

JAVIER SÁNCHEZ-PIETRO
Movimientos en IAG
PÁG. 8 / Sánchez-Prieto y Sansavini, al frente de Iberia y Vueling



JAVIER HIDALGO
Actividades en destino
PÁG. 13 / Globalia crea para su red de agencias Halcón Activities



DAVID BALLESTEROS
Estrategia de diversificación
PÁG. 10 / LTN Spain se incorpora al negocio de las agencias asociadas



MARTÍ SARRATE
Intromisión en el Sector
PÁG. 6 / ACAVE agotará todas las vías contra estrategia de Correos



MARK TANZER
Mensaje de confianza
PÁG. 11 / Agencias británicas tranquilizan a los viajeros ante el Brexit

OMT: 'Es pronto para estimar el impacto turístico del coronavirus'

El peso de China en el Turismo de compras en España está por encima del 30%

El brote de coronavirus pone en jaque al primer mercado emisor de turistas del planeta. El emisor chino se resentirá de forma nunca antes vista, con

la prohibición de viajes en grupo por parte de las autoridades del país, que recomiendan a sus ciudadanos que no realicen desplazamientos al exterior.



Santiago Vallejo dirige Movelia.

Las agencias 'muestran su apoyo a Movelia'

"Las agencias representan más del 50% de nuestras ventas en nuestros canales directos", según el director general de Movelia. **Pág. 4**

Impacta en el emisor la incertidumbre económica

Los pagos de los españoles para viajar al extranjero disminuyen hasta 2.029 millones. Un 0,7% menos, tras 18 meses al alza. **Pág. 9**

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

Si bien China juega un papel marginal en España con una cuota de mercado inferior al 1%, es un mercado muy apreciado por su elevadísimo gasto medio, su contribución a la desestacionalización y su interés por un tipo de Turismo diferente al 'sol y playa', con un peso, por ejemplo, en el Turismo de compras del 30%. Así, aunque "es pronto



Zurab Pololikashvili

para estimar el impacto del coronavirus", como advierte la Organización Mundial del Turismo (OMT), lógicamente tendrá una incidencia en el Sector Turístico. "El Turismo es vulnerable a los efectos de las emergencias de salud pública y ya está viéndose afectado por este brote", añade.

Escapate en pág. 19

Grupo GEAsupera las 1.700 agencias en España y América

GEA lidera como grupo de gestión con sede en España con 1.733 puntos de venta físicos al cierre de 2019 en los cuatro países en los que está presente. Se trata de un ascenso del 5,8% respecto a las 1.638 de hace dos años. De estas oficinas, casi un tercio se encuentran en España. En concreto, 556 puntos de venta, 80 menos que las que tenía en la



Sara Fernández

recta final de 2017. En Argentina cuenta a día de hoy con 619 oficinas, un fuerte incremento bianual del 18%. En Portugal también dispone de una extensa red de 427 tiendas, un 4,6% más que dos años atrás. En Perú, donde desembarcó a mediados de 2017, 131 agencias, prácticamente el doble.

Escapate en pág. 7

La rentabilidad del canal indirecto es 'indiscutible'

Es un 34% superior que la que ofrece el directo

Las agencias de viajes se mantienen como el canal más eficiente. De esta manera lo constata el nuevo director general de Amadeus en España y Portugal, Christian Boutin, en una entrevista con NEXOTUR, asegurando que "la rentabilidad del canal indirecto es una realidad indiscutible". En concreto, estima que está "un 34% por encima que la que ofrece la venta directa".



Christian Boutin

Igualmente destaca que "un 50% de las ventas de las aerolíneas, incluidas las low cost, se realizan a través de agencias de viajes". Pone sobre la mesa estos datos al preguntarle por los recargos aplicados por International Airlines Group (IAG), Air France KLM y Lufthansa, aunque evita entrar a valorar la estrategia seguida por estos grupos aéreos.

Escapate en pág. 9

El Sector indignado por su exclusión de la venta de Avlo

En una carta remitida al presidente de Renfe, Isaías Táboas, CEAV pone de manifiesto el malestar por "la errónea decisión de excluir a las agencias de viajes españolas para el lanzamiento y comercialización" de Avlo. "Actualmente canalizamos más del 35% de los ingresos y no es por casualidad



Carlos Garrido

que hayamos sido durante los últimos años su canal de venta que más ha crecido", resalta. "Otros operadores importantes trataron sin éxito comercializar directamente sus viajes, pero enseguida se vieron obligados a abrir la venta a nuestro canal", advierte la Confederación.

Escapate en pág. 6



IBERIA
Cada día es el primer día

Reinventamos el mañana

Renovamos nuestra flota con aviones más sostenibles.

■ CLAVES

Macrodatos
turísticos

ELCOMMERCE TURÍSTICO en España ha avanzado a pasos agigantados en los últimos años, adaptándose a las nuevas exigencias de un sector que supone uno de los principales motores económicos del país. De hecho, uno de los sectores de actividad con mayor volumen de negocio en el eCommerce español durante el último trimestre de 2018 ha sido el de operadores turísticos y agencias de viajes que, según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), ha alcanzado un 11,5% de la facturación total (10.820 millones de euros en este periodo) y ha registrado más de 205 millones de transacciones.



☞ ANTONIO NEGRO

A pesar de este crecimiento exponencial, la inversión en segmentación de audiencias que realizan las empresas del sector podría optimizarse, e incluso aumentar el margen de beneficios, si la compañía hiciera uso de los datos existentes e incorporase el uso de herramientas de Big Data en su negocio. Por ejemplo, la plataforma Gauss AI, desarrollada por la consultora integrada de marketing y tecnología Making Science, proporciona una sencilla activación de los datos a través de Inteligencia Artificial.

Esta activación de datos permite a las empresas entender el comportamiento del consumidor, conocer al detalle sus hábitos y sus preferencias, estableciendo un patrón personalizado que determine factores como, por ejemplo, el precio que más convenga para cada cliente. Es más, si incorporamos el aprendizaje automático a la ecuación, y combinamos los datos recolectados con las diferentes variables que pueden influir en la decisión de compra, podremos predecir la demanda de un producto o servicio turístico determinado, optimizando así la inversión en clientes potenciales.

Invertir en herramientas de Big Data que optimicen la gestión de campañas de eCommerce aumentará la representatividad, fiabilidad y detalle de los datos de turistas que buscan un destino vacacional, incrementando la precisión de estrategias dirigidas a usuarios cada vez más diferentes, con una inversión menor.

☞ Antonio Negro es director de Innovación en Making Science.

E'Corría el 1989 cuando la antigua Federación acababa de celebrar, con su habitual gran éxito, su congreso en Cancún, cuando llegó a mis manos, por primera vez, una especie de Directorio profesional. Me pareció original', explica el presidente de honor de UNAV y de UMAV

TRIBUNA



☞ JOSÉ LUIS PRIETO

El Grupo NEXO ha cumplido 30 años

EL GRUPO NEXO ha cumplido 30 años. Para los más jóvenes, abrir el móvil o el ordenador, cada mañana y echar una ojeada al NEXOTUR, supone una rutina tan habitual como tomar el desayuno, cada día, después de arreglarnos. Si no andas mal de tiempo, lo lees en profundidad y disfrutas de sus expertas firmas. Si andas algo más apurado, lo ojeas en titulares, pero, siempre, tendrás una espléndida foto de la actualidad del Sector, en tiempo real.

NEXOTUR es el periódico matinal para todo profesional del Turismo. Pocos son los que prescinden de esa ojeada diaria al Periódico del Sector. Es, como decía, una rutina diaria. Pero ¿fue siempre así?... Ni mucho menos. Allá por los años 80 y anteriores, la Prensa del Sector era radicalmente diferente. Existían determinadas publicaciones en formato revista de papel cuché, tales como España Hostelera, Spic o Editur. Esta última, fundada en 1960 por el admirado y recordado Jorge Vila Fradera, lideraba la nómina de lectores, seguida por Spic, la obra del carismático y también desaparecido, Lorenzo Herranz, continuada por su entrañable esposa, Engracia de las Heras... ¡Cuántos recuerdos, cuántos congresos!

Se trataba de revistas de gran calidad y presentación, con magníficos reportajes sobre destinos turísticos y, cómo no, con noticias del Sector. Ambas se adquirían, exclusivamente, por suscripción, y formaban parte de la mesa de cualquier directivo del Sector Turístico, que no de cualquier empleado.

En estas revistas, las noticias que podían leerse eran, a menudo, de escasa o nula actualidad. Ambos fundadores, Jorge Vila y Lorenzo Herranz, fueron dos personajes muy admirados y relevantes en el mundillo sectorial. Figuras respetables que representaban, por antonomasia, lo que se podía entender por una publicación turística.

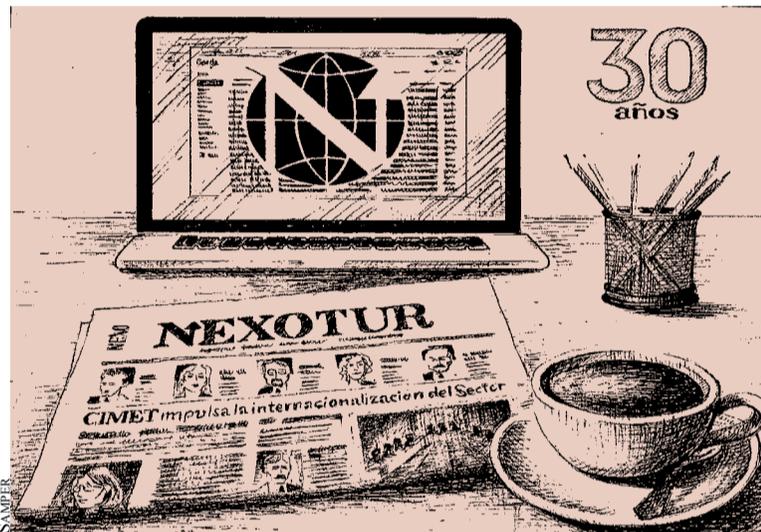
Pero, como suelen decir los más emprendedores, nunca está todo inventado. Y resulta que, un buen día, aparece una nueva publicación, con aspecto de periódico y que nada parecía tener en común con aquellas tradicionales revistas. Y ciertamente, así era.

¿Y quién era el editor de aquel nuevo periódico semanal?... Por entonces, lo ignorábamos.

Corría el 1989 cuando la antigua Federación —nuestra querida FEA-AV— acababa de celebrar, con su habitual gran éxito, su congreso en Cancún, cuando llegó a mis manos, por primera vez, una especie de Directorio profesional. Me pareció original.

No recuerdo la cronología, al detalle, pero muy pronto, aquel Direc-

torio se convirtió en un periódico. En el Periódico Profesional del Agente de Viajes, subtítulo de su cabecera, que ya no abandonaría, hasta hoy.



torio se convirtió en un periódico. En el Periódico Profesional del Agente de Viajes, subtítulo de su cabecera, que ya no abandonaría, hasta hoy.

¿Y qué sucedió entonces?... Pues ocurrió que, poco a poco, casi sin darnos cuenta, cada vez más profesionales nos fuimos acostumbrando a leer el periódico cada lunes. El Periódico de todo el Sector Turístico.

En poco tiempo, la cuota de atención de los profesionales hacia el NEXOTUR fue creciendo, hasta provocar un cambio en la tendencia de consumo de la información turística. E inevitablemente, se produjo el declive y posterior cierre de aquellas publicaciones, ya históricas, como Spic, Editur y otras.

NEXOTUR había vencido a sus competidores gracias a un nuevo modo de informar. A un nuevo modelo periodístico. Directo, cercano, diario. Con los propios profesionales, a menudo, como transmisores de la información.

Y con el transcurso de los años, aquellos dos jóvenes, Carlos Ortiz y Eugenio de Quesada, se fueron haciendo presentes en todos y cada uno de los eventos sectoriales. No digo dejándose ver, sino haciéndose notar, hasta llegar a erigirse en la publicación de referencia para todo el Sector.

30 años no son un éxito efímero, ni un cambio de tendencia casual.

en ocasiones especiales— que, el compromiso con la independencia, ha sido una de las banderas de lucha del Grupo NEXO.

No es fácil, a veces, mantener un determinado equilibrio entre la defensa de tus intereses comerciales y la difusión, objetiva e inequívoca, de posturas que, en ocasiones, se enfrentan a los intereses de tus anunciantes más importantes.

NEXOTUR lo ha hecho en momentos muy delicados para el Sector de la Distribución de los Viajes.

(He afirmado esto en anteriores ocasiones y lo he hecho, siempre, desde el respeto hacia el resto de la Prensa Sectorial. Y no ha gustado a algún editor. Créanme que lo siento).

Pero, trazado éste ligerísimo croquis sobre la trayectoria del Periódico NEXOTUR, permítaseme hacer un punto y aparte para referirme a la diversificada vocación de los editores de Nexo, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz.

Paralelamente a esa exitosa actividad periodística, resulta que nos han mostrado sus grandes dotes de organizadores de eventos hasta convertirse, hoy, en artífices de uno de los sucesos turísticos internacionales más importantes del mundo hispano: la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo, la gran

Cumbre anual del Turismo de Hispanoamérica y España (no me gusta decir Latinoamérica). Me refiero, naturalmente, a CIMET.

También, cada año, CIMET es muestra de su capacidad de convocatoria. Son ya 22 ediciones del más importante encuentro de los ministros iberoamericanos con los empresarios españoles del Sector que marca, además, el inicio de la semana Fitur. Se ha convertido en una espléndida oportunidad de acercamiento y, como no, de negociación, en favor de ambos intereses.

Pero, si cierto es que todo empresario ha de saber rodearse de un buen equipo, el éxito del Grupo NEXO no está exento de ésta razón. No puedo, por tanto, dejar de mencionar, desde éstas líneas, a todo el equipo que rodea a Carlos Ortiz y Eugenio de Quesada.

Pidiendo perdón, de antemano, por las omisiones, permítanme hacer una especial mención a los veteranos Claudio Meffert y Francisco Vázquez, queridos profesionales, desde hace ya muchos años.

Pudiera parecer, tras todo lo expuesto, que lo pretendido ha sido hacer una remembranza del Grupo NEXO. Nada más lejos de la realidad. Sería hablar en pasado.

Lo relatado ha sido, tan solo, un ligero repaso al camino recorrido por quienes, hoy, representan el liderazgo en la información del Sector Turístico y sus subsectores. Pero la progresión continúa y su incorporación a la era online, viene a confirmarlo.

30 años de la fundación del Grupo NEXO. Justo, los que han transcurrido desde la Declaración de la Haya sobre el Turismo. Ambos nacieron en 1989.

Vaya, desde aquí, mi más sincera felicitación, en su 30º cumpleaños, para Grupo NEXO y sus fundadores, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, con mi más sentido agradecimiento por el cariñoso trato y valiosa colaboración que siempre mostraron hacia mi persona y la Asociación que me honré en presidir durante casi 24 años: UNAV.

Su capacidad, imaginación y talento personal, harán que a estos primeros 30 años se le sumen muchos más. ¡Enhorabuena!

☞ José Luis Prieto es presidente de honor de UNAV y de UMAV y socio-consejero de Grupo IAG7 Viajes.

Su capacidad, imaginación y talento personal, harán que a estos primeros 30 años se le sumen más

OPINION

NEXOTUR

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZ

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

DIRECTOR ADJUNTO: CARLOS ORTIZ RODRIGO
COORDINADORA GENERAL: MARGA GONZÁLEZ

SECCIONES: MIGUEL PRAGA LÍBANO (ESCAPARATE Y MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA BÁEZ (REUNIONES), DANIEL GALLEGO ALIAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), PAULA VACAS (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), MAMEN MARTÍNEZ (DISEÑO) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR).
COLUMNISTAS: ISABEL ALBERT PIÑOLÉ, Dr. VENANCIO BOTE, ANTONIO CABALLOS, MÓNICA FIGUEROLA, COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO, MANUEL FIGUEROLA PALOMO, MÓNICA FIGUEROLA ENRIQUE HERNÁNDEZ, JUAN CARLOS MAÑAS Y CLAUDIO MEFFERT
CONSEJO ASESOR (DIRECTORES): FRANCISCO VÁZQUEZ (CONFERENCIA CIMET), CLAUDIO MEFFERT (SALONES Y FOROS FUTURALIA Y NEXOBUSINESS)

NEXO
editores s.a.

