

Beachcomber Resorts & Hotels se autodefine como la compañía donde los estándares de vacaciones en resorts encajan con los deseos e intereses de los viajeros de todas las edades que viajan a la isla de Mauricio.

Su teoría se sustenta en que su oferta va dirigida especialmente a las familias con hijos menores de 18 años, ya que contiene un gran número de ofertas y tarifas especiales para los jóvenes menores de edad y para los más pequeños de la casa. Entre estos descuentos se incluyen algunos de los regímenes alimenticios que ofrecen un descuento para jóvenes de 12 a 17 años, y comidas gratuitas para los

menores de 11 años. Esta oferta se iguala en la época de temporada baja si los jóvenes comparten habitación con los pequeños. En ese caso, el alojamiento y las comidas son gratuitos para ambos.

### Actividades

La cadena hotelera ofrece unas actividades para los jóvenes, como por ejemplo, un servicio *childfriendly* de servicios de canguro para los padres.

Para los hijos más mayores, 'Kids Club', ideado para quienes tienen de tres a 11 años, anima a que los pequeños de la casa sean activos y creativos mientras disfrutan de actividades locales y *eco-frien-*

*dly* bajo la supervisión de un equipo de animación experimentado.

'Teens Club', enfocado para los medianos de la familia, busca que los jóvenes socialicen entre ellos hasta el punto de que puedan llegar a formar un vínculo emocional a través de diferentes actividades orientadas a ello.

Todos estos pequeños eventos tienen como objetivo que los padres puedan relajarse en un paraíso tropical con la tranquilidad de que pueden disfrutar en un entorno seguro, evitando cualquier tipo de preocupación, al ser conscientes de que sus pequeños están en manos de profesionales.

✉ [www.beachcomber-hotels.com](http://www.beachcomber-hotels.com)



Las habitaciones están hechas a medida, según las necesidades.

# Turnexo

100% Agentes

## Andalucía

¿Quieres presentar tu producto  
a agentes de viajes de Sevilla?  
—Participa como Expositor.  
Info: [TurNexo@TurNexo.com](mailto:TurNexo@TurNexo.com)

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



Miércoles 24 de Abril de 2019

**NUEVA SEDE**

**HOTEL EXE SEVILLA MACARENA**

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXOTUR**

ORGANIZADOR POR  
**Nexopublic**  
CONSULTING



# Catai lanza su nuevo catálogo monográfico 'online' bajo el título 'Rusia y Báltico 2019'

El turoperador quiere responder al incremento del interés, por parte de los viajeros españoles, en estos destinos

Catai ha decidido atender las necesidades y demandas de sus clientes y ha añadido un nuevo catálogo a su larga lista de ofertas. En este caso, se trata de 'Rusia y Báltico',

un catálogo que propone hasta 30 viajes diferentes con un precio realmente económico en relación a los servicios que ofrece la mayorista, muchos de los cuales presentan

un único itinerario para conocer en una escapada varios países a la vez. El catálogo también ofrece consejos prácticos que pueden ser de utilidad antes de viajar.

Catai, ha apostado, lanzando su nuevo catálogo, por el área del Mar Báltico, aunque ha centrado gran parte de su empeño viajero en Rusia. 'Rusia y Báltico' ofrece un gran número de ofertas hoteleras en las principales ciudades de Rusia, como son San Petersburgo y Moscú, incluyendo hoteles situados en el centro y colmados con todo tipo de lujos, y circuitos regulares y circuitos exclusivos. Sin embargo, no solo existe la posibilidad de visitar estas ciudades, sino que también permite conocer lugares como Tartaristán y Carelia, o de realizar un viaje a bordo del mítico tren Transiberiano.

Por otro lado, en relación con Repúblicas Bálticas, los viajes suelen combinar las tres repúblicas del Báltico y en ciertas ocasiones incluyen también ciudades escandinavas como Oslo, Helsinki o Estocolmo. Bielorrusia y Ucrania, también están dentro de las posibilidades que ofrece 'Rusia y Báltico', destinos que se pueden

recorrer con todas las comodidades y la garantía de calidad y servicio que proporciona Catai.

## Propuestas del catálogo

En referencia a los diferentes circuitos que ha ofrece Catai, se incluyen: 'Joya del Báltico', donde se puede disfrutar, durante ocho días, de Lituania, Letonia, Estonia, así como de la capital de Finlandia, Helsinki. 'Esencia de las Repúblicas Bálticas', para disfrutar de los cascos históricos, declarados Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, que están presentes en sus capitales, Vilnius, Riga y Tallín. Se trata de un circuito regular de ocho días, que incluye una visita a los mejores lugares turísticos de las repúblicas bálticas, Lituania, Estonia y Letonia.

'Maravillas del Báltico', para conocer en profundidad las ciudades de Tallin, Helsinki y San Petersburgo, incluyendo visitas privadas en español y traslados entre las ciudades.

El Circuito exclusivo de Catai, 'Capitales Rusas' en un viaje esencial con guía de habla castellana, que guía a los turistas desde la Imperial San Petersburgo hasta la cosmopolita Moscú permite descubrir los tesoros de Moscú y San Petersburgo. Incluye un tren rápido diurno entre las ciudades. 'Maravillas de Rusia y Tartaristán', que incluye el tren de alta velocidad para disfrutar de San Petersburgo, Moscú y Kazán.

'Bellezas de Ucrania', visitando Kiev y Lviv, conocido como el centro de la Ucrania Occidental que nunca fue incorporada a la Rusia imperial. La Catedral de San Vladimir, el Portón Dorado, la Catedral de Santa Sofía, el Monasterio de San Miguel son algunos de los importantes monumentos incluidos. Incluye el tren de alta velocidad entre ciudades y visitas panorámicas en castellano.

Cruzando fronteras, Catai, ofrece el 'Transiberiano Privado Rusia Imperial', un viaje que se puede realizar, bien de Pekín a Moscú o



Es posible, en poco tiempo, hacer un presupuesto online del viaje deseado.

viceversa. Permite visitar ciudades rusas como Moscú, Kazán, Ekaterimburgo, Novosibirsk o Irkutsk, pero también otras ciudades importantes como Ulán Udé, Ulán Bator y Pekín. Este catálogo forma

parte de la amplia oferta de la que dispone Catai, que ya ha puesto en el mercado gran parte de sus catálogos a los que se irán sumando otros nuevos en las próximas semanas.

✉ www.catai.es

## CLUB NEXOTUR

### Playa Senator ofrece rebajas del 50% a miembros del Club

Playa Senator ofrece a los miembros del Club NEXOTUR y acompañantes un descuento del

50% en temporada baja y del 25% en temporada alta. Esta promoción especial, sujeta a la disponibilidad de

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

los establecimientos de la cadena hotelera, incluye los hoteles de playa y de ciudad. Para más información

puede contactar con la central de reservas en los siguientes números: 950 62 71 60 y 901 10 12 10.

## FAM TRIP



Ha participado un grupo formado por 28 agentes de viajes.

### Viaje de Airmet Alsacia y Selva Negra

En su labor de contribuir a la formación de los profesionales, Airmet ha organizado en colaboración con Special Tours un viaje de familiarización a Alsacia y Selva Negra. Han participado 28 agentes de viajes de toda España y dos representantes del turoperador propiedad de Ávoris.

## Avis se convierte en proveedor exclusivo de Etihad Aviation a escala mundial

Los clientes de Etihad accederán a vehículos de las marcas Avis, Budget y Maggiore

Avis Budget Group y Etihad Aviation Group han anunciado un acuerdo a nivel mundial por el que Avis Budget Group se convierte en el proveedor exclusivo de alquiler de coches de Etihad Airways, la aerolínea nacional de los Emiratos Árabes Unidos, así como de Etihad Holidays y Etihad Guest, los programas de fidelización de la compañía. Gracias a esta alianza, los clientes de Etihad accederán a vehículos de las marcas Avis, Budget y Maggiore a través de los diferentes canales de reserva de la aerolínea en todo el mundo. Además, los miembros de Etihad Guest podrán beneficiarse del programa Avis Preferred con las mejores condiciones.