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

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

SERVICIOS EDITORIALES: ABORDA (ASESORÍA), NEXOPUBLIC (CONSULTORÍA), NEXO CREATIVO (CREATIVIDAD PUBLICITARIA), TURNEXO Y NEXOBUSINESS (FERIAS), NEXOTEL (COMUNICACIÓN), NEXODATA (BASES DE DATOS), IMPRENTA NORTE (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

DÉPOSITO 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**

La amenaza del coronavirus chino

CONVULSIÓN EN EL TURISMO. La anulación de su participación en el Mobile de Barcelona del gigante surcoreano LG e incluso de la compañía china ZTE, son las últimas muestras de los devastadores efectos secundarios del coronavirus en la economía y el Turismo. Las razones dadas por las tecnológicas sintetizan el modo de pensar de gran parte del *business travel* y el MICE mundial, a raíz de la pandemia creada por el coronavirus que se ha iniciado en China.

"Anteponer la seguridad y la salud de empleados, socios y cliente", eliminando "por completo el riesgo de exponerles" al contagio en viajes internacionales es el objetivo que ha declarado la coreana LG. Más sorprendente es la explicación dada por la empresa de telefonía móvil 5G china: "No queremos hacer que la gente se sienta incómoda". El miedo a contraer la enfermedad se une a la vergüenza por haber sido el origen de la pandemia. Reacciones que ya son, lamentablemente, moneda corriente en muchos aeropuertos, donde los occidentales se apartan o evitan la cercanía (y, más aún, el contacto personal o conversar) con aquellos pasajeros que presentan rasgos orientales.

Aunque los efectos del coronavirus sobre los viajes están en relación directa con la extensión y duración de la pandemia, a corto plazo está cortando en seco el viaje profesional desde y hacia China. Con las consecuencias que ello implica para una potencia económica mundial, que se basa en el auge de un comercio internacional que podría verse gravemente afectado. Cuyo efecto contagio empiezan a constatar organismos supragubernamentales.

España, que no ha logrado atraer con éxito al mercado emisor chino (a diferencia de Francia o Italia), está menos expuesta a los efectos del coronavirus en el receptor. Salvo en segmentos, cualitativamente relevantes, como el de compras, al que los turistas chinos que nos visitan aportan más de una cuarta parte de los ingresos totales.

El coronavirus pone de manifiesto la vulnerabilidad del Turismo (al igual que el Comercio y la Economía), ante las graves crisis sanitarias mundiales. De hecho, el Turismo responde mejor y se recupera antes de grandes atentados terroristas y conflictos bélicos, que de pandemias como la gripe aviar, el SARS, el ébola o las vacas locas. Máxime en epidemias causadas por virus cuyo contagio es tan virulento.

Hay una frase que se repite hoy por todo el mundo: "Lo verdaderamente contagioso es el miedo". Y miedo, con tintes de xenofobia, es lo que se respira por doquier.

Frente a la agilidad de respuesta del Sector Turístico, cuyo empresariado es tan consciente como proactivo en relación a la grave problemática que crea el coronavirus —la rápida reacción del lobby WTTC es un ejemplo—, sorprende la lentitud que caracteriza a los Gobiernos. Y no sólo al chino. En España, el Ministerio de Turismo (pese a serlo también de actividades como la Industria y el Comercio, tanto o más afectados que el Turismo), no ha reaccionado con la rapidez y eficacia que debiera. Peor aún ha sido la tardía y decepcionante respuesta dada por la Organización Mundial del Turismo. Lamentable.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Las pandemias como el coronavirus chino ponen en evidencia la notable vulnerabilidad que tiene el Turismo frente a las crisis sanitarias globales, y la escasa capacidad de reacción de los Estados

▲ CHECK-IN / SANTIAGO DE COMPOSTELA

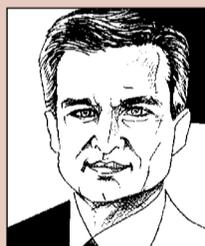
OPC: el Congreso de Congresos

Los OPC preparan "el Congreso de los Congresos", que tendrá lugar en Santiago de Compostela del 20 al 21 de febrero, bajo la experta dirección de Ana Trevisani, presidenta de la Asociación OPC Galicia y máxima responsable de la organización de la 32ª edición del Congreso Nacional de OPC, convocado por la Federación OPC España, que agrupa a las Asociaciones autonómicas de Organizadores Profesionales de Congresos de todo el país.

OPC Galicia asume así el reto, con el apoyo de OPC España, de organizar conjuntamente este año la gran cita anual del Sector, rebautizado como el 'Congreso de los Congresos', "un evento en el que descubrir tendencias, encarar retos y reunirnos con compañeros, proveedores y clientes", en palabras de Ana Trevisani, quien confirma que "el programa de esta edición de nuestro Congreso es ambicioso, al estar centrado en analizar el futuro de las reuniones, así como sus diversos formatos, las innovaciones tecnológicas, la apuesta por los destinos y territorios, la gestión de patrocinios, el reto de emocionar a los asistentes a nuestros eventos y —como no podía ser de otra manera— la responsabilidad de tomarnos muy en serio la sostenibilidad de todo cuanto organizamos". Aunque Trevisani asegura que "lo más importante: es conocernos, contactar y crear sinergias positivas para el Sector", reuniendo a OPC, DMC, hoteleros, palacios de congresos, espacios singulares, empresas de tecnología y audiovisuales, intérpretes, traslados, *caterings*, destinos, y otras empresas y servicios. Una cita a la que no faltará NEXOTUR.

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Marco Sansavini

El director comercial de Iberia asume la presidencia y gestión de Vueling, la filial de 'bajo coste' de Iberia, confirmando así la inequívoca orientación comercial del Grupo Iberia. Tras su trayectoria de vicepresidente de ventas



en Alitalia y Air France-KLM, Sansavini y sus equipos (a cargo de Víctor Moneo y Guillermo González Vallina) ha dado un notable impulso a la comercialización de Iberia en España e Iberoamérica. Todo un acierto de Iberia.

● LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / POLÍTICA Y TURISMO

Crisis en Venezuela y CIMET

Un año más la grave crisis política y económica que sufre Venezuela afecta al Turismo y, en concreto, al evento que abre el programa oficial de CIMET, XXIII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios, que organiza cada año Grupo NEXO.

En CIMET 2019, la crisis venezolana impidió contar con la participación de Puerto Rico, cuya ministra de Turismo, Carla Campos, había comunicado la participación en la Conferencia, por vez primera, del gobernador de Puerto Rico, honorable Ricardo Rosselló. Dos días antes de la Conferencia, la ministra Campos comunicaba telefónicamente desde San Juan al presidente de CIMET que el gobernador había sido llamado por el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, precisamente a causa de la situación de Venezuela, lo que impedía su presencia en CIMET y Fitur. En los días de Fitur, Estados Unidos y Unión Europea reconocían a Guaidó como "presidente interino".

CIMET 2020: Venezuela brilló por su ausencia. Pese a haber confirmado formalmente, el ministro de Turismo y Comercio Exterior, Félix Plasencia, no participó en la Conferencia. Días después trascendía la noticia de que el ministro de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, José Luis Ábalos, se había reunido en el aeropuerto (en la madrugada de CIMET) con su "amigo" el ministro Plasencia. Lo que, tras varias rectificaciones de Ábalos, ha sido considerado por buena parte de la Prensa como una excusa para justificar su encuentro en Barajas con la vicepresidenta del Gobierno de Venezuela. Aunque no debiera, la política sí afecta al Turismo.

La evolución de Movelia en los últimos años ha sido de constante crecimiento / Las agencias españolas, a pesar de todos los avatares por los que han pasado, han seguido mostrándonos su apoyo / No hay ninguna otra plataforma que aglutine a la práctica totalidad de las compañías de transporte por carretera de líneas regulares, pero no solamente en España, sino que en Europa tampoco

«Cerramos 2019 con un volumen de negocio de casi 100 millones»

Santiago Vallejo / Director general de Movelia



El director general de Movelia, Santiago Vallejo, da algunas de las claves que han llevado a la plataforma a protagonizar una espectacular evolución en los últimos años, hasta alcanzar un volumen de negocio de 100 millones de euros en 2019.

P.- ¿Qué cifra de negocio obtuvo Movelia en 2019? ¿Cuál ha sido la evolución en los últimos años?

R.- Hemos cerrado el año 2019 con un volumen de negocio, entre directo e indirecto, de casi 100 millones de euros. ¿Por qué hago la diferenciación entre directo e indirecto? Llamamos negocio directo al que nos llega directamente de la pura venta de billetes a través de los diferentes canales (que ha supuesto unos 60 millones). Mientras tanto, el indirecto, el que generan las máquinas autoventa que tenemos instaladas en bastantes estaciones de autobús (disponemos de un parque de 160) y es un negocio más bien de servicio (la venta no la manejamos nosotros, pero sí prestamos el servicio de mantenimiento de *hardware* y *software*), se sitúa en 40 millones.

La evolución de los últimos años ha sido de constante crecimiento. Ello ha sido debido a dos factores. En primer lugar, a la incorporación de nuevos proveedores que se han sumando a vender sus líneas a través nuestro (como ha sido el caso de Grupo Avanza, por ejemplo). Y el otro factor es el aumento paulatino de clientes, sobre todo agencias extranjeras, con las que hemos hecho una integración de nuestro sistema y todo lo que venden de transporte por carretera en España se lo servimos nosotros a través de nuestra API. Ello tiene una gran ventaja, y es que nos aporta mucho tráfico internacional, que compra en origen, y con una antelación muy superior al pasajero nacional, lo que ayuda mucho a gestionar las explotaciones a las compañías de transporte. Tampoco quiero olvidar o dejar a un lado a las agencias españolas, que a pesar de todos los avatares por los que han pasado (me refiero a la crisis del 2008, etc.), han seguido mostrándonos su apoyo.

Creo que somos el único medio de transporte colectivo que aún ofrecemos comisiones

P.- ¿De cuántos miles de billetes estamos hablando?

R.- Pues hablamos no de miles, sino de millones de billetes. No todos los canales tienen el mismo tique medio, pero si hacemos un promedio general, estamos hablando de unos 3,3 millones de billetes de forma directa y 3,6 millones de forma indirecta. Nuestro tique medio está en torno a los 18 euros en canales directos y 11 euros en indirectos.

P.- ¿No hay una plataforma igual en el mercado español?

R.- Rotundamente, no. No hay ninguna otra plataforma que aglutine a la práctica totalidad de las com-

pañías de transporte por carretera de líneas regulares. Pero no solamente en España, sino que en Europa, tampoco. Hay alguna parecida, pero no llega a tener la fortaleza de Movelia. Influye mucho en ello el modelo concesional por el que se rige el transporte en España.

P.- ¿Qué porcentaje de sus ventas corresponden al canal de agencias?

R.- Las agencias de viajes entran dentro del grupo que hemos llamado canales directos. Representan más del 50% del total de nuestras ventas en esos canales (que también engloban las taquillas que tenemos en algunas estaciones).

Ello no significa que las agencias de viajes tengan un 50% de cuota de mercado de todo el trans-

porte, ya que hay algunas compañías que tienen sus propios canales de venta, ya sea *online* o presencial, que aquí no está cuantificado.

P.- ¿Movelia es el gran GDS del transporte por carretera?

R.- Sin duda. Partiendo de un contexto actual en el que la renovación de concesiones requiere la excelencia de las empresas de transporte a todos los niveles, se hace necesario reflexionar sobre las necesidades del sector de cara a asegurarla. Y es que tenemos mucho hecho, lo que no implica que quede mucho por hacer. Siendo así es indudable que el sector necesitaba una plataforma creada y construida en el objetivo de comercializar las líneas de las diferentes empresas transportistas que operan en España, con el fin de potenciar las alternativas que el autobús brinda al usuario. Y es que la suma de los factores, mejora el producto.

La tecnología se pone a favor de esta meta en distintas manifestaciones. Por un lado, se integra una flota renovada, con los últimos avances en calidad y seguridad, pero sin olvidar otros aspectos muy alabados por el usuario como el abanico de alternativas de ocio a bordo.

P.- ¿Qué ventajas aportan al canal de agencias?

R.- El hecho de tener una plataforma única desde la que poder reservar cualquier trayecto, sin necesidad de tener que conocer qué compañía es la que lo cubre, es una ventaja importante. No puedo dejar de mencionar las importantes mejoras que supone para ofertar el servicio a través de plataformas optimizadas, intuitivas, rápidas y efectivas.

Planteando ese escenario ideal, que ya existe, el agente tiene a su alcance una plataforma rápida, segura y en constante evolución. Invertimos anualmente aproximadamente unos 200.000 euros en mejorar las funcionalidades, y hacer el trabajo más sencillo para las agencias. Es un servicio que, tarde o temprano, sus clientes les van a demandar, y ahí queremos estar nosotros.

P.- ¿Qué remuneración ofrecen?

R.- Pues creo que somos el único medio de transporte colectivo que aún ofrecemos comisiones a las agencias. Aunque no son cantidades muy altas (la máxima es del 5%), unida al *fee* de gestión que le cobran al cliente, creo que hace de este producto algo bastante rentable, porcentualmente hablando. Y como antes decía, es un producto que, a sabiendas de que no es básico, es absolutamente complementario a otros. Por ejemplo, cada día son más las conexiones que las compañías ofrecen con los principales aeropuertos españoles, lo que hace que al pasajero se le haga muy cómodo el poder llegar directamente a tomar su vuelo desde lugares con una comunicación bastante deficiente. Ahí, está una de nuestras fortalezas, la capilaridad y la accesibilidad.

Tenemos una estrecha relación con las agencias y pertenecemos a las principales Organizaciones empresariales. Es un Sector con el que me siento plenamente identificado, ya que hasta que llegué a Movelia, he desarrollado en él toda mi trayectoria profesional.

P.- ¿Qué opina de la estrategia comercial de Avlo?

R.- Creo que como campaña de promoción es buena, ya que han alcanzado una importante notoriedad. Pero como estrategia comercial, para mí se están equivocando radicalmente.

No pueden dejar fuera de la venta de este producto a las agencias de viajes, un canal que a Renfe le aporta en torno a un 35% de su venta, principalmente de sus productos más rentables, y con un coste de comercialización ridículo. Es totalmente justificado el gran enfado que ha provocado y tarde o temprano se darán cuenta y deberán recular en ello.

Y por otro lado, ha de tenerse en cuenta que al final los billetes no salen tan baratos. Si al precio del billete le sumas el posible equipaje extra, la selección de asiento, el precio de la wifi, etc., puede pasar de 100 euros.

P.- ¿Sería insostenible una política de precios tan agresiva en el sector privado?

R.- Absolutamente. Los números no salen. Si no hubiera ningún tipo de subvención y se aplicaran todos los costes de explotación que conlleva, se hace inviable una política tan agresiva. En nuestro sector tenemos algún ejemplo (voy a omitir el nombre).

España tiene la flota más moderna de Europa

España puede presumir de poseer la flota más moderna de Europa, alcanzando unos niveles de calidad muy altos y siendo bien valorada por sus usuarios. Son muchas las contribuciones del autobús a la movilidad, sumando a los estándares de calidad antes mencionados, características propias como la flexibi-

lidad, la capilaridad y la accesibilidad.

El autobús es un medio altamente competitivo en determinadas distancias, y si se acometieran las reformas que desde el sector se están solicitando, lo sería aún más. Hablo de



☞ SANTIAGO VALLEJO

en este medio de transporte, haciendo zonas

vao en las entradas de las ciudades, aumentar en 10 Km/h la velocidad comercial permitida, etc. Y de cara a las ciudades y zonas turísticas, deben de dar muchas más facilidades a la circulación de pasajeros.

más accesibles, incluso me atrevería a decir que se debería crear una especie de certificado de Coach Friendly City para aquellas ciudades que fomentaran el uso del autobús para los turistas. Hemos de tener en cuenta que en España, solo turistas, se mueven en torno a 190 millones de pasajeros.

PRODUCTO EXCLUSIVO

Exclusivo Club de Vacaciones

PASS SENIORS PARADORES

¡Elige entre más de 70 Paradores!

Incluye: 3 noches de alojamiento en habitación doble para dos personas.

3 noches
Alojamiento y desayuno

266€

SÚBETE AL TREN DE LA SALUD, BALNEARIO TERMAS PALLARÉS 4*

Salidas 13 y 27 de abril, 11 y 25 de mayo, 8 y 22 de junio y 6 y 20 de julio desde Madrid

Incluye: billete de AVE ida y vuelta, traslados, pensión completa (agua y vino en almuerzos y cenas) con almuerzo extra el día de salida, visita guiada a Calatayud (traslados incluidos), visita al Monasterio de Piedra (traslados y almuerzo incluidos), visita a la exposición de José Luis Sampedro, actividades diarias, programa termal y seguro de viaje.

6 días/5 noches
Pensión completa

501€

VOLANDO A... LANZAROTE

Desde Madrid

Incluye: vuelos origen - Lanzarote ida y vuelta, traslados desde/hasta el aeropuerto de Lanzarote al hotel elegido, alojamiento en hotel 4* y seguro de viaje.

8 días/7 noches
Media pensión

desde **574€**

MÁLAGA, PASIÓN Y ARTE

Salidas 15 de marzo, 26 de abril, 3, 17 y 31 de mayo desde Madrid

Incluye: billete de tren ida y vuelta, traslados, 16 servicios alimenticios: 6 desayunos, 4 almuerzos y 6 cenas (agua y vino en almuerzos y cenas), guía acompañante en destino y para todas las excursiones, hotel 4* excursiones y visitas: Ronda con almuerzo en restaurante, entrada Museo del Bandolero, Museo de Rafael Lería y Cuevas de Nerja, Málaga y Álora con guía local, Benalmádena, Fuengirola, Marbella, Pto Banús, Mijas, Nerja, Frigillana y seguro de viaje.

7 días/6 noches
Según programa

desde **530€**

RUTA DE PARADORES: GALICIA, PAZOS Y CAMELIAS

Salida 29 de marzo desde Madrid

Incluye: vuelos, traslados, guía acompañante en destino, 4 noches de alojamiento en el Parador de Cambados 4*, 8 servicios alimenticios: 4 desayunos y 4 cenas (copa de vino tinto o refresco o cerveza o agua mineral en cenas), visitas y entradas: Pazo de Rubianes, Cambados con guía local, Castillo de Soutomaior, Combarro con guía local, Pazo de Rivadulla y Padrón con guía local y seguro de viaje.

5 días/4 noches
Media Pensión

785€

TOSCANA (ECO)

Salida 4 de mayo desde Madrid

Incluye: asistencia en el aeropuerto de Madrid, vuelos desde Madrid (tasas incluidas), 14 servicios alimenticios: 5 desayunos, 4 almuerzos y 5 cenas, guía acompañante en destino, hoteles 3*/4*, visita panorámica de Florencia con guía local y seguro de viaje.

6 días/5 noches
Según programa

795€

POLONIA, CORAZÓN DE EUROPA

Salidas 25 de abril, 16 de mayo y 13, 20 y 27 de junio desde Madrid

Incluye: asistencia en el aeropuerto de Madrid, vuelos ida y vuelta, traslados, guía acompañante en destino, 23 servicios alimenticios: 8 desayunos, 7 almuerzos y 8 cenas (agua y 1 cerveza o 1 refresco en almuerzos y cenas), hoteles 4*, visitas con guía local, visitas con guía acompañante, billete tren Express Cracovia - Varsovia con 1 bebida incluida (agua o té o café), auriculares en visitas y seguro de viaje.

9 días/8 noches
Pensión completa

1.395€

EGIPTO, MARAVILLA DE FARAONES

Salidas 18 de marzo y 20 de abril desde Madrid

Incluye: asistencia en el aeropuerto de Madrid, vuelos ida y vuelta, vuelos internos, traslados, guía acompañante en destino, alojamiento en hotel 5*, 20 servicios alimenticios: 7 desayunos, 6 almuerzos y 7 cenas, visitas con guía acompañante, entradas, 4 noches de crucero por el Nilo, paseo en faluca, propinas, maleteros y seguro de viaje.

8 días/7 noches
Pensión completa

desde **1.670€**

ARMENIA, PERLA DEL CÁUCASO

Salida 6 de junio desde Madrid

Incluye: asistencia en aeropuerto de Madrid, vuelos ida y vuelta, traslados, 19 servicios alimenticios: 7 desayunos, 6 almuerzos y 6 cenas (agua y café en almuerzos y cenas), alojamiento en hoteles 4*, visitas con guía acompañante, entradas, visita cueva Arení y degustación de vinos, concierto vocal en el Monasterio Gueghard, concierto de duduk en el Templo de Garni, elaboración de "lavash" pan tradicional, fábrica de Brandy y degustación, paseo por el Lago Seván con degustación de vino y chocolate, auriculares en visitas y seguro de viaje.

8 días/7 noches
Pensión completa

1.725€



NUEVOS CATÁLOGOS 2020

Descubre todos los destinos para viajeros +60 años

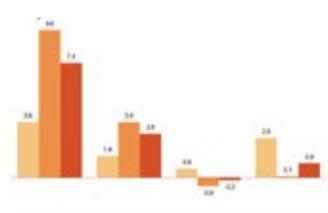
- Alojamientos, escapadas y viajes a medida
- Circuitos, grandes viajes y experiencias temáticas

ESCAPARATE

Las pernoctaciones en hoteles aumentan

Tras un 2018 con balance negativo, las pernoctaciones en alojamientos hoteleros experimentan en el global de 2019 un tímido repunte del 0,9%, con 343,1 millones, según los datos publicados por el INE. **Pag 32**

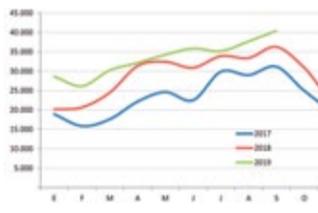
Variación anual de pernoctaciones



El brote de coronavirus pone en jaque a China

El emisor chino se resentirá por el brote de coronavirus. Las autoridades del país han prohibido los viajes en grupo y recomiendan a sus ciudadanos que no realicen desplazamientos al exterior. **Pag 15**

Pasajeros en vuelos realizados



Perfiles más solicitados por empresas turísticas

Un estudio elaborado por la Organización Mundial de Turismo (OMT) y Cegos revela cuáles serán los perfiles más solicitados por las empresas turísticas durante los próximos cinco años. **Pag 8**

PRONTUARIO

...Y ahora Correos

DICE EL VIEJO refrán: "Si no éramos pocos, parió la abuela". Antes eran asociaciones, clubes deportivos o no, parroquias, colegios, sindicatos, empresas, colectivos varios, transportistas de todo tipo, hoteles, conserjes, centros de ancianos, bares, peñas, avispados de todo tipo, locutorios o templos de cualquier creencia... los que vendían servicios turísticos y ahora Correos, hasta el

Estado, nos hace la competencia.

En las oficinas de correos, no se venden sellos, pero sí billetes de tren o de avión y pronto, imagino, tendrán su programa mayorista propio,

con lo que competirán con las agencias mayoristas, todo con la excusa de la España vaciada. Y en la España superpoblada ¿también operarán? Todo ante el silencio perplejo del Sector.

Y lo peor de todo es que muchos de esos puntos de venta de billetes y servicios turísticos generarán pérdidas, ya que los beneficios en forma de impuestos o puestos de trabajo de los acosados profesionales: los agentes, minoristas o mayoristas, dejarán de llegar a las arcas públicas.

Mientras, las administraciones acosan a los profesionales y a sus empresas con reglamentos múltiples o garantías poco justificables y a veces de difícil cumplimiento, permitiendo esa extensa nomina de intermediarios *aficionados*, no profesionales, pero sí entrometidos, nadie les pide responsabilidades y mucho menos que nadie la prensa y las instituciones, ni los clientes; como el viaje lo vendió una señora muy simpática a un precio (aparentemente) bueno (y sin ninguna garantía), nadie les reclama por razones a veces justas y menos las difícilmente justificables con las que se acosa al profesional.

☞ Antonio Caballos García es agente de viajes.

Indignación de las agencias con Renfe por su exclusión de la distribución de AVLO

CEAV solicita que 'reconsidere esta equivocada medida y que sigan apostando por sus fieles colaboradores'

"Otros operadores importantes trataron sin éxito comercializar directamente sus viajes, pero enseguida se vieron obligados a abrir

la venta a nuestro canal". Así han advertido desde CEAV al presidente de Renfe, Isaías Táboas, a quien al mismo tiempo reclama

que las agencias de viajes no deberían ser excluidas de ninguna manera del proceso de comercialización de AVLO.

Las agencias de viajes, en pie de guerra contra Renfe por la política de comercialización de los trenes AVLO. En una carta remitida al presidente de la compañía ferroviaria, Isaías Táboas, CEAV pone de manifiesto el "malestar originado en nuestro Sector" por "la errónea decisión de excluir a las agencias de viajes españolas para el lanzamiento y comercialización de estos nuevos productos".

La Confederación recuerda que a lo largo de los años "las agencias hemos colaborado estrechamente con Renfe, contribuyendo al crecimiento y liderazgo que hoy tiene". "Actualmente canalizamos más del 35% de los ingresos y no es por

casualidad que hayamos sido durante los últimos años su canal de venta que más ha crecido frente a la venta en taquillas e incluso la venta *online*, según nos han confirmado sus propios responsables comerciales", resalta.

CEAV también recuerda que las empresas a las que representa comercializan aquellos productos más rentables y de mayores ingresos, y todo ello por "un reducidísimo y marginal margen". Y afirma "no entender qué motivos pueden haber para renunciar a una red profesional gratuita de más de 8.000 puntos de venta que siempre ha mostrado fidelidad a su compañía y que aporta un valor esencial en la comercialización de viajes en España".

La Organización advierte a Renfe que "a lo largo de los años, ya otros operadores importantes trataron sin éxito de comercializar directamente sus títulos de viajes, pero enseguida se vieron obligados a abrir la venta a nuestro canal por la importancia y el enorme volumen que generamos". "Consideramos tremendamente inoportuno este desagravio a nuestra red de agencias de viajes, justo en un momento en que están entrando nuevos operadores en el mercado, que por supuesto nos han brindado su colaboración y le va a suponer a Renfe una fuerte competencia que nunca ha tenido", prosigue.

CEAV solicita al presidente de Renfe que "reconsidere esta equivocada medida y que sigan apostando por los que hemos sido siempre sus fieles colaboradores porque estamos

convencidos que juntos podremos contribuir a un crecimiento de nuestras empresas y ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes".

No modifica estrategia

Renfe, lejos de modificar su estrategia comercial de Avlo y su política de distribución, ha ampliado el número de billetes que vende por cinco euros. Durante tres días (desde el lunes 3 de febrero hasta el miércoles día 5), ha puesto a disposición de sus clientes, solo a través de su página web, 3.000 pasajes diarios, frente a los 1.000 que estaba distribuyendo. La promoción de Avlo dio el pistoletazo de salida el pasado 27 de enero, y durante la primera semana se vendieron 7.000 billetes.

ACAVE agotará todas las vías posibles para tumbar la estrategia de Correos

Sopesan acudir a Consumo y Transportes si Reyes Maroto no atiende a sus demandas

En declaraciones a NEXOTUR, el presidente de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martí Sarrate, avanza que acudirán a la consulta de la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, para "explicarle nuestra opinión sobre el hecho de que una empresa pública haga la competencia al sector privado". Asimismo, insistirán en que, a pesar de que Correos se apoya en acuerdos con terceros (Viajes Trenpy) para la comercialización de productos y servicios turísticos, "incumple la Ley de Viajes Combinados y Servicios de Viaje Vinculados".

En caso de que Maroto no tome cartas en el asunto, la Asociación

también sopesa trasladar su malestar al Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, del que depende Correos, y al de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. "Daremos todos los pasos necesarios", remarca Sarrate, quien recuerda que las agencias ya salieron victoriosas en casos de intrusismo en los que se vendía a través de terceros, recordando el caso de las cajas de ahorros, que llegaron a poner a la venta billetes de avión.

Inspección a Correos

El presidente de ACAVE explica a este periódico que de momento no han obtenido respuesta por parte de la Dirección General de Turis-

mo de la Comunidad de Madrid, organismo ante el que presentaron una denuncia contra Correos el pasado mes de diciembre. Dieron este paso después de comprobar y cerciorarse de que la empresa estatal no cumple con todos los requisitos exigidos en la Ley de Viajes Combinados. Su pretensión es que sea objeto de una inspección para determinar si está actuando acorde a la legalidad.

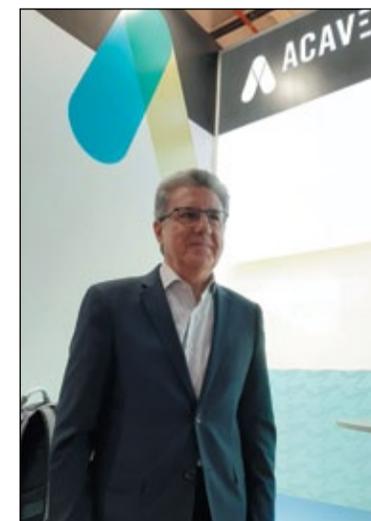
Además de su batalla con Correos, la Asociación catalana también denunció el pasado mes de octubre a cinco compañías aéreas (Easyjet, Vueling, Lufthansa, Austrian Airlines y TAP) por un supuesto incumplimiento de la Ley de Viajes Combinados.



Carlos Garrido



☞ Antonio Caballos García



Martí Sarrate preside ACAVE.

UNAV busca proyectos sobre sostenibilidad

La Unión de Agencias de Viajes (UNAV) acaba de abrir el plazo para que los profesionales del Sector presenten sus proyectos e iniciativas de desarrollo sostenible de cara a la segunda edición de su concurso 'Agencias de Viajes Sostenibles 2020'. El objetivo es identificar acciones que puedan estar siendo implementadas para conocerlas, reconocerlas y difundirlas.

CWT crea un área MICE de clientes estratégicos

CWT Meetings & Events ha creado un equipo especializado centrado en clientes estratégicos dentro de su nuevo modelo operativo global. Dirigido por Kari Wendel, nombrada vicepresidenta global de Clientes Estratégicos de CWT M&E, este proporcionará a los principales clientes estratégicos globales de la empresa todos los servicios bajo un mismo techo.

BMC Travel Promoviatges celebra su 20 aniversario

El grupo BMC Travel - Promoviatges celebra en este año su 20 aniversario. Desde que se fundó la agencia en el año 2000, el grupo ha ido creciendo hasta convertirse en una de las principales agencias de viajes y ha llegado a facturar, en el último ejercicio, alrededor de 60 millones de euros. En estos 20 años, el grupo ha experimentado cambios gracias a su capacidad de adaptación.

Renfe y Alsa renuevan su acuerdo colaborativo

Renfe y Alsa seguirán colaborando para fomentar la intermodalidad y operabilidad de sus respectivas rutas comerciales. Gracias a esta colaboración, Renfe y Alsa ofrecen billetes combinados de tren y autobús, que permiten extender la oferta de Ave, Larga y Media Distancia que realiza la operadora a destinos de vacaciones que no cuentan con conexión ferroviaria.

GEA consigue superar 1.700 puntos de venta entre los cuatro países donde está presente

El mayor crecimiento ha tenido lugar en Argentina, donde ha superado las cifra de 600 establecimientos

Su ambicioso plan de expansión internacional permite a GEA mantenerse como el Grupo de gestión líder con sede en España. Al cierre de 2019 contaba con 1.733 puntos de venta físicos en los cuatro países en los que está presente. Se trata de un ascenso del 5,8% respecto a la cifra de 1.638 de hace dos años.

Cabe destacar que ninguna gran red del país se acerca a estas cifras. Sirva de ejemplo que las tres agencias punteras del mercado nacional, como Viajes El Corte Inglés, Halcón

Viajes y B the travel brand, en ningún caso llegan a las 700 tiendas.

De las más de 1.700 oficinas que se encuentran asociadas a GEA, aproximadamente un tercio se encuentran en territorio español. En concreto, el Grupo de gestión dispone en su país de origen de 556 puntos de venta. Son 80 menos que las que tenía en la recta final de 2017, tendencia en la que podría haber influido la conversión de Traveltool, que se adentró en el negocio hace ahora dos años.

Por otro lado, a diferencia de la tendencia a la baja experimentada por la empresa en España, donde en la actualidad ocupa la cuarta posición solo superada por Traveltool, Airmet-Cybas y DIT Gestión, en el resto de países en los que opera supera con creces los resultados obtenidos hace dos años. En Argentina cuenta a día de hoy con 619 oficinas, lo que supone un fuerte incremento bianual del 18%. Al cierre de 2017 sumaba 524 agencias en este país.

Por último, en territorio portugués también cuenta con una extensa red de puntos de venta, formada por alrededor de 427 tiendas, registrando un aumento del 4,6% más respecto a lo reflejado dos años atrás, cuando disponía de 408. Finalmente, en Perú, donde desembarcó a mediados del año 2017, alcanza la nada desdeñable cifra de 131 agencias adheridas, prácticamente el doble que al cierre del citado ejercicio, cuando consiguió captar en torno a 70.



La directora general de GEA, Sara Fernández.