La directora de Asociaciones y Ventas Internacionales, Julia Kemp, ha comentado que "estamos encantados de anunciar nuestra alianza con Etihad para ser su proveedor exclusivo de movilidad a nivel global". "Se trata de un acuerdo de gran alcance con magníficas oportunidades en todas las áreas dentro de Etihad Aviation Group. Además de ofrecer acuerdos en alquileres de coches de Avis Budget Group, también ofreceremos campañas conjuntas con hoteles, oficinas de turismo



Representantes de Avis Budget Group y Etihad Aviation Group.

y tarjetas de crédito", ha añadido.

Por su parte, el vicepresidente de Asociaciones Comerciales de Etihad Airways, Yasser Al Yousuf, ha señalado que "estamos muy contentos de embarcarnos en esta nueva aventura con Avis Budget Group. Gracias a este acuerdo de colaboración, ofreceremos a nuestros pasajeros una experiencia de viaje sin sorpresas de puerta a puerta". Además, Al

Yousuf ha indicado que "hemos escogido Avis Budget Group como nuestro socio exclusivo por la amplia gama de su flota de vehículos y su alcance global, que se adapta a las necesidades de nuestros viajeros y juega un papel fundamental en nuestra campaña 'Choose Well', que tiene como objetivo animar a nuestros clientes a tomar sus propias decisiones".

✉ www.norwegian.com

# TurNexo

100% Agentes

*Madrid*

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

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

Martes 30 de Abril de 2019  
**HOTEL MAYORAZGO**

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXOTUR**

ORGANIZADOR POR  
**Nexopublic**  
CONSULTING



# CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00  
☎ 91 369 18 39  
Lope de Vega, 13  
28014 Madrid

## EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

| MAYORISTAS                         | CONDICIONES ESPECIALES                                                                                                                           | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES                                                                                                         | VIGENCIA   | CONTACTO                         | TELÉFONO / FAX                                          |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------|
| GUAMA                              | Descuento del 20% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.                                                                     | Descuento válido para I aprogramación de los folletos de Cuba América                                                                          | Abierto    | Ventas Madrid                    | ☎ 917823787<br>☎ 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<br>☎ 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.accorhotels.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<br>☎ 952 54 15 43 | ☎ 956 66 04 08<br>☎ 956 65 49 01                        |
| OCA HOTELS                         | Consultar condiciones especiales en cda uno de los hoteles de la cadena.                                                                         | Alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad en el momento de efectuar la reserva.                           | 30-12-2014 | En cada hotel                    | Teléfono en cada hotel<br>www.ocabotels.com             |
| PARADORES                          | 50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.                                                                  | Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.                                          | Abierto    | Central de Reservas              | ☎ 91 516 66 66<br>☎ 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<br>☎ 901 10 12 10                        |
| WORLDHOTELS                        | 50% de descuento sobre tarifa oficial en más de de 300 hoteles de todo el mundo en cinco y cuatro estrellas.                                     | Valido excepto durante periodos altos de ocupación y con limitación de habitaciones a tarifa agente/día. Sujeto a disponibilidad.              | 31-12-2014 | Departamento Reservas            | ☎ 900994954 Cod.NTA1<br>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<br>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<br>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<br>'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<br>☎ 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<br>www.santacecilia.com                  |
| SEGUROS                            | CONDICIONES ESPECIALES                                                                                                                           | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES                                                                                                         | VIGENCIA   | CONTACTO                         | TELÉFONO / FAX                                          |
| ERVEUROPEASEGUROSDEVIAJE           | 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<br>☎ 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                                          |

# 100% Agentes **TurNexo** *Valencia*

¿Quieres presentar tu producto  
a agentes de viajes de Valencia?  
—Participa como Expositor.  
Info: [TurNexo@TurNexo.com](mailto:TurNexo@TurNexo.com)

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

Martes 7 de Mayo de 2019  
**NUEVA SEDE**  
**HOTEL EXPO VALENCIA**

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXOTUR**

ORGANIZADOR POR  
**Nexopublic**  
CONSULTING



# HOTELERIA

## Accor lanza Tribe con diez hoteles en desarrollo y casi 50 en negociación

Otras diez aperturas ya están programadas para el 2022 en Europa y Asia Pacífico, con más de 1.700 habitaciones

Tras el éxito de JO & JOE y las asociaciones con 25Hours, Mama Shelter y, más recientemente, SBE Entertainment (incluidas las marcas De-

lano, SLS, The House of Originals, Mondrian y Hyde), Accor continúa con el desarrollo de su ecosistema de estilo de vida con el lanzamiento de

Tribe en el segmento *midscale*. Con la nueva marca busca sorprender a los viajeros con una oferta que se centra en el estilo más que en el precio.

La nueva marca de Accor, Tribe, se ha creado como respuesta a que, más que nunca, los viajeros buscan una experiencia hotelera de alta calidad a un precio asequible. Con un modelo único y flexible, el nuevo concepto Tribe se dirige a una clientela internacional de viajeros habituales y da la bienvenida a los viajeros frecuentes al proporcionarles todo lo que necesitan en espacios vibrantes, centrados en un vestíbulo acogedor y habitaciones que ofrecen la máxima comodidad y las últimas tecnologías.

Tras el éxito de JO & JOE y las asociaciones con 25Hours, Mama Shelter y, más recientemente, SBE Entertainment (incluidas las marcas Delano, SLS, The House of Originals, Mondrian y Hyde), Accor continúa con el desarrollo de su ecosistema de estilo de vida con el lanzamiento de Tribe. La nueva marca consta actualmente con un establecimiento (con 126 habitaciones) junto al jardín botánico en Kings Park, Perth (Australia), uno de los parques urbanos más grandes del mundo. Otras diez aperturas ya están programadas para el 2022 en Europa y Asia Pacífico, con un

total de más de 1.700 habitaciones. Tribe ha sido diseñado para atraer no solo a los clientes, sino también a los propietarios e inversores, ya que es un producto que garantiza rendimientos financieros superiores gracias a una mejor percepción de los clientes basada en espacios y servicios económicos.

El director de Desarrollo de Accor, Gaurav Bhushan, ha subrayado que "la cartera de más de 50 hoteles que se están negociando actualmente para los próximos años nos lleva a creer que la marca Tribe logrará un crecimiento significativo en todo el mundo, incluso en lugares de entrada como París, Londres, Singapur, Dubái o Bangkok". "Tribe estará haciendo su debut en 150 destinos internacionales para el 2030", asegura.

### Experiencia multifacética

A los clientes se les ofrece una experiencia multifacética basado en un diseño inteligente, una colección artística, un servicio enfocado a lo esencial y en experiencias y expectativas. En Tribe, el diseño encuentra su expresión más allá de los detalles.



A los clientes se les ofrece una experiencia multifacética.

En cada espacio y en cada servicio, se ha prestado especial atención a la facilidad de uso sin pasar por alto el estilo o la comodidad.

Por otro lado, el estilo moderno se complementa con objetos artísticamente diseñados que dan la percepción de un espacio exclusivo. Además, en sus habitaciones, los clientes contarán con almacenamiento debajo de la cama, tendrán la oportunidad de relajarse frente a la Smart TV o disfrutar de una du-

cha con los productos profesionales Kevin Murphy. Las cápsulas de café Nespresso y las bolsas de té T2 se proporcionan de forma gratuita y una estación de Grab & Go. Por último, los hoteles Tribe combinan cocina auténtica y responsable y están comprometidos a utilizar productos de temporada; y los servicios de alquiler de bicicletas, gimnasio, áreas de trabajo conjunto y excelentes ofertas de ocio de la ciudad estarán disponibles a un precio asequible.

## Bestprice mejora un 43% su Ebitda en el ejercicio de 2018

Hoteles Bestprice ha finalizado el ejercicio de 2018 con una subida del Ebitda del 43% hasta los 193.000 euros, dejando atrás los percances políticos de los últimos tiempos en la ciudad de Barcelona. Las ventas brutas en el citado período superan el 1.500.000 euros. Las perspectivas para el nuevo año apuntan a un nuevo récord en los niveles de ingresos y beneficios para la compañía.

La compañía hotelera está estudiando distintas opciones de financiación para su expansión nacional y cuenta con una estimación en su valoración de 23 millones de euros. Además está inmerso en un proceso de captación de nuevos inversores que le proporcionará una inyección de recursos para acometer nuevos proyectos hoteleros.