30% DE DESCUENTO*

UNA DOSIS EXTRA DE VITAMINAS DEL MAR

Olvida todo lo que sabes sobre los cruceros. Freestyle Cruising de NCL es simplemente diferente.

¿Rutas por todo el mundo? Por supuesto. ¿Experiencias culinarias sin horarios de comida fijos? ¡Buen provecho! ¿Espectáculos de Broadway? Sin pagar entrada. ¿Diversión familiar y tratamientos de bienestar? Todo a bordo. En Norwegian Cruise Line (NCL) no hay ningún crucero preestablecido. Tus clientes deciden cada día lo que quieren hacer en sus vacaciones. ¡Las posibilidades con Freestyle Cruising son ilimitadas!

MÁS INFORMACIÓN EN AGENTS-ES.NCL.EU/PROMOCIONES-ACTUALES O EN NCL.ES

*Descuento tarifa 3 mar. Condiciones detalladas en ncl.es/promociones. Contacto de ventas y reservas en Europa Continental: NCL (Bahamas) Ltd., King Street, P.O. Box 58, Southampton, Reino Unido. ©2020 NCL Corporation Ltd. Registrada en las Islas Bahamas y EE. UU. 7301-14-9-20

PARA TROTAMUNDOS

PARA GOURMETS

PARA AMANTES DEL TIEMPO DE CALIDAD

Galicia será el destino del Congreso de OPC

La presidenta de la Asociación Gallega de Organizadores Profesionales de Congresos (OPC Galicia), Ana Trevisani; la presidenta de OPC España, Matilde Almandoz; y la directora de Turismo de Galicia, Nava Castro, presentaron en Fitur la 32 edición del Congreso Nacional de OPC, que tendrá lugar en Santiago de Compostela del 20 al 22 de febrero

Booking invertirá en alojamiento sostenible

Booking.com ha anunciado que ya está abierto el plazo para enviar las solicitudes para la participación en su programa 'Booking Booster 2020', el cual apoya todo tipo de soluciones de viaje sostenibles. Tras el éxito de las tres ediciones anteriores, en este 2020 el programa se centrará exclusivamente en el tema del alojamiento sostenible.

Fibes tendrá un 2020 de récord en eventos

El delegado de Turismo del Ayuntamiento de Sevilla, Antonio Muñoz, ha anunciado que "2020 será un año de récord en cuanto a los congresos y eventos del Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla, Fibes". El delegado ha añadido que "a raíz de todos los eventos celebrados en nuestra ciudad, Sevilla ha demostrado sus infraestructuras y su capacidad de organización".

Adify la Red de Ciudades por la Bicicleta se alían

La presidenta de Adif, Isabel Pardo de Vera, y el presidente de la asociación Red de Ciudades por la Bicicleta, Antoni Poveda, suscribieron en Fitur un acuerdo para impulsar políticas de fomento de la intermodalidad entre ferrocarril y bicicleta, para colaborar en la protección de la salud y luchar contra la contaminación atmosférica en el ámbito de la movilidad urbana.

EasyJet y Ryanair, en una situación de cooperación versus confrontación

Ryanair suele instar a sus clientes a reservar directamente en su página web

EasyJet ha apostado por reforzar su compromiso con el Sector de agencias de viajes, como demuestra la renovación de sus alianzas con Amadeus y Tra-

velport. Ryanair, por su parte, ha está mostrando una actitud más agresiva, habiendo sido protagonista de una serie de batallas legales.

EasyJet y Ryanair adoptan estrategias comerciales bien diferenciadas. Mientras que la primera está reforzando su apuesta por la multicanalidad, poniendo a disposición de las agencias su contenido aéreo a través de los GDS, la segunda sigue mostrándose más reticente a la hora de colaborar con el canal.

Cabe recordar que en la recta final de 2017, la *low cost* irlandesa decidió romper con Amadeus después de tres años de alianza. Además, continúa protagonizando sonoras batallas judiciales con algunas de las principales agencias de viajes *online*, a las que ha llegado a acusar de engañar a los clientes "mostrando precios artificialmente bajos en el inicio de la compra". También aprovecha cada oportunidad para instar a sus clientes a reservar directamente en su página web si quieren acceder a las mejores condiciones.

EasyJet, por su parte, acaba de realizar una renovación de sus alianzas con Amadeus y Travelport, con



EasyJet comenzó a trabajar con Amadeus y Travelport en el año 2007.

las que empezó a colaborar en 2007, buscando con ello un crecimiento diversificado de viajeros. En el caso concreto de Amadeus, el nuevo acuerdo garantizará a las agencias de viajes un acceso continuado al contenido de la aerolínea a través de Amadeus Travel Platform.

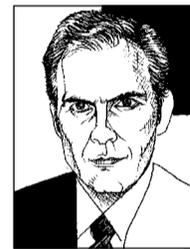
El director de mercados de EasyJet, Thomas Haagensen, explica que "habiéndolo sido una de las primeras aerolíneas 'bajo coste' en poner su inventario en el sistema de

distribución global de Amadeus, seguimos cumpliendo con nuestra estrategia de ser la línea aérea preferida, especialmente para los viajeros de negocios".

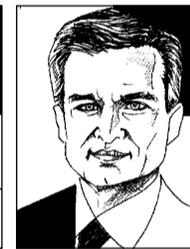
En lo relacionado con el acuerdo con Travelport, ambas empresas destacan que permitirá a las agencias de viajes de todo el mundo continuar beneficiándose del acceso en tiempo real a la gama completa de tarifas de EasyJet a través de Travelport Smartpoint.

Sánchez-Prieto y Sansavini, al frente de Iberia y Vueling

International Airlines Group (IAG) anuncia que el que actualmente ostenta el cargo de presidente y consejero delegado de Vueling, Ja-



Sánchez-Prieto y Marco Sansavini



vier Sánchez-Prieto, ha sido nombrado presidente y consejero delegado de Iberia. Por su parte, el director comercial de Iberia, Marco Sansavini, asumirá el puesto de presidente y consejero delegado de Vueling. Ambos tomarán posesión de sus nuevos cargos a finales del mes de marzo, cuando el todavía consejero delegado de IAG, Willie Walsh, se retire para ser sustituido por Luis Gallego.

ha liderado Vueling durante los últimos tres años. Entre 2013 y 2016 fue director financiero y de estrategia en Iberia, donde desempeñó un papel fundamental en el retorno a la rentabilidad de la aerolínea. Anteriormente, fue director financiero de Iberia Express desde su creación en 2012 y previamente ocupó diversos cargos en el Grupo Uralita y en Air Nostrum.

Respecto a Marco Sansavini, este ha ocupado el puesto de director comercial de Iberia durante siete años, periodo en el que ha sido el principal líder de desarrollar el proceso de transformación comercial y de la imagen corporativa de la aerolínea. Anteriormente, ocupó diversos cargos directivos en algunas áreas estratégicas y comerciales de Alitalia y Air France-KLM.

Respecto a Marco Sansavini, este ha ocupado el puesto de director comercial de Iberia durante siete años, periodo en el que ha sido el principal líder de desarrollar el proceso de transformación comercial y de la imagen corporativa de la aerolínea. Anteriormente, ocupó diversos cargos directivos en algunas áreas estratégicas y comerciales de Alitalia y Air France-KLM.

La OMT realiza un estudio para analizar los perfiles más solicitados por las empresas turísticas

El perfil que más tienen previsto incorporar es el profesional experto en el mundo digital y las nuevas tecnologías (47%)

Un estudio elaborado por la Organización Mundial de Turismo (OMT) y Cegos revela cuáles serán los perfiles más solicitados por las empresas turísticas durante los próximos cinco años. Bajo el título 'El futuro del trabajo en el Turismo y el desarrollo de competencias', presenta una panorámica global del impacto del empleo en Turismo y sus tendencias, revisa los retos y oportunidades para el Sector, y sugiere un conjunto de recomendaciones a los países con el objetivo de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (ODS) a través del Turismo.

Según el informe, el perfil que más empresas vinculadas al Turismo tienen previsto incorporar es el

profesional experto en el mundo digital y las nuevas tecnologías (47%). Le sigue de cerca atención y servicio directo al cliente, opción señalada por el 45% de los participantes en la encuesta, mientras que operaciones completa el podio con un 33%. Por detrás figuran analistas de datos (28%), liderazgo/*management* (28%), comercial (25%) y administrativo/financiero (18%).

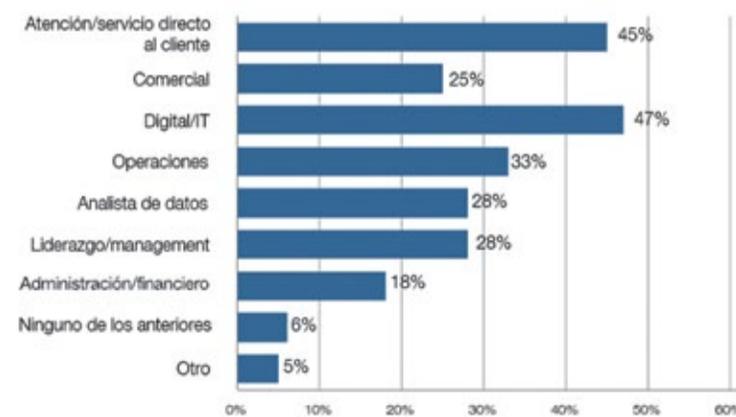
La robotización no impactará

En relación a las competencias más demandadas, se prevé que la empresa privada priorizará el compromiso con el trabajo (25%), por delante del enfoque al cliente (20%), la creatividad e innovación

(19%) y la capacidad de trabajar en equipo (13%). Según el estudio, el *big data* y *data analytics* (49%), junto con la tecnología aplicada al medio ambiente (41%), serán las soluciones digitales más relevantes en el próximo lustro. Después están el entorno *app/web* y *social media* (37%) e Internet de las cosas (30%).

Mientras que la robotización sí ha ganado presencia en otros sectores económicos, ninguno de los grupos de interés consultados considera que vaya a tener un impacto relevante en el futuro del Sector. Sin embargo, la mitad de los trabajadores y estudiantes piensa que sí reducirá opciones de empleo. Se identifica como un riesgo no utilizar los canales de intermediación.

Perfiles de posible incorporación en cinco años



Fuente: OMT y Cegos.

© NEXOTUR

La rentabilidad del canal indirecto es un 34% superior que la que ofrece el directo

Un 50% de las ventas de las aerolíneas se realizan a través de agencias

"La rentabilidad del canal indirecto es una realidad indiscutible". Así lo subraya en una entrevista concedida a NEXOTUR el director general de Amadeus

España, quien estima que es un 34% superior que la venta directa. El directivo también habla sobre los avances de Amadeus Selling Platform Connect.

Las agencias de viajes, en muchas ocasiones objeto de un trato discriminatorio por parte de grandes proveedores de la industria turística, se mantienen como el canal más eficiente. En una entrevista concedida a NEXOTUR, el nuevo director general de Amadeus en España y Portugal, Christian Boutin, afirma que "la rentabilidad del canal indirecto es una realidad indiscutible". En concreto, estima que está "un 34% por encima de la que ofrece la venta directa".

El directivo pone sobre la mesa estos datos al ser preguntado por los recargos aplicados por International Airlines Group (IAG), Air France KLM y Lufthansa, recordando, además, que "un 50% de las ventas de las aerolíneas, incluidas las low cost, se realizan a través de agencias de viajes". Sin embargo, prefiere no entrar a valorar la estrategia seguida



Christian Boutin

por los citados grupos aéreos, argumentando que "cada cual desarrolla su estrategia en función de las políticas que considera más adecuadas". "El acierto o desacierto de las medidas que puedan poner en marcha esas firmas les corresponde a ellas y son las responsables únicas de esos análisis", añade.

Reservas vía NDC

Boutin, que se estrenó en el cargo el pasado octubre, explica que la prioridad de Amadeus "es trabajar para proporcionar las mejores soluciones a la industria del Turismo y los viajes". "Y fruto de ese compromiso es la creación de Amadeus Travel Platform, la plataforma donde todas las agencias pueden conectarse y colaborar para responder a los deseos de los viajeros y proporcionarles

una amplia selección de opciones en todo momento".

Preguntado por la adaptación de Amadeus a los cambios que ha traído New Distribution Capability (NDC), el directivo apunta que "nuestra plataforma de reservas en la nube, Amadeus Selling Platform Connect, ya permite a las agencias (de forma gradual) comprar, realizar pedidos, efectuar pagos y gestionar ofertas de viajes de aerolíneas mediante esta conectividad". "Es todo un hito y supone un paso más en la promoción de la adopción del NDC", resalta.

Según detalla, "numerosos socios clave del programa NDC [X] ya están usando la versión de Selling Platform Connect con NDC, y están procesando reservas". "El acceso a las agencias sigue el desarrollo previsto y durante los próximos meses se iniciará su implementación gradual, mientras que, en paralelo, la solución se siga mejorando con más contenido y funcionalidades".

Los pagos disminuyen tras 18 meses al alza

La incertidumbre económica impacta en el consumo de viajes. Según los últimos datos recogidos por la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, los pagos efectuados por los españoles para viajar al extranjero se redujeron un 0,7%, situándose en 2.029 millones de euros (15 millones menos que en el mismo mes de 2018).

A pesar de tratarse de una caída moderada, resulta especialmente llamativa la evolución del emisor en noviembre si se tiene en cuenta que venía experimentando un crecimiento imparable desde mayo de 2018. Es decir, con este retroceso se pone fin a 18 meses consecutivos de crecimiento.

Hay que remontarse a abril de 2018 para observar la última caída. En aquella ocasión se produjo un descenso interanual del 1,7, si bien tuvo una clara influencia el adelanto de la Semana Santa a marzo. Algo similar sucedió en abril de 2016, cuando la celebración de dicha festividad en marzo provocó una caída del 9,5%. A excepción de estos dos meses, así como de noviembre de 2019, los pagos por Turismo de los españoles han



En noviembre acaba etapa positiva.

crecido en todos y cada uno de los meses desde junio de 2013.

Esta espectacular evolución ha propiciado que en los últimos ejercicios se hayan superado con creces los niveles precrisis, batiendo récords año tras año. Y a pesar del bache de noviembre, con independencia de lo que ocurra en diciembre, en el global de 2019 se superarán nuevamente todos los registros. Es más, a falta de un mes, los pagos por Turismo ya están por encima del hasta ahora récord alcanzado en el global de 2018. En esos 12 meses se situaron en 22.692 millones de euros, frente a los 22.874 millones desembolsados por los residentes en el país en los 11 primeros meses de 2019.

GRUPO GEA CERCA DE TI

Servicio Personalizado y de Calidad

DELEGACIONES:

NORTE

CATALUÑA Y BALEARES

CENTRO

SUR, LEVANTE Y EXTREMADURA

ISLAS CANARIAS

Visitas personales, reuniones zonales, encuentros profesionales, resolución de problemas e incidencias...



www.grupogea.com
952 37 66 55

25
años

Latam deja Oneworld a partir del 1 de mayo

Latam Airlines Group dejará de pertenecer a Oneworld a partir del 1 de mayo. Pese a su salida, mantendrá los acuerdos bilaterales existentes con la mayoría de las aerolíneas que forman parte de la alianza, entre ellos los que firmó con Iberia, British Airways, Cathay Pacific y Finnair, entre muchas otras. Estos cambios vienen para implementar el acuerdo de Latam y Delta.

Azul Marino celebra su convención en Bilbao

Entre el 7 y el 9 de febrero, Azul Marino ha celebrado su convención en Bilbao. Con un formato renovado plagado de "sorpresas" como ha subrayado su CEO, Juan del Hoyo, ha contado con la participación de más del 90% de la plantilla del grupo turístico vasco, a los que se han sumado representantes de más de una treintena de proveedores punteros del Sector.

Salamanca acoge cerca de 700 reuniones en 2019

Salamanca ha acogido 681 reuniones congresuales en 2019, según los datos recogidos por el Salamanca Convention Bureau con la ayuda del Observatorio Turístico de la Sociedad de Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca. En estas reuniones han participado 139.550 delegados, registrándose un número medio de participantes por reunión de 205.

Irizar presenta su primer autobús autónomo

El pasado 24 de enero se ha presentado en el Ayuntamiento de Málaga el primer autobús autónomo del Grupo Irizar. Un proyecto pionero en movilidad que en pocos meses comenzará a circular, de la mano de Avanza, en la ciudad de Málaga. El autobús desarrollado para esta prueba es el modelo Irizar ie bus, un vehículo 100% eléctrico cero emisiones.

Cifras récord del destino España pese a la ralentización con cerca de 34 millones de turistas internacionales

Oliver: 'Estos magníficos datos nos permiten afrontar 2020 con unos sólidos pilares y confianza'

España sigue batiendo récords, si bien la recuperación de destinos competidores y el cierre de Thomas Cook impactan en el segundo semestre. El año 2019 se cierra con 83,7

millones de turistas y un gasto de 92.278 millones, lo que suponen crecimientos del 1,1% y del 2,8% más, respectivamente. La secretaria de Estado de Turismo celebra

"las buenas cifras con las que ha cerrado 2019, mostrando el dinamismo del Turismo en un año no exento de dificultades como el Brexit y la quiebra de Thomas Cook".

El destino España concluye 2019 con las mejores cifras de su historia, si bien muestra claros signos de desaceleración en el último tramo del año. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), el país ha recibido en 2019 83,7 millones de turistas internacionales, lo que supone un repunte interanual del 1,1%. Su gasto asciende a 92.278 millones de euros, un 2,8% más que en 2018.

En gran medida, la evolución positiva del Turismo receptivo se debe a las grandes cifras registradas en la primera mitad del año, en la que tanto las llegadas como el gasto crecieron de forma significativa. Sin embargo, en la segunda mitad de 2019 se ha observado una clara ralentización en el desembolso turístico, con tasas mucho más moderadas, y un descenso de las entradas en cinco de los últimos seis meses.

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, celebra "las buenas cifras con las que ha cerrado 2019, mostrando el dinamismo del

Turismo en un año no exento de dificultades como el Brexit y la quiebra de Thomas Cook". "Estos magníficos datos nos permiten afrontar 2020 con unos sólidos pilares y con la confianza de que tenemos un Sector fuerte capaz de mantener a España como líder mundial en competitividad turística", subraya.

Fortaleza mercados lejanos

Profundizando en los datos de 2019, cabe destacar que mercados emisores secundarios, entre ellos algunos de larga distancia, han jugado un papel decisivo para contrarrestar la caída experimentada por las tres grandes potencias. Con más de 18 millones de turistas internacionales, Reino Unido ha sufrido un retroceso del 2,4%. Le siguen Alemania, con casi 11,2 millones (-2,1%), y Francia, con 11,1 millones (-1,2%). Del resto de países, destacan los aumentos protagonizados por Estados Unidos (+12,6%), Rusia (+6,9%) e Irlanda (+6%).

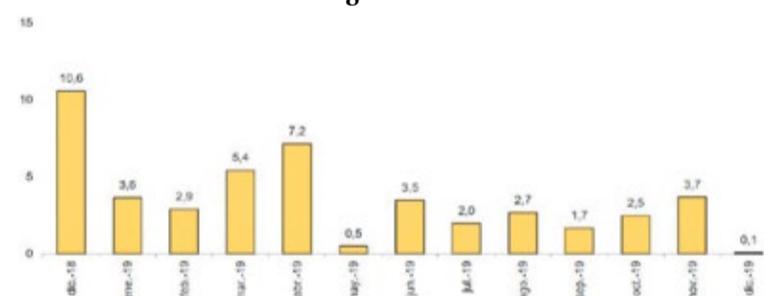
Por Comunidades autónomas de destino, Cataluña se mantiene en lo más alto con cerca de 19,4 millones, lo que supone un incremento del 0,8%. Le siguen Baleares (con 13,7 millones y un descenso del 1,2%) y Canarias (con más de 13,1 millones, un 4,4% menos). Cabe destacar el avance de Madrid, que en 2019 ha sido el punto de destino de 7,6 millones de turistas, un 7% más que en 2018.

En relación al gasto, las tres primeras posiciones son para Cataluña (21.325 millones y un aumento del 4,1%), Canarias (16.866 millones, un 1,4% menos que en 2018) y Baleares (14.878 millones, un incremento del 0,8%). Madrid protagoniza un espectacular incremento del 12,6%, con 10.452 millones. En cuanto a los países emisores, Reino Unido es el que presenta mayor gasto acumulado con 17.986 millones (+0,2%). Por detrás figuran Alemania con 11.722 millones (-2,1%) y Francia con 7.596 millones (+2,6%).

Llegadas de turistas internacionales por meses



Tasa de variación anual del gasto total de turistas internacionales



Fuente: INE.

© NEXOTUR

LTN Spain se incorpora al negocio de las agencias de viajes asociadas 'con un proyecto más completo'

Persiguen 'aportar valor real a las agencias, tanto si están asociadas a nuestra marca como si no lo están'

Dentro de su estrategia de diversificación, LTN Spain, marca con presencia en el mercado español desde hace aproximadamente dos años, se ha incorporado al negocio de las agencias de viajes asociadas. Según detalla en una entrevista concedida a NEXOTUR, su responsable, David Ballesteros, "en estos momentos ofrecemos valores añadidos, producto y contratación a las agencias corporativas, basándonos en nuestra experiencia en esta línea de negocio".

Además, revela que "estamos variando un poco el plan y trabajamos en un proyecto más completo" con el que persiguen "aportar valor real a las agencias, tanto si están

asociadas a nuestra marca como si no lo están, y para cualquier línea de venta". "En el primer trimestre del 2020 estará en el mercado", avanza.

Aportar valor

Preguntado por las diferencias de su propuesta respecto a la ofertada por el resto de grupos con presencia en el negocio de las franquicias y asociadas, el que fuera director comercial de Halcón Viajes explica en primer lugar que "las agencias pequeñas están faltas de herramientas y valores que les permitan mantenerse en sus ciudades y zonas de influencia". "Les cuesta mucho competir con las grandes marcas

y no pueden invertir en publicidad y posicionamiento", prosigue. En este sentido, asegura Ballesteros que "nosotros les ofrecemos tecnología que les aportará valor como agencia, tanto en precio como en producto y servicio; una marca multinacional; experiencia; y un equipo a su servicio".

Aunque reconoce que la competencia es muy agresiva, Ballesteros se muestra convencido del éxito del proyecto iniciado por LTN Spain, argumentando que "como decía antes, es necesario aportarles un valor real, tangible y que lo puedan monetizar". "Para eso es necesaria la tecnología y nosotros la tenemos", concluye Ballesteros.



David Ballesteros es el máximo responsable de LTN Spain.

Multitudinario acto de Iberia en la MBFW Madrid

Iberia presenta sus nuevos uniformes por todo lo alto. En Mercedes-Benz Fashion Week Madrid ha organizado un desfile inusual, apostando por una puesta en escena sorprendente, para mostrar la más de una veintena de prendas y complementos para 30 estilismos.

El multitudinario evento ha contado con el presidente y consejero delegado de la aerolínea, Luis Gallego, en el que será seguramente uno de sus últimos actos públicos antes de convertirse en consejero delegado de International Airlines Group (IAG). El directivo ha aprovechado para recordar la exitosa transformación protagonizada por Iberia.

VisitBritain subraya que 'los ciudadanos de la Unión Europea pueden reservar con total tranquilidad'

A pesar de la incertidumbre, el Reino Unido espera alcanzar la cifra récord de 39,6 millones de turistas

Con motivo de la salida del Reino Unido de la Unión Europea este viernes 31 de enero, la agencia de Turismo del país, VisitBritain, ha emitido un mensaje de confian-

za y bienvenida a los ciudadanos de la Unión Europea, señalando que, a pesar de la problemática del Bréxit, los usuarios de países de la UE podrán realizar sus reservas

como lo llevaban haciendo anteriormente y sin ningún tipo de problema. Desde ABTA también inspiran confianza a los usuarios comentando que "nada cambiará".

Desde VisitBritain recuerdan que los efectos del Brexit no se dejarán notar hasta al menos la finalización del presente año, por lo que a lo largo de 2020 se mantendrán los servicios habituales de transporte y los turistas podrán seguir viajando con el DNI, así como usar la Tarjeta Sanitaria Europea.

El director para Europa de VisitBritain, Robin Johnson, lanza un mensaje de tranquilidad, recalcando que "los ciudadanos de la Unión Europea pueden viajar a nuestro país en 2020 como siempre y hacer sus reservas con total tranquilidad". "Les seguiremos recibiendo con los brazos abiertos", subraya.

Johnson asegura que "nuestras campañas para transmitir confianza al público y nuestros mensajes de bienvenida han sido muy bien recibidos por los clientes europeos". "Además, este año nuestros hoteles, tiendas y puntos de interés

turístico van a presentar programas muy atractivos, así que es el momento perfecto para reservar un viaje a Gran Bretaña", sostiene.

El destino espera buenas cifras

Un estudio de VisitBritain revela que para la mayoría de los viajeros potenciales procedentes de Europa, el Brexit no va a influir en su decisión de pasar unas vacaciones en este país, que se sigue percibiendo como un destino acogedor. Es más, para 2020 se prevé que Reino Unido alcance la cifra récord de 39,6 millones de turistas, un 2,9% más que en 2019. También crecerá, en este caso con mayor intensidad, el gasto efectuado por los mismos. Se espera que ascienda a unos 31.200 millones de euros, un 6,6% por encima de las cifras registradas hace un año.

Por otro lado, los usuarios muestran una gran inseguridad.

Según revela un estudio de la Asociación Británica de Agencias de Viajes (ABTA), un 31% de las personas consultadas aseguran desconocer cómo afectará el Brexit a sus planes de viaje. Otro dato que demuestra el clima de inseguridad es el aumento de tres dígitos de las visitas realizadas en el espacio habilitado en la página web de la Organización para resolver las dudas relacionadas con la salida de Reino Unido de la Unión Europea. En concreto, se han disparado un 376% en las últimas semanas.

El director ejecutivo de ABTA, Mark Tanzer, ha aclarado que a pesar de la preocupación, "nada cambiará". "Esto significa que tanto los pasaportes como la tarjeta sanitaria europea seguirán teniendo validez", subraya el portavoz de la Asociación, que insiste en que "las personas pueden continuar planificando sus viajes con la confianza



Todo se mantendrá igual al menos hasta el 1 de enero de 2021.

de que las cosas no cambiarán al menos hasta finales de 2020". "ABTA ha estado brindando asesoramiento a los viajeros durante

todo el proceso Brexit y continuará haciéndolo a medida que la relación a más largo plazo con la Unión Europea se aclare", concluye.



avasa
TRAVEL GROUP
SIEMPRE MÁS LEJOS

Únete a uno de los grupos de agencias de viajes más importante y haz volar tu empresa

Mejora de la rentabilidad

de la agencia gracias a nuestra tecnología y negociaciones

+5%

aumento de la productividad gracias a nuestra tecnología

Central de reservas

avión, tren y barco con tarifas especiales negociadas

Negociación con proveedores

consiguiendo las mejores condiciones del mercado

24 h

servicio 24 horas para ti y para tus clientes corporativos

+38

años de experiencia y un equipo de 25 profesionales

Formación continua

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

Asesoramiento para tu empresa

constante para que tu empresa esté a otro nivel

Herramientas de marketing

y tecnológicas para la captación de clientes e incremento de ventas

Desde **1980**

grupo vacacional y corporativo pionero a nivel nacional



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

La COP 'ha sido uno de nuestros mayores logros'

Feria de Madrid (Ifema) acogió la Cumbre del Clima de la ONU, COP25, del 2 al 13 de diciembre. El director general de la institución madrileña, Eduardo López-Puertas, comenta algunos de los aspectos más llamativos de este evento que tuvieron que organizar en tan solo 18 días, siendo "uno de nuestro mayores logros, por la dimensión del reto".

Avis presenta un nuevo concepto de movilidad

Avis ha presentado Intermovilidad, un nuevo servicio de movilidad pensado para las grandes ciudades como Madrid que integra un modelo flexible y completo de gestión de las necesidades del cliente y una visión estratégica sostenible con el entorno. Esta novedosa oferta se incorpora a la Propuesta de Movilidad Flexible, un nuevo ecosistema de movilidad de la compañía.

Alsa consigue renovar su Sello de Excelencia

El operador de movilidad Alsa ha renovado recientemente el Sello de Excelencia Europea EFQM 500+ que obtuvo en el año 2018, con el máximo nivel de reconocimiento, lo que acredita que es una de 122 entidades españolas que actualmente cuentan con el Sello EFQM 500+, y una del reducido grupo de 16 empresas que supera los 550 puntos de valoración.

Barcelona y Renfe potencian las reuniones

Turismo de Barcelona y Renfe han firmado un acuerdo que tiene como objetivo principal el de promocionar conjuntamente los servicios de transporte en ferrocarril de Renfe y Barcelona como destino turístico y de negocios. Por este motivo, se ofrecerán descuentos a los delegados y asistentes de todas las actividades congresuales alrededor del 35%.

La tecnología ayuda en la mejora de la gestión de viajes y gastos relacionados

El ahorro de tiempo gracias a la automatización mejora la productividad

Un informe realizado por Captio ha destacado que el proceso de digitalización en el que nos encontramos es beneficioso para los procesos de gestión dentro de

las empresas. Además, el hecho de contar con estas nuevas tecnología favorece la productividad de los trabajadores y, en consecuencia, más ingresos.

La incorporación de la tecnología a las labores de gestión de viajes y los gastos relacionados mejora todo el proceso y ayuda a aumentar la productividad de los trabajadores, según concluye el 'Informe de tendencias en gestión de viajes y representación' de Captio, en su edición de 2020, realizado a través de una encuesta a cerca de 600 profesionales financieros de empresas clientes de la plataforma.

El estudio detecta todavía el alto porcentaje de empresas que siguen utilizando procesos manuales para la gestión de los gastos de viajes. De hecho, el 43% de las empresas sigue gestionando los informes de gastos de forma manual y el 44% no tiene intención de invertir en una solución específica de gestión de viajes en el próximo año. Además, casi la mitad de las empresas (46%) no hace un seguimiento del coste de elaboración de informes de gastos.

El principal motivo para seguir haciendo la gestión de gasto de manera manual es, según el informe, que "nuestros procesos actuales funcionan bien". No obstante, entre las empresas que han invertido o tienen previsto invertir en tecnología para facilitar una mejor gestión de los viajes, el 82% indica la "simplificación del proceso de elaboración de informes de gastos para empleados y gerentes" como uno de los principales motivos por los que migrar a una solución automatizada.

Otro aspecto importante de la gestión de viajes es controlar el fraude interno, por lo que las empresas han de contar con una política de viajes que sea clara y conocida por todos los trabajadores. El estudio de Captio señala que el 72% de las empresas cuenta con una política de viajes aprobada y, de estas, el 58% indica que, en el mejor de los casos, sus empleados que viajan conocen sus políticas de viajes "de forma aceptable, pero debe mejorarse". Asimismo, Captio destaca que es aún más preocupante que el 20% de las empresas que cuentan con una política de viajes aprobada indica que sus empleados que viajan la conocen "mínimamente, en el mejor



Captio apunta a una inmadurez tecnológica de las empresas.

de los casos". Solamente el 27% de las empresas cuenta con un sistema de alertas automáticas cuando se incurren gastos que no se ajustan a la política. "Dista mucho de ser una gestión efectiva de los gastos de viajes", asegura desde la plataforma.

Captio apunta a una inmadurez tecnológica por parte de las empresas y trabajadores a la hora de incorporar nuevas herramientas que mejoren la gestión de los gastos de viajes. Un 53% de las empresas señala que el principal motivo de preocupación relacionado con la gestión de gastos es la "pérdida de tickets en papel/gastos sin tickets por parte de los empleados". En este sentido, la plataforma comenta que las empresas están perdiendo un tiempo vital por culpa de los tickets perdidos o no entregados y que los sistemas automatizados de gestión de gastos permiten que las personas que viajan puedan escanear o fotografiar un ticket en el momento de realizar una compra y enviarlo sin esfuerzo con la nota de gastos.

La tecnología es fundamental Por tanto, desde Captio aseguran que "la tecnología es fundamental

para solucionar los aspectos de la gestión de viajes que necesitan mejorar", como la falta de visibilidad de los datos de viajes que no permite identificar tendencias o datos de interés, la falta de control sobre los gastos de viajes o la necesidad de reducir los costes de procesamiento para generar informes de gastos. Al respecto, la plataforma afirma que "instalar una solución tecnológica automatizada de gestión de gastos es una inversión que las empresas de cualquier tamaño pueden recuperar rápidamente". El informe detalla que de las empresas que han invertido en este tipo de soluciones, alrededor del 57% ha recuperado su inversión en un año o menos y casi el 70% la ha recuperado en cerca de dos años o menos.

Entre los principales beneficios que aportan este tipo de soluciones, las empresas señalan a la mejora de la eficiencia y de los procesos de generación de informes de gastos, la reducción de los costes de procesamiento, la accesibilidad móvil, la eliminación de algunos pagos por gastos duplicados, la reducción de recargos y necesidades de personal y una mayor productividad de los empleados.