El presidente de Hoteles Bestprice, Oscar Sánchez, ha comentado que "nuestro modelo de hotel urbano está funcionando muy bien y entramos en una fase ilusionante con nuevas formas de financiación para la expansión". "Queremos crecer más y esperamos contar con el



Hotel Bestprice Gracia.

apoyo financiero de la comunidad para crear nuevos establecimientos hoteleros en España", concluye.

Hoteles Bestprice es una nueva cadena *boutique* hotelera que irrumpe en el mercado de la restauración hotelera con un atractivo modelo de crecimiento para inversores. Dispone de dos establecimientos *boutique*, Bestprice Diagonal y Bestprice Gracia, ambos en la ciudad de Barcelona.

## Paradores arranca el ejercicio de 2019 con sus mejores cifras

Paradores de Turismo ha arrancado el año con la mejor cifra de ingresos desde 2008. Esta mejora se refleja tanto en los ingresos totales como en el índice de ocupación, el ingreso medio por habitación, los ingresos en restaurantes y otros servicios.

Los ingresos totales se han acercado a los 25 millones de euros. De esa cantidad, más de 12 millones corresponden a ingresos por hospedaje, mientras que los ingresos de los restaurantes de Paradores han superado los 11 millones. El índice de ocupación, en plena temporada baja, ha alcanzado el 49,3%.

El presidente y consejero delegado de Paradores, Óscar López, asegura que "es una enorme satisfacción comprobar que el trabajo de todo el equipo de Paradores está logrando estos excelentes resultados en temporada baja". "Estamos seguros de que el resto del año irá todavía mejor", confirma. Por su parte, el director comercial de Paradores,



La ocupación ha sido casi del 50%.

José Carlos Campos, explica que "el éxito del arranque de año se debe, en primer lugar, al aumento en el segmento de grupos, fundamental en temporada baja". "También al incremento de los viajes corporativos gracias al aumento de ofertas en Paradores estratégicos y, por supuesto, a los Amigos de Paradores, que han respondido con mucha fidelidad a las promociones", concluye.

### ■ PRODUCTO

## El nuevo hotel NH Collection Valencia Colón abre sus puertas

El recién inaugurado hotel NH Collection Valencia Colón, con cuatro estrellas, acaba de abrir sus puertas y lo hace con dos propuestas gastronómicas destacadas: el restaurante Sonata 32 con una carta basada en los pescados de lonja y productos locales firmada por el chef Carlos Monsonis y el espacio de coctelería Caracaraen el que se ofrecen las creaciones del mixólogo Diego Cabrera. El hotel, situado en pleno centro de la capital del Turia, se encuentra en un edificio construido entre 1870-1880 y cuenta con 47 habitaciones con influencia a nivel de decoración de Francia, Reino Unido e India.

## Christie & Co ya ha concluido el traspaso del Hotel Piñamar

Christie & Co ha asesorado en el traspaso del Hotel Piñamar, ubicado en Santander. Se trata de un establecimiento hotelero de categoría tres estrellas y 34 habitaciones completamente equipadas y ubicado estratégicamente junto a la estación de tren y próximo al Centro Botín y al centro de la ciudad. Las habitaciones están totalmente equipadas y disponen de baño completo. Además, el establecimiento cuenta también con un amplio comedor con capacidad para 52 comensales, cafetería con acceso desde el exterior y sala de estar (juegos, televisión y dos ordenadores con acceso a Internet).

## La cadena Vincci Hoteles celebra su mayoría de edad

Vincci Hoteles cumple 18 años. Desde que nació, ha ido creciendo hasta constituir un portafolio de 38 hoteles de cuatro y cinco estrellas repartidos entre España, Portugal y Túnez, con alojamientos sorprendentes capaces de ofrecer una experiencia completa adaptada a cada huésped. Vincci Hoteles celebra su mayoría de edad con el objetivo de mantenerse y crecer como uno de los grandes referentes del Sector, gracias a la previsión de nuevos proyectos y un aumento en su facturación hasta los 154,6 millones de euros obtenidos en 2018. Liderada por la familia Calero, desde sus inicios la innovación ha sido uno de los pilares.

# Los hoteles de Barcelona alertan de la caída del Turismo de negocios en la ciudad

La ocupación en los hoteles de Barcelona se ha situado en un 80% el año pasado, muy similar a la de 2017

La ocupación en los hoteles de Barcelona se ha situado en 2018 en un 80%, muy similar a la de 2017, y el precio medio de las habitaciones ha

caído de media seis euros, que representa un 4% menos que el año anterior, quedando en 132,5 euros. "En general el año 2018 ha sido

malo, pero menos débil del que habíamos previsto inicialmente", ha aclarado el presidente del Gremi d'Hotels de Barcelona, Jordi Clos.

El Gremi d'Hotels de Barcelona ha hecho balance de la actividad turística y hotelera de la ciudad en 2018 alertando de la caída del Turismo de negocios, que está teniendo un impacto directo sobre los resultados del sector hotelero. Su presidente, Jordi Clos, ha reclamado un esfuerzo conjunto para recuperar este sector estratégico para la ciudad condal.

"El equilibrio 50-50 de los últimos años entre el Turismo de ocio y el de negocios se ha perdido", ha asegurado Clos. "Entre todos nos tenemos que esforzar para recuperar este Turismo de negocios perdido porque este segmento es estratégico para Barcelona", ha añadido el presidente de los hoteles de la capital catalana, destacando, además, su importancia por su contribución económica y desestacionalización de la actividad turística.

Las previsiones del Gremi d'Hotels de Barcelona sobre el Turismo de negocios en la ciudad no mejoran para 2019 y 2020. Clos ha explicado que este sector se verá aún afectado por la marcha de grandes

empresas que, como consecuencia, dejarán de organizar sus reuniones en la ciudad y, por tanto, no harán reservas de habitaciones ni de espacios.

## Un Turismo de calidad

La ocupación en los hoteles de Barcelona se situó en un 80% el año pasado, muy similar a la de 2017, y el precio medio de las habitaciones cayó de media seis euros, que representa un 4% menos que el año anterior, quedando en 132,5 euros. La repercusión de esta caída fue especialmente destacada en las categorías hoteleras altas. "En general el año 2018 ha sido malo, pero menos débil del que habíamos previsto inicialmente", ha aclarado Jordi Clos.

En cuanto a las previsiones del Gremi sobre el Turismo en la ciudad condal, Clos ha indicado que 2019 ha comenzado con la tendencia positiva que se inició en diciembre de 2018, aunque ha alertado que "hay síntomas de una desaceleración del crecimiento de la actividad turística, que desde el Gremi consideramos que tenemos que combatir con



Apuestan por un Turismo de calidad y no solo aumentar el número de visitantes.

una clara apuesta para recuperar la calidad del Turismo que teníamos e incrementar notablemente el gasto que este hace en la ciudad".

Jordi Clos ha recordado la importancia de tener claro qué tipo de Turismo se quiere para Barcelona. Para él —y para los hoteleros—, hay que centrar los esfuerzos en "mejorar la calidad y el perfil del Turismo" y no en "aumentar el número de

visitantes". En este sentido, ha resaltado el trabajo del Ayuntamiento de Barcelona erradicando los pisos turísticos ilegales, sin embargo, muchos de ellos se han convertido en hogares compartidos, otra modalidad no regulada y que también lleva consigo peligros para la calidad turística. "Solicitamos una regulación real de estas nuevas modalidades", ha exigido Clos.

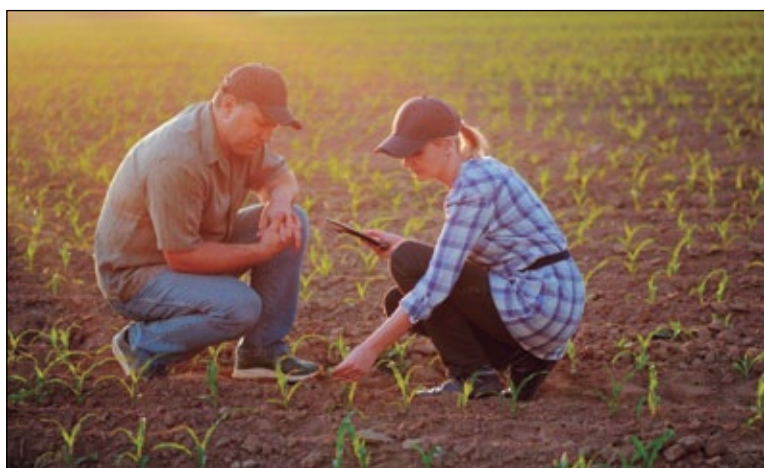
## El Turismo rural, una oportunidad para las mujeres emprendedoras

El 58% de los establecimientos rurales está gestionado por mujeres

El 58% de los establecimientos rurales está gestionado por mujeres mayores de 50 años frente al 42% de hombres, según el Observatorio de Turismo Rural 2019 (OTR) de EscapadaRural.com. El paro se ceba con la mujer en general, pero de forma particular con la mujer rural al situarse en el 42%, cuatro puntos más alta que la tasa media de desempleo de las mujeres en toda España. Por lo que, ante este panorama, el Turismo rural pone el contrapunto.