La propuesta recoge 12 prioridades a tener en cuenta.

Confibus traslada propuestas por la movilidad sostenible

La Confederación Española de Transporte en Autobús, Confibus, ha hecho públicas las propuestas que desea hacer llegar al nuevo Gobierno. En el documento, se recogen las prioridades que consideran imprescindibles para dar el impulso definitivo a un sector estratégico para la economía y la sociedad españolas, que garantiza la movilidad de las personas en todo el territorio nacional y contribuye al desarrollo de la principal industria de nuestro país, el turismo. En concreto, el sector del Autobús permite la movilidad de casi 3.000 millones de viajeros al año, une a más de 8.000 núcleos de población, da empleo a 95.000 personas y factura en torno a 6.000 millones de euros.

En total, la propuesta recoge 12 prioridades que llaman a fomentar la competitividad, modernizar los servicios y mejorar la calidad del transporte público por carretera. En este sentido, Confibus solicita una política integral que contemple a todos los modos de transporte de manera conjunta y equilibrada, aunando las competencias en tráfico y transporte, que sirva para impulsar un nuevo mapa de rutas de autobús, adaptado a las necesidades actuales y que fomente la intermodalidad. Además, pide potenciar el transporte en autobús como parte de un plan contra la España vaciada.

Asimismo, pone el foco en la necesidad de evolucionar hacia un modelo de organización de servicios de transporte público que, además de contribuir a la sostenibilidad medioambiental y económica, apueste por los máximos estándares de calidad

y seguridad vial. Esto, según la confederación, pasa por impulsar el transporte público colectivo con medidas fiscales y un marco normativo de financiación que incentive su uso. También propone desarrollar un Plan de modernización y rediseño de las estaciones de autobuses, además de habilitar carriles bus y plataformas reservadas para reducir las externalidades de la carretera.

Modelo sostenible

Consciente de los desafíos medioambientales a los que se enfrenta la sociedad, Confibus orienta sus propuestas a la consecución de un modelo de transporte más sostenible. Por ello, defiende el fomento de las flotas sostenibles con todas las tecnologías limpias (eléctrica, híbrida, gas natural, hidrógeno...), que permitan garantizar los servicios de transporte de personas. La confederación plantea como medida la reintroducción de la desgravación fiscal en el Impuesto de Sociedades, por la adquisición de vehículos industriales más eficientes desde el punto de vista medioambiental.

Por último, aboga por la diversidad, la igualdad de condiciones y la apertura del Sector a las nuevas generaciones. Otra de sus principales propuestas se centra en desarrollar e implantar medidas, que faciliten la incorporación laboral de los jóvenes y otros perfiles de trabajadores a la profesión de conductor de autobús en un sector que cuenta con un modelo social y de relaciones laborales que favorece un empleo estable.

La Red de Ciudades AVE venderá a través de su web

El 2020 se convertirá en un punto de inflexión para la Red de Ciudades AVE. En su primera asamblea general ordinaria, celebrada en el marco de Fitur, se ha aprobado la creación de una nueva web diseñada y pensada para nutrir de toda su oferta tanto a las agencias de viajes como al público final.

La plataforma, que aún no está operativa, ofrecerá la posibilidad de reservar tren, hotel y experiencias en todos los más de 500 destinos que integra. En la asamblea, la Red de Ciudades AVE, cuya presidencia ejerce Sevilla, también se ha dado luz verde a la ampliación de miembros, el plan de promoción y el presupuesto para este 2020.

La organización nació hace 15 años y con el tiempo ha ido afianzando su marca en el mercado. Destaca especialmente su apuesta por la internacionalización de la misma, para lo que ha participado de forma directa en algunas de las grandes ferias de Turismo del mundo.

Globalia crea para su red de agencias de viajes la plataforma Halcón Activities

Se trata del primer paso para introducir las ventajas de la inteligencia artificial

Las 700 agencias de viajes de Halcón y Ecuador dispondrán a partir de ahora de Halcón Activities, plataforma que permite contratar

actividades en destino. Aglutina la oferta de Viator, Musement y Tiqets, a los que se sumarán Globalia WIS y Civitatis, con una oferta

consolidada de más de 200.000 actividades, traslados en más de 170 países, más de 4.700 destinos y 3.000 aeropuertos.

Globalia lanza Halcón Activities, plataforma destinada a la comercialización de actividades y experiencias a través de la red de agencias de la división minorista de Globalia. Con esta nueva propuesta traveltech, ofrece al cliente el producto específico que quiera experimentar en destino, dando un nuevo paso en la evolución hacia una venta experiencial.

En palabras del director de la unidad de negocio vacacional de la división minorista, Carlos de Lucas, "la incorporación de Halcón Activities es una excelente noticia, pues con esta herramienta de nuestra red de tiendas propias y franquicias favorecemos la especialización de los agentes en su labor de asesoramiento y personalización de los viajes de nuestros clientes". "La mejora que esta herramienta tecnológica ofrece nos consolida como la mejor red del mercado", afirma.

Halcón Activities permitirá la exposición *online* del producto de plataformas como Viator, Musement y Tiqets, con una oferta consolidada de más de 200.000 actividades, traslados en más de 170 países, más de 4.700 destinos y 3.000 aeropuertos. Próximamente también incorporará el contenido de Globalia Welcome Incoming Services (WIS) y Civitatis, con la que colabora desde 2019.

Alianza con Servantrip

Para su lanzamiento, el equipo de Globalia comenzó hace un año a trabajar con Servantrip, cuyo CEO, Manuel Núñez, destaca que la alianza "es un paso crucial en la transformación de la oferta de servicios al viajero por parte de las agencias, más orientada a la personalización de los servicios en destino". Servantrip proporciona una solución de *software* como servicio (SaaS) avanzada que permite



Dispondrá de esta herramienta toda la red de franquicias y tiendas propias.

personalizar la oferta de servicios de forma ágil y sencilla, reduciendo el tiempo de contratación.

Esta tecnología está también preparada para la posterior introducción de recomendaciones de actividades personalizadas a través de inteligencia artificial. Igualmen-

te, la nueva herramienta abre la posibilidad a Globalia Corporate Travel de enriquecer el servicio que aporta a sus clientes ofreciéndoles la opción, cada vez más demandada, del *bleisure*, tendencia en auge que implica la combinación de los viajes de negocios con el tiempo libre.

GRACIAS por confiar un año más en DIT Gestión



Novedades principales presentadas en <Fitur>:

- Exclusividad de Tarifas para Jóvenes con STA
- Nuevo Comparador Aéreo
- Nueva Web B2C
- Nueva Intranet

DITGESTION

Mucho más que un grupo de gestión

Alianza de Air France, KLM, Delta y Virgin

Air France, KLM, Delta Air Lines y Virgin Atlantic han establecido una única *joint venture* transatlántica, lo que les permitirá poner a disposición de sus clientes una mayor oferta de destinos y de opciones cuando viajen entre la Unión Europea, Reino Unido y Norteamérica. Air France, KLM y Delta han mantenido una asociación desde 2009 y Virgin Atlantic y Delta desde 2013.

Fórum Evolución cierra 2019 como su mejor año

El Palacio de Congresos Fórum Evolución de Burgos ha cerrado 2019 como el mejor año en términos absolutos de su historia. Se han celebrado 184 eventos con 151.813 asistentes, de los que un 76% son de ámbito congresual (congresos, convenciones, ferias, reuniones...) y un 24% de ámbito cultural (espectáculos y exposiciones). La previsión para los próximos meses es muy positiva.

Carrefour promociona México como destino

Carrefour ha celebrado a principios de febrero la 'Semana de México' en 20 establecimientos de ocho Comunidades autónomas. Viajes Carrefour en colaboración con Visit México y Aeroméxico ha ofrecido promociones en 'paquetes' de viaje exclusivos. El surtido de esta muestra monográfica ha estado compuesto por más de 150 productos.

Iberia y Alsa combinan billetes de autobús y avión

Alsa e Iberia han renovado en Fitur Bus & Fly, por el que trasladan a pasajeros desde distintas ciudades españolas hasta la Terminal 4 para que conecten con los destinos internacionales de Iberia. Bus&Fly esta disponible en Albacete, Burgos, Granada, León, Logroño, Lorca, Murcia, Ponferrada, Salamanca, San Sebastián, Santander, Soria, Toledo, Valladolid, Vitoria y Zaragoza.

Viajes El Corte Inglés planea expandir la marca Utópica tras su éxito en Madrid

Un 'comienzo apasionante' de la marca boutique de Viajes El Corte Inglés

El plan de negocio de Utópica, la agencia boutique creada por Viajes El Corte Inglés a mediados de 2018, recoge la apertura de nuevas tiendas. Según adelanta

a NEXOTUR el director de la marca, Javier Urrutia, están analizando la posibilidad de dar el salto a ciudades como Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao.

Viajes El Corte Inglés tiene previsto llevar la marca Utópica a otras ciudades españolas tras el exitoso arranque de la primera tienda ubicada en Madrid. En declaraciones a NEXOTUR, el director de la agencia, Javier Urrutia, avanza que "el plan de negocio incluye la apertura de nuevas tiendas", en principio una por ciudad, "en grandes capitales españolas como Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao". "Estamos analizando la posibilidad de realizar aperturas, si bien no hay plazos", aclara.

El directivo destaca que Utópica ha tenido "un comienzo apasionante porque hemos tenido una enorme aceptación tanto por parte de los clientes como de los proveedores". "Lo que nació como un proyecto de viajes ha ido engrandeciéndose, convirtiéndose en algo más complejo y mágico, combinando educación, Turismo y colaboración social y medioambiental", detalla.

Preguntado por los resultados obtenidos en esta etapa inicial, Urrutia revela que "vamos a cerrar el año en presupuesto, alcanzando una facturación de tres millones de euros". Y de cara a 2020 la previsión es llegar a cinco millones de euros, cifra nada desdeñable si se tiene en cuenta que Utópica solo vende de forma presen-

cial o vía telefónica, renunciando a la distribución *online*. Pero más allá de este elevado nivel de ingresos, el directivo se muestra especialmente orgulloso del "alto nivel de satisfacción de nuestros clientes, algunos de los cuales ya han repetido".

En relación a las fortalezas de la marca, que compite con agencias de viajes con una amplia trayectoria en el segmento de grandes viajes, Urrutia hace referencia, además de al mencionado compromiso social y medioambiental, a que "nosotros cubrimos el mundo entero". "Disponemos de 150 programas en los cinco continentes", remarca.

Proyecto Utópica Challenge

El directivo ha hecho estas declaraciones a NEXOTUR en la presentación del proyecto Utópica Challenge, lanzado junto a IE Business School y con el que se busca impulsar el entorno económico, social y ambiental de comunidades locales en diferentes regiones del mundo. Se estrena con un reto dirigido a estudiantes de International MBA y Master in Management de IE Business School para desarrollar planes que mejoren los ingresos de las mujeres caficultoras del Cauca (Colombia).



El director de Utópica, Javier Urrutia.

Esta primera edición cuenta con la empresa Supracafé como anfitriona e impulsora del proyecto. Iberia, Seguros El Corte Inglés, ICEX y ProColombia son partners que contribuyen a su puesta en marcha. Los equipos de estudiantes que se presenten deberán realizar un plan estratégico, de negocio y de marketing que permita optimizar los ingresos de las familias productoras del café ecológico y de comercio justo de la Asociación de Mujeres Caficultoras del Cauca. El proyecto tiene vocación de continuidad; primero con el desarrollo y seguimiento de la edición del Cauca, y posteriormente con otras iniciativas que se desarrollarán en otros lugares del mundo.

Reino Unido representa un 10% del PIB de Canarias

La Consejería de Turismo, Industria y Comercio de Canarias ha iniciado un estudio sobre la repercusión del Brexit no solo en el Turismo, sino también en la industria y el comercio de Canarias. Según detalla la responsable del departamento, Yaiza Castilla, contemplará un análisis macroeconómico de mercados que dibuje los diferentes escenarios que generaría y, en base a ello, definirá qué acciones de contención y fomento se podrían realizar. El estudio estará disponible en un plazo de dos meses.

La consejera recuerda que "Reino Unido supone aproximadamente un tercio del Turismo en Canarias, con una facturación superior a los 5.000 millones de euros". En este sentido, señala que "dado que el Turismo representa el 35% del PIB canario, y el mercado británico es un tercio de los turistas que llegan a las islas, puede estimarse que representa en torno a un 10% al PIB canario".

No obstante, desde la consejería recuerdan que el Turismo británico ha crecido en los últimos años de forma espectacular en Canarias y lo siguió haciendo incluso después de que el referéndum de 2016 otorgara la mayoría a los partidarios del Brexit y la libra se depreciase de manera inmediata en torno a un 15%. "No sólo no dejaron de venir, sino que el número de turistas británicos creció ese año un 17%", ha subrayado la consejera, que destaca que "los turistas británicos



La consejera de Turismo, Industria y Comercio, Yaiza Castilla.

se encuentran en Canarias como en su propia casa, aunque con un clima mucho mejor".

Promoción turística

Por otro lado, Castilla revela que el Gobierno autonómico destinará en 2020 un total de 24 millones a promoción turística con el objetivo de reactivar la demanda de los principales mercados emisores, dedicando especial atención a Reino Unido, Alemania y países nórdicos, así como a otros en los que existe margen de crecimiento. Además, recuerda que en 2019 se puso en marcha campaña específica vinculada al Brexit. Bajo el concepto 'pase lo que pase seguiremos siendo amigos' (*whatever happens, friends will be friends*), se apelaba a la histórica vinculación entre Reino Unido y las islas.

IAG7 Viajes apuesta por 'dar continuidad en el tiempo' a su UTE que mantiene con Nautalia Viajes

Ganar el CORA 'nos ha permitido adquirir una experiencia única' afirma su consejera delegada

La Unión Temporal de Empresas (UTE) formada por Nautalia e IAG7, denominada IALIA Viajes, resultó a principios de 2018 la gran vencedora en la carrera por hacerse con el contrato centralizado de servicio de agencia de viajes de la Administración General del Estado, conocido en el Sector como CORA. Se impuso en los dos lotes a los que aspiraba (había un total de cinco), los cuales precisamente eran los de mayor cuantía: de 17,4 millones y 16,9 millones por año.

En una entrevista concedida a NEXOTUR, la consejera delegada de IAG7 Viajes, Fina Muñoz, hace balance positivo de estos casi dos primeros años, destacando que ha sido un proyecto "muy interesante y nos ha permitido adquirir una experiencia única en el mercado". "La percepción y comentarios que nuestros clientes y viajeros nos trasladan en el día a día, nos permiten asegurar que los equipos de gestión están realizando un gran trabajo y eso nos proporciona la

satisfacción de constatar que la inversión está mereciendo la pena", afirma la directiva.

Prorrogado hasta diciembre

El contrato, inicialmente de dos años y que en principio debía vencer en abril, puede ampliarse por otros dos. Y de momento ya se han aprobado nueve meses adicionales, es decir, hasta diciembre de 2020. Por lo tanto, todavía es pronto para saber si IAG7 Viajes repetirá candidatura.

"En principio, la estructura de la licitación puede o no ser similar con la anterior, esto es algo que nosotros no podemos predecir", apunta Muñoz, quien, sin embargo, se muestra convencida de que "el proyecto de IALIA Viajes debe tener continuidad en el tiempo". "Por lo tanto, llegado el momento, nuevamente valoraremos nuestro posicionamiento y decidiremos aquello que creamos nos puede asegurar continuar con nuestras estrategias de crecimiento y rentabilidad", avanza.



La consejera delegada de IAG7 Viajes, Fina Muñoz.



GRUPO GEA

INFORMACIÓN

AÑO 2020 - NÚM. 1



GEA ayuda a las agencias a competir en su mercado local

El grupo ofrece condiciones ventajosas, herramientas digitales, campañas comerciales y marketing unificado



La apuesta continuada de GEA por facilitar a sus agencias acuerdos y campañas especiales que ayuden a mejorar su rentabilidad y competitividad es, sin duda, un aspecto clave para reforzar su posición. Por esto, desde el Grupo se mantiene una comunicación constante con los principales proveedores, para complementar la oferta al

viajero con ventajas, algunas de ellas exclusivas, en diferentes períodos de ventas a lo largo de año y en los diferentes segmentos.

GEA, integrado en su mayoría por pequeñas y medianas empresas, tiene especial presencia en barrios y pueblos. Esto supone una cercanía y una capacidad de servicios a sus clientes apoyada, además, en las herramientas digitales de ventas propias y de proveedores destacados, configuradores de su capacidad comercial y competitividad.