Aunque la mujer siempre ha trabajado en el campo, en muchas ocasiones ese trabajo ha sido invisible y no ha tenido la consideración de empleo, sino que "ha pasado a entenderse como algo obligado a desempeñar, ejerciendo de ayuda familiar en las explotaciones familiares agrarias", explica la presidenta de la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (Fademur), Teresa López.

En los pueblos de menos de 20.000 habitantes viven siete millones de mujeres, muchas de ellas situadas bajo el prototipo de amas de casa cuando su participación en las tareas del campo ha sido similar a las del hombre. Desde EscapadaRural.com, el responsable de prensa, Empar Baños, sostiene que "el Turismo rural es una oportunidad para las



El Turismo rural contribuye a poner freno al ya acusado éxodo femenino.

mujeres emprendedoras, que son las que en la mayoría de los casos se hacen cargo de este tipo de negocios".

## El Turismo rural, un revulsivo

El Turismo rural contribuye a poner freno al ya acusado éxodo femenino y elevada tasa de paro. Las mujeres en el campo están encontrando en la gestión de establecimientos rurales un importante nicho de empleo que inclina la balanza a su favor.

Fademur, que acaba de poner en marcha Ruralivity, una lanzadera

de emprendedoras, asegura que el 10% de los proyectos que reciben están vinculados a este Sector. Según explica Teresa López, todo apunta a que en los próximos años las mujeres del campo continuarán apostando por el Turismo rural, un Sector cada vez más diversificado. "Cada día más propietarias están aprovechando las oportunidades que les ofrece el entorno para organizar rutas, catas, poner en marcha talleres, etcétera, vinculadas con otro tipo de experiencias que enriquezcan la estancia en casas rurales", apunta la presidenta.

## Fevitur alerta sobre la nueva ley turística de Canarias

La Federación Española de Asociaciones de Viviendas y Apartamentos Turísticos (Fevitur) alerta que la reforma de la ley de renovación y modernización turística de Canarias "vulnera competencias y supone un expolio a los derechos de los propietarios de viviendas vacacionales".

La nueva ley prohíbe el alquiler por largas temporadas en los complejos de apartamentos, pone trabas al alquiler solo de habitaciones, impone que las comunidades de vecinos deban aceptar por mayoría el alojamiento o establece que sea la empresa y no el turista la que deba hacerse responsable de garantizar el respeto a las normas de la comunidad y de las infracciones cometidas por estos últimos. En todos los casos, reflexiona el presidente de Fevitur, Tolo Gomila, "la nueva proposición de ley contradice las últimas resoluciones del Tribunal Supremo y se extralimita con competencias que nos le pertenecen". Denuncia que "la ley se ampara en el interés general y en la falta de vivienda asequible", pero los datos demuestran que el total de viviendas vacacionales en el archipiélago representa solo el 3% del total de viviendas.

## PRODUCTO

### Nuevo hotel 'bleisure' de Meliá en Vietnam a partir del mes de mayo

Meliá Hotels International ha anunciado la firma del Meliá Ninh Binh en Vietnam, un nuevo hotel en el continente asiático con el que consolida su presencia en uno de los mercados turísticos más importantes del sudeste asiático, donde suma ya seis hoteles operativos y cuenta con otros siete en proceso de apertura. Bajo este nuevo acuerdo, comenzará a operar en mayo el actual The Reed Hotel, que pasará a convertirse a la marca Meliá Hotels & Resorts en enero de 2020, una vez se haya adaptado a todos sus atributos más actuales. Para la compañía, esta incorporación refuerza su posicionamiento en el segmento *bleisure*, nicho objetivo para la marca.

### The Originals Human Hotels & Resorts ha abierto un hotel en París

The Originals, Human Hotels & Resorts refuerza su presencia en Francia con la apertura de su primer hotel de propiedad en París: el Hotel The Originals Paris Maison Montmartre. Esta apertura responde a la intención del grupo francés de impulsar su nueva marca en la capital europea, y supone una aventura financiera participativa sin precedentes que demuestra su capacidad para unir sinergias entre sus hoteles asociados. El hotel de cuatro estrellas es un conjunto inmobiliario que reagrupa varios usos en el seno de un complejo hotelero: 185 habitaciones y salas de reuniones (6.016 metros cuadrados), un restaurante (318 metros cuadrados), la sede del grupo (812 metros cuadrados) y 32 plazas de *parking*.

### Barceló Raval adquiere saunas finlandesas de la marca Saunas Durán

Barceló Raval busca transmitir la esencia de una de las ciudades más cosmopolitas del Mediterráneo y, por ello, se alza junto al dinamismo de las Ramblas y cercano a emblemas como plaza Cataluña, el teatro Liceu, el mercado de la Boquería o la Catedral. Junto a su innovador *lobby* y su terraza con vistas a la ciudad, destaca su oferta gastronómica gracias a su B-Lounge, con tapas de diseño, cócteles y *brunch*. En la zona *spa* del hotel, Saunas Durán ha tenido la oportunidad de colaborar en la ampliación de la zona *wellness* con la instalación de saunas finlandesas de uso público fabricadas a medida. Las saunas se han complementado con cromoterapia en su interior, para crear un ambiente de relajación.

# 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<br>Génova, 16 MADRID                                        | ☎ 902-101049-91-7004421<br>Fax 91-3196786 |
| ALONDRA/CALIPSO VACACIONES<br>Avda. Real Academia de Medicina, 1º MURCIA | ☎ 902-355444/968-355444<br>Fax 902-355443 |
| TUI SPAIN<br>Mesena, 22, 2º MADRID                                       | ☎ 91-7597125<br>info@tuispain.com         |
| AÑOS LUZ SA<br>San Bernardo, 97-99 MADRID                                | ☎ 91-4451145-902-101202<br>Fax 91-5939181 |
| AÑOS LUZ SA<br>Berastegui, 4 bajo I BILBAO                               | ☎ 94-4242215-902-101404<br>Fax 94-4235593 |
| A SU AIRE<br>Morera, 12 esq. a Zarza C. REAL                             | ☎ 926-274157/226259<br>Fax 926-226334     |
| CONDOR VACACIONES<br>Pedro Villar, 12 MADRID                             | ☎ 91-5674242-5674200<br>Fax 91-5674263    |
| COSTA CRUCEROS<br>Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID                   | ☎ 91-5558550<br>Fax 91-5564770            |
| COSTA CRUCEROS<br>Valencia, 245 2º 3 BARCELONA                           | ☎ 93-4875685<br>Fax 93-4874770            |
| DIMENSIONES<br>Mahonia, 2 MADRID                                         | ☎ 91-5310607<br>Fax 91-5214254            |
| DIMENSIONES<br>Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA                     | ☎ 91-5310607<br>Fax 91-5214254            |
| DIAS LIBRES<br>Lagasca, 120 Of. 1 MADRID                                 | ☎ 91-7451111<br>Fax 91-5614469            |
| ENTORNO NATURAL.COM<br>Diputacio, 238 BARCELONA                          | ☎ 93-4827100<br>Fax 93-4827131            |
| EXPO MUNDO<br>Diputacio, 238 BARCELONA                                   | ☎ 93-4827100<br>Fax 93-4827131            |
| HOTELPLUS<br>Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES               | ☎ 902 358358/91-7244747<br>Fax 91-6549977 |
| HOTEL PLAYA VIAJES<br>Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA               | ☎ 93-425.30.66<br>Fax 93.425.38.07        |
| HOTEL PLAYA VIAJES<br>Silva, 2 6º 2ª MADRID                              | ☎ 91-5427933<br>Fax 91-5422071            |
| HVALATRAVEL.COM<br>Diputacio, 238 BARCELONA                              | ☎ 93-4827100<br>Fax 93-4827131            |
| INTERMUNDOS<br>Fuencarral, 9 1ºB MADRID                                  | ☎ 91-5320413<br>Fax 91-5221241            |
| MSC CRUCEROS<br>Arequipas, 1 MADRID                                      | ☎ 91 308308<br>Fax 91-3821664             |
| MUNDICOLOR<br>Mahonia, 2 MADRID                                          | ☎ 902-361926<br>Fax 93-4827131            |
| NIZA TOURS-VIAJES NIZA<br>Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)    | ☎ 902-995950<br>Fax 922-793868            |
| NO MÁS FRONTERAS.COM<br>Diputacio, 238 BARCELONA                         | ☎ 902-510120<br>Fax 91-4568686            |

|                                                                  |                                            |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| NUESTROS CAMINOS<br>C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID                  | ☎ 91-5472509<br>Fax 91-5471792             |
| OKATOUR<br>Albasanz, 16 4º MADRID                                | ☎ 91-1417960/61<br>Fax 91-1417895          |
| ORBIS<br>Av. Doctor Arce, 25 MADRID                              | ☎ 91-5612373<br>Fax 91-5614242             |
| POLITOURS<br>San Bernardo, 17 MADRID                             | ☎ 91-5416200/902-877778<br>Fax 91-5597889  |
| POLITOURS<br>Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA                    | ☎ 93-3175099/902-877778<br>Fax 93-3181683  |
| POLITOURS<br>Av. Gasteiz, 53 VITORIA                             | ☎ 945-245500/902-877778<br>Fax 945-3220396 |
| POLITOURS<br>Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA                        | ☎ 96-3944004/902-877778<br>Fax 96-3944618  |
| POLITOURS<br>C/Imáns Suárez Ferrín, 4B CULLEREDO (A CORUÑA)      | ☎ 981-654801<br>Fax 981-651467             |
| PORTUGAL TOURS<br>C/ Princesa 90,2º, 2 MADRID                    | ☎ 91-5484600<br>Fax 91-5419826             |
| PROTEL<br>Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID                     | ☎ 91-5096101-902-196100<br>Fax 91-3729198  |
| SOLAFRICA<br>Federico Salmón, 1 MADRID                           | ☎ 91-3532740<br>Fax 91-3503896             |
| SOLPLAN-TOURNEE<br>Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA   | ☎ 971-070435<br>Fax 971-040466             |
| SOLPLAN-TOURNEE<br>Valencia, 231 2º BARCELONA                    | ☎ 93-5100710<br>Fax 93-4880792             |
| SOLPLAN-TOURNEE<br>Julio Camba, 1 7º MADRID                      | ☎ 91-2960101 / 902239644<br>Fax 91-3612578 |
| SOLPLAN-TOURNEE<br>Luis Vives, 7 VALENCIA                        | ☎ 96-3944625<br>Fax 96-3942381             |
| TOURALP<br>Príncipe de Vergara, 47 MADRID                        | ☎ 91-5768445<br>Fax 91-4359088             |
| TOURING CLUB<br>Gran Vía, 81 2º BILBAO                           | ☎ 902-100456/94-4277381<br>Fax 94-4206024  |
| TRANSVACACIONES<br>Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES | ☎ 902 164102/91-7242422<br>Fax 91-6239817  |
| TRAPSATUR<br>San Bernardo, 5 MADRID                              | ☎ 902-211024 91-5480000<br>Fax 91-5427855  |
| TRAVELPLAN<br>Carretera Arenal – Lluçmajor km, 21,5 Lluçmajor    | ☎ 971-178100<br>Fax 902 354355             |
| TURAVIA CLUB<br>Edf. Barajas C/ Trespaderne 29, 4º MADRID        | ☎ 91-3297515<br>Fax 91-3297515             |
| TURVISA<br>San Bernardo, 5-7 MADRID                              | ☎ 91-5419210 902-234353<br>Fax 91-5416174  |
| UNIPLAYAS<br>C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS             | ☎ 952-378646<br>Fax 952-375372             |
| UNIPLAYAS<br>Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA                  | ☎ 93-4905450<br>Fax 93-4906479             |
| UNIPLAYAS<br>C/ Cartagena, 27 Enpta. Izq. MADRID                 | ☎ 91-5401840<br>Fax 91-5401841             |

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

## Compañías

## Aéreas

|                                                            |                                           |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| AEROMEXICO<br>Cedaceros, 10, 6º drcha MADRID               | ☎ 900 995 282<br>Fax 91-5481527           |
| ALITALIA<br>Pl. España, 12-1º (ofic.B) MADRID              | ☎ 902-100323<br>Fax 91-4416041            |
| ALITALIA<br>Av. Diagonal, 403 BARCELONA                    | ☎ 902-100323<br>Fax 93-4158379            |
| AIR EUROPA<br>Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA     | ☎ 971-178100<br>Fax 971-178360            |
| AIR SPAIN BROKER<br>Almagro, 19, Madrid                    | ☎ 91-3083444<br>Fax 91-3198440            |
| FINNAIR<br>Tarragona, 161, 15º BARCELONA                   | ☎ 901888126<br>Fax 901888128              |
| FLYTUR AIR MARKETING<br>Luisa Fernanda, 2 MADRID           | ☎ 91-5421323<br>Fax 91-5423710            |
| IBERIA<br>Velázquez, 130 MADRID                            | ☎ 91-5878787-5877592<br>Fax 91-5877592    |
| LAN<br>Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID                   | ☎ 91-4544140<br>Fax 91-5560933            |
| LOT<br>Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID                       | ☎ 91-5481373/91-5487353<br>Fax 91-5595365 |
| AMERICAN AIRLINES<br>Plaza del Callao, 5 - planta 8 MADRID | ☎ 902-011737                              |

## Compañías

## Marítimas

|                                                        |                                             |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| BALEARIA<br>Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE      | ☎ 902-160180<br>Fax 96-5787605              |
| COSTA CRUCEROS<br>Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID | ☎ 91-5558550<br>Fax 91-5564770              |
| COSTA CRUCEROS<br>Valencia, 245 2º 3 BARCELONA         | ☎ 93-4875685<br>Fax 93-4874770              |
| CRUISIEUROPE<br>C/General Oraa, 5, 1ºMADRID            | ☎ 91-2952477<br>✉ reservas@croisieurope.com |
| EUROFERRYS<br>Estación Marítima ALGECIRAS              | ☎ 956-651178-507070<br>Fax 956-653379       |
| P&O PORTSMOUTH<br>Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO         | ☎ 94-4234477<br>Fax 94-4235496              |
| SPANISH CRUISE LINE<br>Alcalá, 54 MADRID               | ☎ 91-5317102<br>Fax 91-5230612              |
| ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA<br>www.trasmediterranea.es    | ☎ 902-454645                                |
| VISION CRUCEROS<br>www.visioncrueros.com               | ☎ 91-7896400<br>☎ 91-3107215                |

## Ferrocarril

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

## Alquiler de

## Automóviles

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

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

## Centrales de

## Reservas

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

## Organismos

|                                                                      |                                |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| GRUPO STAR<br>Luisa Fernanda, 12 MADRID                              | ☎ 91-5502160<br>Fax 91-5432689 |
| INFOASTURIAS<br>Pza. España, 5 1º OVIEDO                             | ☎ 902-300022<br>Fax 985-273487 |
| INST.BALEAR PROMOCION TURIST.<br>Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA | ☎ 971-176191<br>Fax 971-176185 |
| UNAV (Unión de Agencias de Viajes)<br>Rosario Pino, 8 3ºB MADRID     | ☎ 91-5796741<br>Fax 91-5799870 |

## Transporte

## por Carretera

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

## Servicios

|                                             |                                          |
|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| AMADEUS<br>Salvador de Madariaga, 1 MADRID  | ☎ 91-5858681-5858682/3<br>Fax 91-5858680 |
| WORLDSPAN<br>Jaquín Costa, 15-1 2º 1 MADRID | ☎ 91-4118324<br>Fax 91-5626650           |