Marketing y opciones de financiación en la campaña de cruceros y fluviales

Grupo GEA ha lanzado la segunda oleada de venta anticipada de cruceros de mar y fluviales que las agencias podrán publicitar desde el escaparate de la tienda como primer punto de referencia física con el cliente, tanto en papel como desde sus pantallas de TV, con imagen exclusiva y en un formato útil

para redes sociales digitales.

La campaña crucerista, con la que las agencias GEA podrán ofrecer algunas condiciones en exclusiva, se ha consolidado como una referencia comercial y cada temporada supone un lanzamiento muy destacado en sus diferentes oleadas, ya que no solo promueve este segmento de venta, sino que favorece la promoción de las vacaciones en su conjunto a los viajeros al proyectar la reserva anticipada como un modelo de compra con ventajas y beneficios añadidos.

Como recurso añadido a la comunicación con el público, que es fundamental, estas campañas permiten ofrecer opciones de financiación exclusivas hasta 12 meses en condiciones ventajosas, además del medio de pago exclusivo de la tarjeta de crédito visa GEA, realizada en cooperación con la entidad BBVA, por el que el cliente obtiene descuentos especiales.

Viajes Tierras Polares colabora con el programa Planeta Calleja

La agencia de viajes está asociada a Grupo GEA.

La agencia Tierras Polares, liderada por Ramón Larramendi, ha tenido el gusto de colaborar con el programa de televisión Planeta Calleja en el inicio de la nueva temporada. El episodio ha contado con la participación de Ana Botín y ha tenido más de dos millones y medio de espectadores el día de la emisión. "Para Grupo GEA ha sido gratificante ver a Ramón Larramendi en la pantalla y el logotipo de uno de nuestros socios en el cierre de este programa tan seguido", ha dicho Sara Fernández, directora general de GEA.

Desde Grupo GEA reconocen que uno de los valores más importantes de "Tierras Polares es que colabora también en la distribución de su producto, lo que nos permite junto al resto de productos propios de agencias GEA, complementar el abanico de opciones de venta a disposición de las asociadas", explica Fernández.

Desde Grupo GEA se encuentran muy

orgullosos de Tierras Polares y de la trayectoria que está teniendo como marca y como agencia asociada al grupo. "Tierras Polares, al igual que otras agencias GEA, se caracteriza no solo por la especialización de su producto, sino también por la calidad de servicio y profesionalidad", dice la directora general de GEA. Por otra parte, "para nosotros es muy importante este compromiso tan fuerte con el medio ambiente demostrado por Tierras Polares, es un ejemplo a seguir y, sobre todo, una filosofía que compartimos", añade la directora.

A raíz de la aparición en el programa de televisión, Tierras Polares ha tenido una intervención en la sección de viajes del programa de Radio Voz que dirige uno de los agentes de Viajes RAI, Agustín Vázquez, también asociado a Grupo GEA. "Esperamos ver a Tierras Polares en muchos más programas de televisión y radio y, por qué



no, al resto de agencias de Grupo GEA", cierra Fernández.



<https://tierraspolares.es>

<https://www.cuatro.com/planetacalleja/>

Grupo GEA apuesta por el respaldo profesional especializado y de calidad



Raúl Guijarro y Miguel Ángel Cubero. FOTO: GTM

Grupo GEA ha defendido siempre la calidad y personalización del servicio ofrecido a las agencias como aspectos esenciales de su filosofía empresarial. Su presidente y fundador, Prisciliano Fernández, afirma que “la profesionalidad del agente de viajes destaca por su servicio de asesoramiento, con lo que nuestro grupo de gestión debe operar también bajo esa misma lógica a la hora de ofrecer cada uno de nuestros servicios a las agencias asociadas”. Un agente de viaje es “un gran conocedor en materia de turismo y nosotros intentamos facilitarle que se centren en esa, su labor, poniendo a su disposición el asesoramiento de especialistas de otras materias complementarias”, dice Fernández.

Por este motivo, GEA fue el primer grupo de gestión que incorporó este tipo de servicios

auxiliares especializados. Desde 2001, el asesoramiento jurídico, a cargo del especialista en el sector turístico Miguel Ángel Cubero, fundador del Bufete Cubero, que ofrece asesoramiento, gestión y tramitaciones jurídicas a las asociadas de GEA. En 2003, GEA añade un nuevo servicio de apoyo y asesoría, contratando al despacho de asesoramiento en el ámbito Fiscal-Tributario para Agencias de Viajes Finantur, liderado por Raúl Guijarro: desde aquí se resuelven todo tipo de consultas sobre fiscalidad, contabilidad, acreditación y recomendaciones en requisitos financieros para las agencias IATA, mercantil, así como requerimientos administrativos con las respectivas consejerías de Turismo.

Por último, y para seguir cubriendo las necesidades del día a día de las agencias, en 2008 se incorporan los servicios de Neotecnia, donde Tomás Baños facilita un servicio telefónico, remoto y presencial para asesorar y resolver cualquier incidencia informática, además de ofrecer desarrollos personalizados que algunas agencias deciden contratar.

GEA refuerza este abanico de especialistas a disposición de las agencias asociadas con todo tipo de informes, webinars, herramientas personalizadas y seminarios para que sus agentes dispongan en todo momento de información pertinente, actual y especializada.

Grupo GEA líder de agencias de viajes independientes en Portugal

El grupo de gestión, representa casi un 30% de la red de distribución de viajes.

A lo largo de sus ya 17 años de existencia, Grupo GEA Portugal se consolidado año tras año como el grupo de gestión líder de agencias de viajes independientes en el país vecino. Con cobertura por todo el territorio nacional, cuenta en la actualidad con 327 agencias de viajes y 427 puntos de venta en el área continental de Portugal, así como en las islas portuguesas (Azores y Madeira), lo que lo convierte en el mayor grupo de gestión del país. En la actualidad, GEA Portugal representa alrededor del 30% del mercado de distribución de viajes en Portugal.

Al igual que ocurre con GEA España, Grupo GEA Portugal ofrece a sus agencias de viajes adheridas una amplia gama de servicios, que van desde procesos de capacitación certificada hasta herramientas tecnológicas que facilitan la labor del agente de viajes. Además de estas ventajas, GEA Portugal brinda asesoramiento legal, asesoramiento de aviación comercial y asesoramiento contable y fiscal a sus agencias asociadas.

Cabe también destacar la presencia ininterrumpida del Grupo en la principal feria de Turismo del país, la “BTL-Lisbon Tourism Exchange”, con un stand propio desde el año



De izquierda a derecha: Ana Reis, Joana Silva, Nuno Tomaz, Pedro Gordon, Gabriela Silva, Bruno Fonseca y Vanessa Barata

2012. Lo que permite, como ocurre en este tipo de encuentros, no solo un contacto cercano con las agencias de viajes y los distintos operadores, sino también facilitar a sus agencias un contacto directo con el consumidor final, que pase por el stand.

GEA Portugal ha recibido distintos premios que reconocen su trayectoria, como los Portugal Trade Awards, de referencia turística, que avalan la excelencia empresarial en Portugal y que le han sido otorgados hasta tres veces en la categoría de Mejor Agrupación de Agencias de Viajes Independientes.

Con nuevas oportunidades y servicios para sus más de trescientas empresas miembros, Grupo GEA Portugal sigue avanzando con paso firme.

La productora de Grupo GEA cierra 2019 con casi 100 vídeos

Noventa y siete, este es el número total de piezas audiovisuales que GEA TRAVEL MEDIA, la productora de Grupo GEA, ha producido durante 2019. Un canal que se ha configurado como una herramienta más de comunicación del grupo para sus agencias.

Desde principios de año se han cubierto los eventos más importantes de 2019. “Audiovisualmente hablando la temporada arranca con FITUR y con la CIMET”, dice la responsable de la productora, la periodista Mercedes Barrutia. “A partir de este punto de partida, donde este año hemos publicado 25 vídeos entre noticias, entrevistas a ministros y proveedores de servicios del grupo, entregas de premios y menciones a GEA y otros eventos externos, seguimos produciendo”, añade Barrutia.

La productora también da cobertura a los fam trips que organiza Grupo GEA. “Cubrir este tipo de actividades es fundamental porque, por un lado funcionan como herramienta de venta, y por otro da visibilidad a las agencias y a su trabajo y profesionalidad. Y, además, para informar de la relación de Grupo GEA con sus proveedores, ya que sin ellos este tipo de viajes educativos no sería posible”, explica la periodista de GEA TRAVEL MEDIA. En total, gracias a la filmación de los fam trips, el Grupo ha publicado 18 vídeos promocionales y tiene en producción otros diez.

Uno de los puntos fuertes de Grupo GEA son las reuniones zonales y otros encuentros del grupo de gestión, momentos en los que por supuesto siempre está presente la productora. “Grabar e informar sobre este tipo de actividades propias es muy importante para que las agencias y proveedores estén informados sobre el desarrollo empresarial y profesional de GEA, así que las noticias sobre estos eventos son vitales. Además, este año ha tenido lugar el 25 aniversario de Grupo GEA, celebrado en torno a una gran congregación de agencias y proveedores en un crucero por el mediterráneo”, explica Barrutia.

Escanea este código para acceder al canal de GEA TRAVEL MEDIA



o entra directamente en YouTube

GEA TRAVEL MEDIA nace a finales de 2017 con recursos propios del grupo para informar, promocionar y viajar a través de la imagen. Dos años después, el proyecto se ha consolidado como un departamento propio e innovador que traslada a agencias y proveedores del grupo todos los contenidos de su interés, siempre con filosofía GEA.

TRAVELGEA TOURS, premiada por IBERIA en FITUR

El galardón ha sido entregado durante FITUR en un acto en el stand de IBERIA

La agencia TRAVELGEA TOURS, el consolidador aéreo de Grupo GEA, ha recibido un galardón a la mejor agencia de la zona Sur por los resultados obtenidos en las ventas de los productos de IBERIA. El acto de entrega de premios, que ha tenido lugar en el stand de la aerolínea de la Feria Internacional de Turismo 2020 (FITUR), se ha desarrollado en un ambiente

privado en compañía de otras agencias del sector. IBERIA ha otorgado este premio a TRAVELGEA TOURS “en compromiso con los excelentes resultados, por la colaboración en la promoción de los productos de la compañía y por la estrecha relación y apoyo”, ha explicado la aerolínea. Además, han reconocido la labor específica de los profesionales de Grupo GEA, “a todo el equipo

liderado por Sara Fernández, José Ruiz, Antonio Lara y David Cáceres”, han añadido.

Este premio “ha sido fruto del trabajo en equipo de TRAVELGEA y de las agencias GEA que han colaborado y nos han apoyado para llegar a este éxito materializado en forma premio”, ha declarado José Ruiz, responsable del departamento aéreo de TRAVELGEA. “El consolidador TRAVELGEA TOURS es uno de los servicios de mayor éxito dentro de Grupo GEA y este premio otorgado es un ejemplo y de ello y de todo el esfuerzo de los profesionales que día a día dan servicio en exclusividad a las agencias GEA”, dice Sara Fernández, directora general de Grupo GEA.



Momento de la entrega del premio a la mejor agencia en ventas de la zona Sur en el stand de IBERIA. FOTO: Grupo GEA



GEA TRAVEL MEDIA acude a la cumbre de ministros y empresarios previa a FITUR

Ha sido la edición número 23 y, como siempre, ha sido organizada por Grupo NEXO. Una cumbre en la que ministros y empresarios exponen y analizan el presente y el futuro del turismo a nivel mundial y, lo más enriquecedor, su visión del panorama desde el punto de vista particular de cada país participante. Gea Travel Media, la productora de Grupo GEA, ha cubierto este evento y publicado la información en su canal de YouTube.

Los temas principales de la cumbre “han sido la conductividad y la sostenibilidad”, explica la periodista de Grupo GEA y responsable de GEA TRAVEL MEDIA, Mercedes Barrutia. “Esta concentración es fundamental para comprender hacia dónde va el sector”, dice Barrutia. La periodista explica que “afortunadamente va por



un buen camino ya que hemos podido comprobar cómo el compromiso por el turismo sostenible y por el cuidado del medio ambiente ha pasado a ser una cuestión internacional y no conoce fronteras, ni de países ni de empresas”, añade la periodista de GEA.

Además, “estratégicamente para Grupo GEA este evento tiene una especial relevancia. Dentro del Grupo tenemos Argentina, además de Perú y

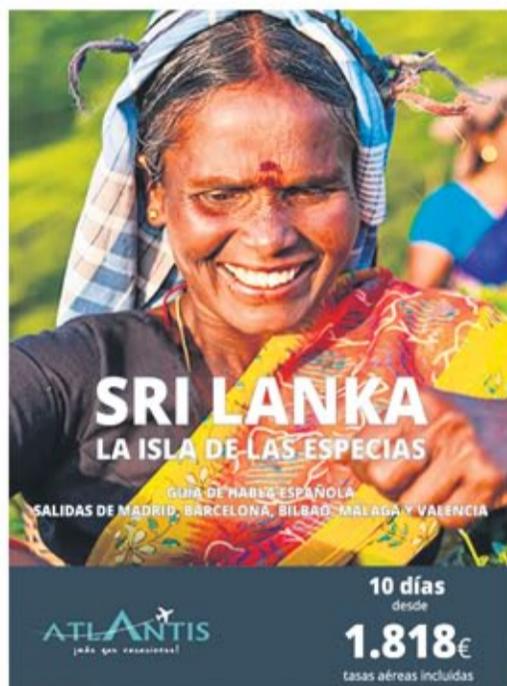
Portugal, y saber cómo se van a mover las rutas de España a Latinoamérica es fundamental”, dice Sara Fernández, directora general de Grupo GEA. “Escuchar qué planes tienen los ministros de cara al turismo receptivo y sostenible siempre es un paso hacia delante”, cierra Fernández.





AGENCIAS GEA CON PRODUCTO PROPIO

Atlantis ;más que vacaciones!



Sri Lanka, la antigua Ceilán, también conocida como la Isla de los Mil Nombres o la Isla de las Especies, es un destino exótico y poco masificado por el turismo.

OFERTA TURÍSTICA:

- Podremos visitar ocho lugares declarados Patrimonio de la Humanidad,
- Observar elefantes en el parque natural de Udawalawe,
- Avistar ballenas azules en el Costa de Mirissa y leopardos en el parque natural de Yala,
- Degustar el té más famoso del mundo
- Y disfrutar de sus playas, de arena fina y dorada, bañadas por el Océano Índico

Sri Lanka es aún hoy una isla verde, fértil, salvaje y con una biodiversidad apabullante...

¿Te animas a descubrirla?



Teléfono: 944 157 848
profesionales@viajesatlantis.com
www.viajesatlantis.com

Precio comisionable para agencias de viajes

Andalucía Travel



CENTRAL
Centro Comercial Montemar, local 117
29620-Torremolinos
Telf 952383899
orremolinos@andaluciatravel.es

SUCURSAL
C/ Conde del Serrallo, nº 1
52001-Melilla
Telf 952670730
melilla@andaluciatravel.es

Melilla es la ciudad de las 4 culturas, una puerta con Marruecos, una ciudad española en un enclave único que ofrece:

OFERTA TURÍSTICA

- Una ruta turística por la Melilla modernista
- Melilla la Vieja, conocida como "el pueblo", con sus museos, cueva y aljibes
- Famosa por su tapeo, compras y por supuesto sol, mar y deportes
- Una ruta hasta Nador que incluye tiempo de compras
- Excursión al Gurugú y a la Bocana
- Viaje a Alhucemas y al Peñón de Vélez

Una ciudad modernista que combina el pasado con el presente... Paquetes especiales en barco y en avión desde distintas ciudades.

¡¡Consúltanos!!

www.viajarescultura.com



Si eres una agencia miembro de Grupo GEA

y tienes un producto propio que quieras promocionar...

PONTE EN CONTACTO CON NOSOTROS



geacentral@grupogea.com
952 37 66 55



El brote de neumonía por coronavirus 2019-nCoV pone en jaque al primer mercado emisor de turistas del planeta

El peso de China en el Turismo de compras en España supera el 30%, según los últimos datos de Global Blue

El emisor chino se resentirá de forma nunca antes vista como consecuencia del brote de neumonía por coronavirus 2019-nCoV. Las autoridades del país han prohibido los viajes

en grupo y recomiendan a sus ciudadanos que no realicen desplazamientos al exterior. En España, China tiene un peso marginal, si bien es líder en Turismo de compras. Según

Global Blue, se mantiene en 2019 como líder indiscutible con una cuota de mercado del 31%, seguido de Estados Unidos y Argentina, cada uno de ellos con porcentajes del 7%.