## Cadenas

## hoteleras

|                                                                  |                                           |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| BEST WESTERN<br>Av. General Perón, 26 – Esc. 1º – 7º Dcha MADRID | ☎ 900-993900-91-5614622<br>Fax 91-5618620 |
| CONFORTEL HOTELES<br>Av. Burgos, 8 A 15º MADRID                  | ☎ 902-424242<br>Fax 91-3831743            |

**POSITIVO FRANCÉS NATIVO**  
**ANGLORICANO: GLOBISH**  
**SPANISH**  
**COACH**  
**Busqueda activa de EMPLEO**

Excelente **PROFESOR** Management y Marketing  
**ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE**  
**Suiza** (”La primera del mundo”)  
**Centro de Estudios Turísticos Cuba**  
**Escuela OFICIAL de Turismo Madrid**  
**Shanghai Institute of Turism Shanghai**  
**Normal University China**  
**GARANTIZO RESULTADOS**

**GRATIS** 1ª hora

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

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

**¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?**

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

**¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?**

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

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

**NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN**



Consúltenos cualquier duda sobre su situación. Para más información sobre nuestros servicios y productos, visite nuestra página web: [www.mesoneroromanos.com](http://www.mesoneroromanos.com)

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

☎ 91 369 41 00  
✉ 91 369 18 39

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

NEXOTUR

# TurNexo

100% Agentes

*Euskadi*

¿Quieres presentar tu producto  
a agentes de viajes de Bilbao?  
—Participa como Expositor.  
Info: [TurNexo@TurNexo.com](mailto:TurNexo@TurNexo.com)

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

Jueves 9 de Mayo de 2019  
**GRAN HOTEL DOMINE**

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXOTUR**

ORGANIZADOR POR  
**Nexopublic**  
CONSULTING



# Pocos cambios en la nueva página compatible de Advantage Rent a Car

El nuevo diseño de la página web de Advantage mantiene, con muy pocos cambios respecto a la última versión analizada, un sistema semejante de información y reservas de coches, pero que no es válido para las agencias, para las que anuncia otra web.



La empresa americana de alquiler de vehículos **Advantage** presenta una nueva versión de su web que, con nuevo diseño compatible y manteniendo las mismas versiones en castellano, inglés, portugués y japonés, ofrece una funcionalidad muy semejante que permite una completa gestión de reservas de coches de alquiler en gran parte del mundo —no disponible para las agencias—, para lo que ofrece una relación y una amplia descripción de sus delegaciones por país y estado o localidad. También incluye la posibilidad de acceso posterior para la cancelación de la reserva.

| INFORMACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                         | RESERVA                                                                                                                                                                                                                                                                                  | GENERAL                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mantiene, con algunos cambios en la presentación, la relación de sus delegaciones en Estados Unidos y otros países, con sus características y plano de situación, así como la relación de vehículos disponibles, su precio y una descripción limitada del vehículo. | Dispone de un completo sistema de reservas de vehículos y de algunas opciones, de fácil uso pero no disponible para las agencias de viajes, para las que anuncia otra web. Permite el pago a la recogida o en la reserva con un descuento y permite la consulta y la cancelación online. | También mantiene un área con información sobre la empresa, las características de sus servicios y su política de privacidad, así como una página de gestión de empleo, información sobre su programa Expressway, y sobre Advantage Corporate con un formulario de alta. |
| ▲ <b>Lo Mejor</b> / Facilidad de Uso                                                                                                                                                                                                                                | ▼ <b>Lo Peor</b> / Gestión Agencias                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Sigue siendo, con algunos cambios en su diseño, una página fácil de utilizar desde cualquier tipo de terminal.                                                                                                                                                      | Sigue sin contemplar la reserva desde las agencias de viajes, pero indica que hay otra web para su gestión.                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                         |

| ADVANTAGE / Rent a Car         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|--------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Ponderación de los Valores     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| Peso                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 10 DISEÑO                      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 10 FACILIDAD                   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 8 ROBUSTEZ                     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 10 VELOCIDAD                   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 6 % DEL PRODUCTO               |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 8 ACTUALIZACIÓN                |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 8 CALIDAD INFORMACIÓN          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 10 COBERTURA PRODUCTO          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 6 IDIOMAS                      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 10 GESTIÓN DE RESERVAS         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 10 CONFIRMACION INMEDIATA      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 6 INFORMACION POSTERIOR        |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 10 GESTION ESPECIFICA AGENCIAS |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |

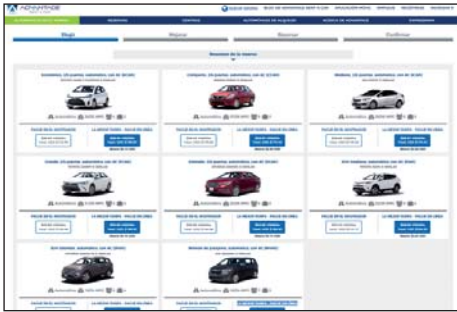
**EVALUACION NEXOTUR.COM**

La nueva versión de la web de Advantage, a pesar de que mantiene para cualquier tipo de terminal un diseño muy amigable, sigue ofreciendo muy poco interés a los profesionales de Turismo, ya que para la gestión de reservas desde agencias de viajes indica que hay otra página.

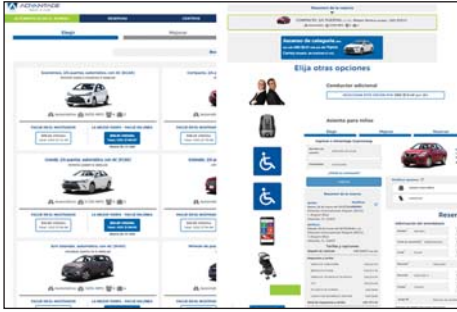
7.3



**Entrada** / En el nuevo formato presenta en la primera parte de la pantalla, dos líneas de acciones y el área de selección para reserva.



**Producto** / Mantiene la Información sobre sus delegaciones y sus vehículos, y añade un área express y otra corporativa.



**Reserva** / Dispone de un sencillo sistema de reservas con acceso y cancelación online no disponible para las agencias.

# Palexco presenta una nueva versión compatible de su página en Internet

La nueva versión de la página web de Palexco ofrece, desde cualquier tipo de terminal, su información sobre espacios, eventos y servicios, aunque ya no ofrece sus tarifas de alquiler de espacios y de servicios que existían en la versión anterior.



El **Palacio de Exposiciones y Congresos de A Coruña** presenta una nueva versión responsive de su 'sitio' en Internet en la que ofrece, únicamente en castellano por el momento, un nuevo diseño de pantallas y de accesos semejante a la versión anterior, en la que ofrece, desde cualquier tipo de terminal, información de sus espacios, a los que ha añadido un completo cuaderno con sus planos y todos las características técnicas, pero sin las tarifas que existían de alquiler de espacios y de algunos servicios. También ofrece un buscador de eventos con acceso a su descripción.

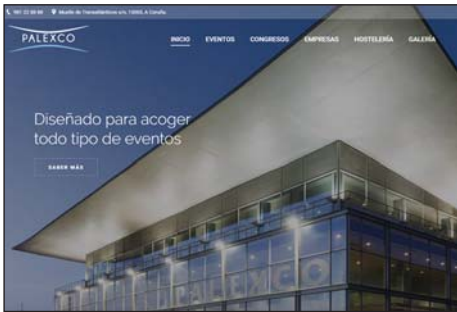
| INFORMACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                           | SERVICIOS                                                                                                                                                                                                                                                                        | EVENTOS                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presenta la descripción del palacio, su plano de situación, los planos de cada planta en PDF y un tablero con sus espacios, desde el que se accede a su descripción, plano, características y capacidad, pero ya no permite descargar sus tarifas de alquiler en PDF. | Ofrece una amplia descripción de sus servicios de catering y muy general de otros servicios sin sus tarifas ni relación de proveedores externos, pero en cada espacio se puede descargar un completo cuaderno de información técnica que enumera todos los servicios que ofrece. | Incluye un completo buscador de eventos que puede presentar como un tablero por mes o como una lista a partir de una fecha, desde las que se accede a una amplia descripción del evento en la que incluye la dirección de la página del organizador y de la del evento cuando existen. |
| ▲ <b>Lo Mejor</b> / Amigable                                                                                                                                                                                                                                          | ▼ <b>Lo Peor</b> / Tarifas                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Con su nuevo diseño y estructura resulta muy fácil acceder a la información sobre el palacio y sus servicios para eventos.                                                                                                                                            | La nueva versión no informa de sus tarifas de alquiler de espacios y servicios que sí había en la versión anterior.                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

| PALEXCO / 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 DE LA INFORMACIÓN  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 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 web de Palexco resulta de menos interés para los organizadores de eventos que la anterior, porque aunque mantiene la información de sus espacios y el formulario para solicitar información o presupuestos, ahora no incluye las tarifas de alquiler de salas y de servicios.

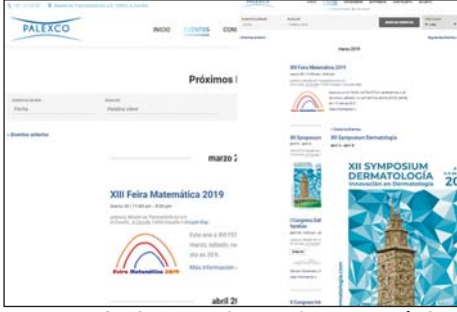
6.5



**Entrada** / Con nuevo diseño y estructura presenta el acceso a todas sus áreas de información y a la descripción de sus espacios.



**Servicios** / Seleccionando un espacio presenta su descripción, plano, capacidades y una galería de fotos.



**Eventos** / Ofrece un buscador paramétrico de eventos con acceso a una amplia descripción y a su página web.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO [www.Nexotur.com](http://www.Nexotur.com)

## Madrid y Barcelona concentran la mayoría de ofertas de empleo para agentes

La **web [www.nexotur.com](http://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'.

■ **Trending Travel Viatges.** Vilassar de Mar (Barcelona). En Trending Travel precisamos incorporar un agente de viajes para nuestra agencia en Vilassar de Mar, a media jornada, con horario y salario a convenir. Sus principales responsabilidades serán la elaboración de presupuestos, tramitación y gestión de reservas, emisión de documentaciones y gestión de incidencias. Requisitos: estudios de Turismo y hostelería, catalán, castellano e inglés. Valoraremos conocimiento de Amadeus, Ofivaje y familiarización con Office.

■ **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: inglés 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 Ofivaje 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.

■ **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, resolutive, 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 (Almería). Incorporación inmediata.

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

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Hoteles de Sol y Playa

↑ H10 Hotels presenta una nueva versión de su página en Internet en la que optimiza su diseño y estructura manteniendo la **información** y las principales características de la versión anteriormente analizada, y su gestión de reservas, disponible para las agencias.

↑ Es una **web de utilidad** para clientes y profesionales de Turismo.

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



<http://www.h10.es>

## Ferries en Europa

↑ La nueva versión de la **web** de la naviera 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 desde las agencias de viajes.

⇒ Su gestión de reservas es **útil**, pero la información es mejorable.

↓ No contempla la gestión de **reservas** desde las agencias.



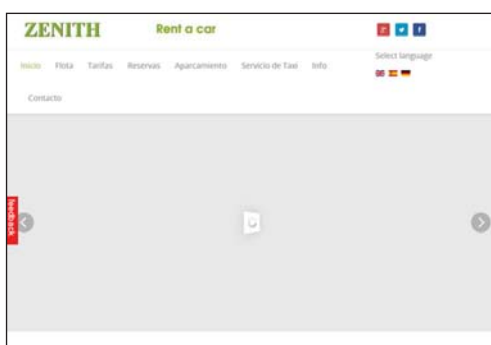
<http://www.poferries.com>

## Rent a Car en Málaga

⇒ Zenith Rent a Car actualiza el diseño de su **web** manteniendo el sencillo acceso a la **información** sobre vehículos en alquiler en la provincia de Málaga, las características de su flota y tarifas por temporada, incluyendo un formulario para la solicitud de reserva.

↓ Por su escaso nivel información y de reserva es de poca **utilidad**.

↓ Para la gestión de **reservas** sólo ofrece un formulario.



<http://www.zenithsl.com>

## Transporte terrestre

↑ Bilman Bus ofrece a clientes y agentes de viajes una completa página en Internet que **informa** sobre sus rutas, oficinas y puntos de parada, y permite crear y mantener reservas de sus trayectos en autocar entre el País Vasco y el levante español.

↑ Es una página de **utilidad** para viajeros y agencias.

↑ Permite a las agencias gestionar sus **reservas**.



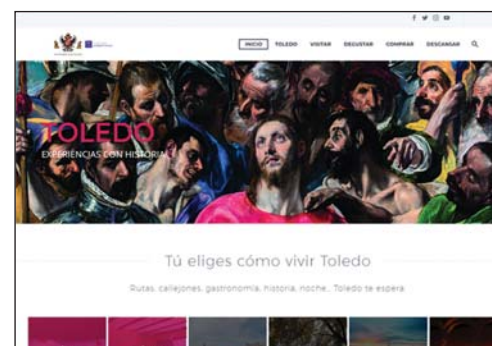
<http://www.bilmanbus.es>

## 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.

↑ Por su amplia información y fácil uso es una **web de utilidad**.

↓ En el área de **reservas** ofrece el enlace con del alojamiento.



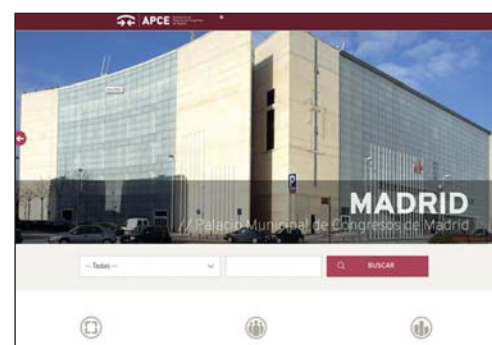
<http://www.turismo.toledo.es>

## Asociación de Palacios

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

↓ Para ser de **utilidad** debería ampliar sus servicios a los socios.

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



<http://www.palacios-congresos-es.com>

## LEGISLACIÓN

## Semana Santa de Almería

✓La Secretaría de Estado de Turismo ha declarado la Semana Santa de Almería como Fiesta de Interés Turístico Nacional, un título honorífico que se otorga a fiestas o acontecimientos de valores culturales y tradición popular con indudable atractivo turístico.

Tras la presentación de la documentación necesaria por parte del Ayuntamiento de Almería, la Secretaría de Estado de Turismo considera que esta celebración reúne todas las características que establece la orden ITC/1763/2006 de 3 de mayo, por la que se regula la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional, en los apartados segundo, tercero y cuarto para la declaración de Fiesta de Interés Turístico Nacional.

Así, en la resolución con fecha del 8 de enero de 2019, acuerda conceder a la Semana Santa de Almería la declaración como Fiesta de Interés Turístico Nacional.

Los ciudadanos almerienses no tardaron en reaccionar reflejando su alegría en las redes sociales.

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

## CURSO

## DIT Academy: 7º curso-crucero

Posibilita que la venta de cruceros de las agencias crezca un 25%

El grupo DIT Gestión, que engloba a más de 850 agencias de viajes independientes, ha organizado la 7ª edición de su curso crucero DIT Academy, que se ha desarrollado del 12 al 15 de marzo, con la participación de la jefa de ventas de la zona norte de MSC Cruceros, Susana Gregorio, junto con responsables de todos los departamentos de DIT Gestión, en el nuevo buque insignia de la compañía naviera, MSC Cruceros.

El punto de partida y de llegada ha sido el mismo que el de la edición anterior, Barcelona. Los participantes, mientras disfrutaban de las ciudades de Marsella y Génova, también aprendían nuevas técnicas de *marketing* que posibilitarán incrementar su negocio en este segmento, empleando las más avanzadas técnicas como el *neuromarketing*, los presupuestos creativos o cómo diferenciarse de la competencia.

Con el objetivo de impulsar el atractivo de los cruceros, el grupo de gestión de agencias de viajes independientes ha formado con técnicas del cono del



aprendizaje, a través de imágenes, películas, exposiciones, viajes, representaciones y experiencias.

## Novedades en la 8ª edición

En relación a las novedades que se introducirán para el curso-crucero del año que viene, DIT Academy también incluirá la nueva normativa de contratos de viajes combinados, el reglamento general de protección de datos (RGPD), así como los últimos desarrollos tecnológicos de DIT Gestión, como las nuevas prestaciones.

## LIBROS

## Nueva Guía Logis 2019

Ofrece 2.200 establecimientos en ocho países.

Logis es la primera cadena de hoteles y restaurantes independientes de Europa, y ha lanzado la nueva edición de su



Guía, que reúne el conjunto de los hoteles restaurantes de la cadena. Los mapas regionales que contiene la guía le permiten organizar itinerarios y localizar fácilmente las localidades donde se encuentran los Logis.

Entre las incorporaciones en la Guía Logis 2019 se encuentran el hotel Mas Falgarona (Avinyonet de Puigventos) y el hotel La Guzman de Ronda (Ronda), y se ha distribuido de forma gratuita en los hoteles restaurantes Logis, las Oficinas de Turismo y la Fédération Internationale des Logis, 83 avenue d'Italie, F-75013 Paris.

## CALENDARIO

## Feria de agencias de viajes

●Del 25 al 29 de marzo de 2019, se celebrará, por primera vez en España, la mayor feria de agencias de viajes, Traveller Made The Essence of Luxury. Esta cita reunirá en Marbella, del 25 al 29 de marzo, a más de 300 agencias de 60 países y cientos de operadores de Turismo de lujo, como hoteles, compañías de yates y jets privados, agencias de viajes personalizados, etc.

El principal patrocinador de este evento es Galería Canalejas y así será durante las tres ediciones que se celebrarán en España. La empresa ha diseñado un espacio informal de *networking* de más de 200 metros cuadrados, que será el punto de reunión y *break time* de los profesionales que asistan.

La celebración del congreso tomará la totalidad de las instalaciones del Palacio de Ferias, que requerirá además del espacio de la parcela anexa al recinto, donde se montará una gran carpa para una zona de comida. Para más información: [www.travellermade.com](http://www.travellermade.com).



# La información profesional no es un juego de niños

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

**Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR**

☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid

E-mail: [atencion-clientes@nexotur.com](mailto:atencion-clientes@nexotur.com) / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid



**De Profesional a Profesional**

## SUBEN

### Albéric Chopelin

Europcar Mobility Group ha anunciado el nombramiento de Albéric Chopelin como director comercial y de atención al cliente, a partir del 15 de abril. Además de su nuevo cargo, se une al consejo de administración del grupo.



### Javier Águila

Apple Leisure Group ha nombrado a Javier Águila presidente de la división de la compañía en Europa con efectos inmediatos. Basado en Palma de Mallorca, se une asimismo al comité ejecutivo de la matriz estadounidense de la compañía.



### Marta Ibáñez

Punta de Mar, la startup que ha ideado, diseñado y desarrollado un innovador concepto de alojamiento flotante y de la que forman parte el equipo de arquitectura Mano de Santo y KM ZERO Open Innovation Hub, ha nombrado a Marta Ibáñez como su nueva CEO.



## SUMARIO

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| Tribuna de Opinión / Claves  | 2     |
| Protagonista / Ara Gala Pin  | 3     |
| Entrevista / Victoria Asensi | 4     |
| Escaparate                   | 5-14  |
| DIT Gestión Informa          | 15-18 |
| Mostrador                    | 19-21 |
| Club                         | 23    |
| Hotelería                    | 25-26 |
| Booking                      | 27    |
| Evaluanet                    | 29    |
| Ofertas de empleo            | 30    |
| Agenda                       | 31    |

DEL 18 AL 24 DE MARZO DE 2019



## BARÓMETRO DE RESULTADOS

## LA SEMANA

### Los pagos por Turismo casi se duplican desde 2012

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. 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%).



SEMANA DEL 25 AL 31 DE MARZO DE 2019

## INDICADOR DE EXPECTATIVAS

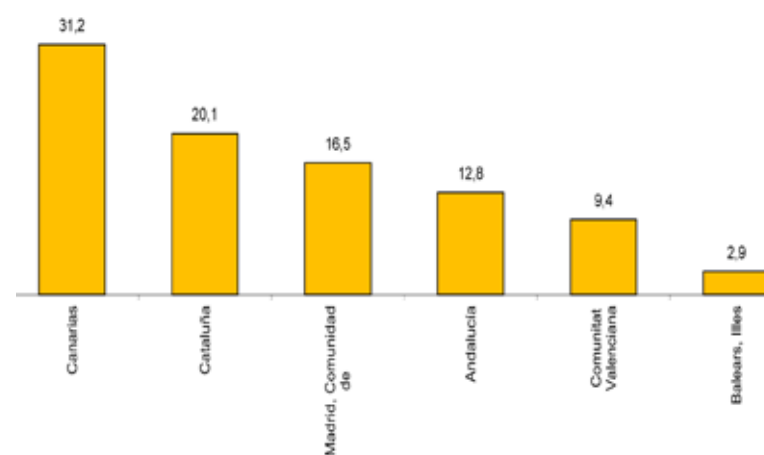
## COYUNTURA

### El gasto en España aumenta casi 4%

Según el estudio Egatur, realizado por el INE, se ha registrado, en el último mes de enero, un incremento de casi cuatro puntos en el gasto de los turistas internacionales en España, respecto al año anterior. El gasto medio por turista se sitúa en 1.117 euros, con un incremento anual del 1,4%. Por su parte, el gasto medio diario ha crecido hasta alcanzar un aumento de un 5%, llegando hasta los 138 euros.

Dentro del gasto en alojamiento, hay un dominio aplastante de los hoteles con un 56,9%, acogiendo a 2.668 millones de turistas en enero de este mismo año. El gasto de los turistas que no viajan con paquete turístico (que representa el 75,4% del total) sube un 7,8% en tasa anual. El de los que contratan paquete turístico disminuye un 7,2%.

### Gasto total según Comunidad autónoma



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

© NEXOTUR

del 20,1% (944 millones de euros) y aumentando un 4,5%. El mayor incremento se ha observado en la Comunidad de Madrid, donde el gasto de los turistas internacionales ha aumentado un 19,8%, situándose en 772 millones de euros.

El transporte internacional es el que más gasto genera para los turistas

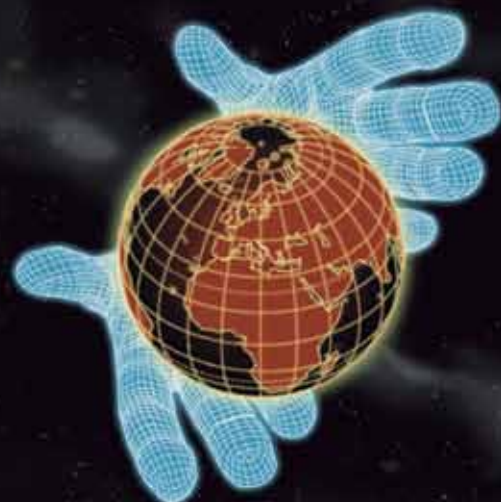
que visitan España, con un 23,4% (1.099 millones de euros) del total del, aumentando un 10,7% respecto a enero de 2018. Le sigue muy de cerca el gasto en las actividades turísticas con un 22,1% (1.038 millones). A la cola del desembolso turístico está el gasto por alojamiento, que tan solo ocupa el 12,5%, con 589 millones de euros.

### Etapas y pernoctaciones

Por último, en referencia a las etapas de los viajes realizados por los turistas internacionales en enero, descienden un 0,1% en la tasa anual. El 25,2% se realizan en Canarias (con un descenso del 1,4%).

Por su parte, el número total de pernoctaciones realizadas por los turistas internacionales en todo tipo de alojamientos (establecimientos hoteleros, apartamentos, vivienda propia, vivienda de familiares o amigos, vivienda alquilada...) supera la cifra de 33,9 millones de euros, con una bajada del 1,3% en comparación con el mes de febrero del ejercicio anterior.

Las Islas Canarias es la Comunidad que se mantiene líder en la lista con más pernoctaciones (10,1 millones, un 0,2% más que en enero del pasado 2018). Le siguen Andalucía (con casi 5,6 millones de pernoctaciones y una bajada del 6,8%) y Cataluña (con 5,4 millones, un 3,0% más). La Comunidad autónoma donde los turistas pernoctan menos son las Islas Baleares, con un 3,2% (1.091.409). Sin embargo, ha experimentado un crecimiento de un 8,7%.



Date de alta  
en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana  
en tu email