Aunque todavía es pronto para evaluar sus efectos reales, siendo para ello necesario saber la duración de esta crisis sanitaria, lo que sí parece evidente es que el brote de neumonía vírica (coronavirus) supondrá un antes y un después para la primera potencia emisora de turistas del planeta. Más allá del temor que ha generado la epidemia entre los residentes en el país, hay que tener en cuenta que las autoridades del mismo han prohibido los viajes al extranjero en grupo, modalidad muy utilizada. Asimismo, aunque de momento no existe una prohibición expresa, sí han emplazado a sus ciudadanos a evitar desplazarse al exterior, buscando con ello combatir la propagación de la enfermedad.

¿Cómo afectará esta situación al destino España? Si bien China juega un papel marginal en términos de llegadas, con una cuota de mercado inferior al 1%, se trata de uno de los mercados más apreciados debido a su elevadísimo gasto medio, su contribución a la desestacionalización y su interés por un tipo de Turismo diferente al 'sol y playa'. Sirva de ejemplo su destacada aportación al Turismo de compras en España. Según los últimos datos de Global Blue, se mantiene en 2019 como líder indiscutible con una cuota de mercado del 31%, seguido de Estados Unidos y Argentina, cada uno de ellos con porcentajes del 7%. Además, ha protagonizado un crecimiento interanual del 18% en este segmento.

A pesar de los significativos crecimientos registrados en los últimos años, la cuota de este mercado en el destino España se sitúa en el 0,91%. Según los datos de 2018, los últimos publicados por la Secretaría de Estado de Turismo, de los 71,2 millones de ciudadanos chinos que viajaron al extranjero en el global del ejercicio (excluyendo HongKong, Macao y Taiwán), 646.368 se decantaron por destinos españoles, lo que supone un fuerte avance interanual del 25,6%. Los principales receptores son Cataluña, la Comunidad de Madrid y Andalucía, con pesos respectivos del 46%, 32% y 16%.

En materia de ingresos, la cuota de China en el destino España prácticamente es el doble que la registrada en materia de llegadas. Su gasto total ascendió a 1.333,5 millones de euros en el global de 2018, representando el 1,5% del total, con un espectacular aumento interanual del 67,7%. El desembolso medio por turista asciende a 2.063 euros.

Detrás del fuerte crecimiento protagonizado por el mercado chino en España está, entre otros factores, el incremento de la conectividad aérea, que podría verse truncado por el brote de coronavirus. Y es que ya son varias

las aerolíneas, entre ellas las del grupo Lufthansa, Iberia, British Airways, United Airlines y American Airlines, las que han anunciado la cancelación de sus operaciones en China.

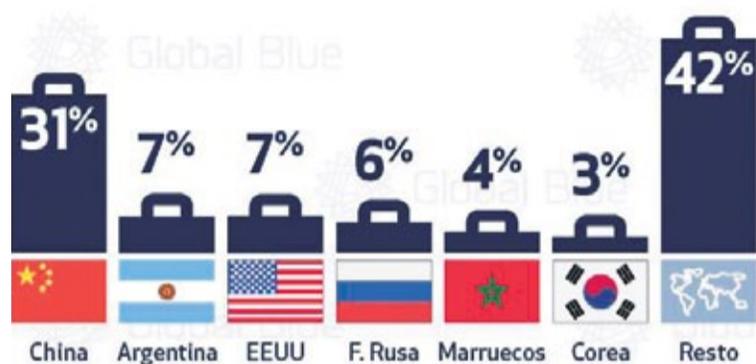
En apenas cuatro años se ha pasado de disponer de dos rutas directas a las nueve existentes en 2019, de forma que el número de ciudades chinas con conexión directa con España se sitúa en seis: Pekín, Shanghái, HongKong, Shenzhen, Hangzhou y Chengdu. Sumaban en 2019 entre todas ellas un total de 36 frecuencias semanales en temporada alta y 32 en temporada baja.

De momento, la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) se hace eco del mensaje de la Organización Mundial de la Salud (OMS), que está recomendando medidas para limitar el riesgo de exportación o importación de la enfermedad, sin aplicar "restricciones innecesarias al tráfico internacional". El lobby aéreo incide en que "las aerolíneas están preparadas para trabajar con las autoridades de salud pública cuando hay brotes de enfermedades con estándares bien desarrollados y mejores prácticas".

Cancelación temporal

Iberia es uno de los ejemplos de aerolínea que ha decidido cancelar de forma temporal sus vuelos con Shanghái debido a la situación provocada por el brote de coronavirus, que ha provocado una alerta sanitaria que la Organización Mundial de Salud (OMS) ha evaluado ya como "riesgo alto", elevado a "muy

GASTO EN SHOPPING POR NACIONALIDADES ENERO - SEPTIEMBRE 2019



Fuente: Global Blue.

CRECIMIENTO EN VENTA: 2019 VS 2018

| | |
|-----------|-----|
| China | 18% |
| Argentina | -1% |
| EEUU | 53% |
| F. Rusa | 7% |
| Marruecos | 5% |
| Corea | 56% |
| Otros | 24% |

© NEXOTUR

alto" en el país asiático en el que surgió. Esta suspensión ha tenido efecto desde el viernes 31 de enero, cuando estaba previsto el próximo vuelo, y durante el mes de febrero.

A los clientes con billetes emitidos les ha ofrecido el reembolso o cambio de fecha. Igualmente, Iberia ha estado contactando con otras aerolíneas para buscar alternativas para aquellos viajeros que tuvieran que regresar a su lugar de origen. La aerolínea ha explicado que seguirá monitorizando la situación provocada por el coronavirus para decidir si es necesario prolongar esa suspensión, que se realiza por razones de causa mayor y por la seguridad de sus clientes y empleados.

Otro ejemplo de suspensión de servicios, ha sido el de Civitatis, que ha suspendido operaciones en China de forma temporal por el brote de

coronavirus desde el pasado 24 de enero. Permanecerán así al menos hasta el 1 de marzo. En caso de que se extienda la emergencia sanitaria, la empresa no descarta actuar del mismo modo en destinos como Tailandia, Vietnam o Japón.

Otros países

La plataforma, dedicada a la distribución online de visitas guiadas, excursiones y actividades, no descarta llevar a cabo la misma medida en otros países si se extiende la emergencia sanitaria. En concreto, menciona estados periféricos como Tailandia, Vietnam o Japón, en los que en estos momentos los tours y actividades operan con total normalidad.

"Todos los usuarios que hubieran reservado actividades, excursiones o traslados para este periodo de tiempo

en China han recibido el importe íntegro que hubieran pagado por la contratación de estos servicios", informa la empresa. Asimismo, detalla que con las primeras informaciones surgidas en relación con el brote de coronavirus durante el mes de enero, las reservas en el país se desplomaron un 51% en comparación con diciembre de 2019.

Civitatis reconoce que la alerta internacional declarada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) está provocando un gran impacto en el Sector Turístico en todo el país. "Muchas empresas de referencia han cancelado o reducido sus servicios tanto en la región de Wuhan como en sus alrededores debido a la preocupación general que ha provocado la posible expansión de la enfermedad y, por lo tanto, la caída en la demanda de los mismos", concluye.

OMT: 'La cooperación del Sector Turístico será vital para detener la propagación y limitar su incidencia'

'Es pronto para estimar el impacto del coronavirus', aseguran desde la Organización

"El Turismo es vulnerable a los efectos de las emergencias de salud pública y ya está viéndose afectado por este brote de coronavirus". Así lo reconoce la Organización Mundial del Turismo (OMT), que considera que "es demasiado pronto para estimar los impactos que tendrá".

Para la entidad que dirige Zurab Pololikashvili, "la cooperación del Sector Turístico será vital para detener la propagación del virus y limitar su incidencia en las personas y las comunidades". También recuerda a los turistas que "tienen la responsabilidad de informarse antes de viajar para limitar el riesgo de transmisión", instándoles a

"seguir las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y de las autoridades sanitarias de sus respectivos países". "En momentos de crisis, el Turismo ha sabido asumir su responsabilidad como parte integral de la sociedad y es consciente de que las personas y su bienestar han de ser su máxima prioridad", subraya.

En relación a la actuación de las autoridades de China, la OMT destaca que "desde el primer instante en que estalló la emergencia, han actuado con rapidez y decisión". Como punto y final, expresa su "solidaridad con la población china, su Gobierno y su Sector Turístico en estos momentos difíciles".



El secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili.

La 'website' de Maritim simplifica sus accesos



Maritim Hoteles simplifica los accesos en la nueva versión de su web man-

teniendo la información sobre sus hoteles en Europa y Asia, y el sistema de reservas de estancias, ofertas y salas de reuniones, que sigue sin estar disponible para las agencias.

Esteban Rivas desarrolla una página 'responsive'



Esteban Rivas, empresa especializada en servicios de transporte

terrestre, presenta una nueva versión *responsive* de su página, pero sigue con una información limitada sobre la empresa y sus servicios, y sin área para las agencias.

Los nuevos productos en la 'website' de Destinia



Destinia ofrece una nueva versión de su web en la que ha añadido dos

nuevos tipos de producto manteniendo, con pocos cambios, la información sobre todo tipo de servicios turísticos y una gestión de reservas ajustada a cada tipo de producto.

Nueva web compatible de Turismo de Roma



Turismo de Roma presenta una versión compatible de su web, que man-

tiene la información de la anterior, modificando su diseño y la estructura de accesos, con un interesante sistema de planos con los puntos de interés en torno a sus monumentos.

Ryanair amplía su oferta en 'rent a car' con Rentalcars.com

Ryanair y Rentalcars.com colaborarán para ofrecer a sus clientes las mejores tarifas a través de la compañía de alquiler de coches más grande del mundo. Al integrar la plataforma de Rentalcars.com en su grupo de aerolíneas, Ryanair ofrecerá una amplia gama de coches disponibles, además de recomendaciones personalizadas.

Rentalcars.com también ha integrado un centro de atención al cliente 24/7 dentro de su servicio de alquiler de coches de Ryanair, dando a sus viajeros acceso a un chat en directo disponible en varios idiomas. Todo esto es posible gracias a las mejoras llevadas a cabo en las plataformas de Ryanair (web, móvil y *app*) para garantizar a los clientes una experiencia de viaje completa. Además, este acuerdo permitirá que los servicios de alquiler de coches de Europcar, proporcionados por Rentalcars.com, se promocionen ofreciendo descuentos exclusivos a los clientes de Ryanair.

eDreams Odigeo ha adquirido The Waylo, la plataforma de reservas hoteleras de RoamAmore

Se espera que el cierre de la transacción tenga lugar en el cuarto trimestre del año fiscal 2020

eDreams Odigeo podrá ampliar más su oferta de alojamientos y 'paquetes' dinámicos con productos y servicios adicionales de miles de

hoteles de todo el mundo, tras la compra de TheWaylo.com. RoamAmore Inc., empresa fundada en Silicon Valley, opera esta plata-

forma de reservas hoteleras que facilitará a la agencia *online* acceso a una significativa e innovadora impulsada por inteligencia artificial.

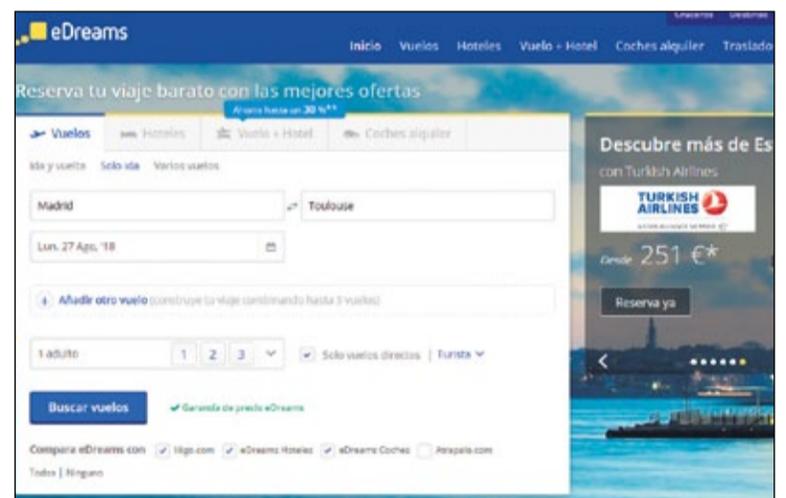
eDreams Odigeo ha anunciado un acuerdo de compra de activos con RoamAmore Inc., empresa fundada en Silicon Valley que opera la plataforma de reservas hoteleras TheWaylo.com. Esta adquisición proporciona a eDreams Odigeo acceso a una significativa e innovadora tecnología impulsada por inteligencia artificial, así como a un mayor conocimiento del sector hotelero, lo que permitirá a la agencia *online* ampliar más su oferta de alojamientos y 'paquetes' dinámicos con productos y servicios adicionales de miles de hoteles de todo el mundo.

El CEO de eDreams Odigeo, Dana Dunne, ha asegurado que "buscamos y empleamos constantemente los últimos avances tecnológicos para ofrecer más opciones y el mejor valor y servicio a los 18 millones de clientes a los que servimos en todo el mundo, al mismo tiempo que crecemos en todos los ámbitos de nuestro

negocio". "Nuestro negocio genera un fuerte flujo de caja libre, lo que nos permite perseguir oportunidades estratégicas de crecimiento que proporcionan valor a nuestra compañía, clientes y accionistas", matiza. "Con esta adquisición, estamos encantados de seguir fortaleciendo nuestra oferta hotelera y de 'paquetes' dinámicos, fundamentales para nuestra estrategia de diversificación de productos e ingresos, que nos está permitiendo construir con éxito un negocio atractivo, diversificado y sostenible", concluye.

Experiencias únicas

Por su parte, el CEO y fundador de Waylo, Angik Sarkar, ha manifestado estar "muy contentos de formar parte de una de las mayores compañías de viajes *online* del mundo". "Compartimos el objetivo común de hacer posibles experien-



La operación se prevé cerrar en el primer trimestre de 2020.

cias de viaje únicas a través de la tecnología y estamos deseando contribuir a ello y beneficiar a millones de viajeros de todo el mundo", asegura. Se espera que el

cierre de la transacción tenga lugar en el cuarto trimestre del año fiscal 2020 de eDreams Odigeo (primer trimestre del año natural 2020), sujeto a las condiciones habituales.

Sabre y Accor crean una plataforma unificada de reservas y administración de propiedades para la industria hotelera

Creada en la nube y altamente flexible, se construirá y estará disponible para hoteles propiedades de todo tipo y de todas las regiones geográficas

Sabre Corporation y Accor han anunciado su intención de crear la primera plataforma unificada central de reservas y de administración de propiedades para la industria hotelera mundial. El anuncio pone de manifiesto el compromiso de Sabre de ayudar a los hoteles a operar de manera más eficiente a aumentar sus ingresos y a ofrecer experiencias personalizadas al viajero, posicionándola aún más como plataforma central del negocio de los viajes.

Sabre tiene la intención de desarrollar, en colaboración con Accor, una nueva capacidad de administración de propiedades de servicio completo y enriquecer sus sistemas existentes de central de reservas y de administración de propiedades de servicio limitado. Estas capacidades se combinarán dentro de una nueva

plataforma unificada creada en la nube y altamente flexible que se construirá y estará disponible para hoteles propiedades de todo tipo y de todas las regiones geográficas. En este contexto, Accor sería el cliente de hospitalidad empresarial más reciente de Sabre en adoptar el sistema de reserva central SynXis de Sabre y, en última instancia, la nueva plataforma tecnológica global para todas sus marcas hoteleras y regiones.

Redefinir la experiencia

"Estamos encantados de colaborar con Accor y esperamos redefinir juntos la experiencia del huésped", ha subrayado el CEO de Sabre Corporation, Sean Menke. "Sabemos que nuestros clientes históricamente han tenido opciones limitadas

en esta área, por lo que estamos tomando la iniciativa para ofrecer a los hoteleros las soluciones que, en repetidas ocasiones, han dicho querer y necesitar", añade. "Una vez desarrollada, esta oferta impulsará una nueva generación de soluciones de venta, distribución y ejecución que permitirán a los hoteles impulsar el aumento de sus ingresos más allá de las fuentes tradicionales y ofrecer servicios personalizados únicos a sus huéspedes de todo el mundo", concluye.

Con un diverso portafolio de marcas y más de 50 años de experiencia en la industria, Accor ofrece una perspectiva única sobre lo que los huéspedes quieren y los hoteles necesitan. "Sabre comparte nuestra visión de un futuro en el que los hoteles puedan ofrecer a sus huéspedes



Compromiso de Sabre de ayudar a los hoteles a operar de manera más eficiente.

pedes una experiencia inolvidable y personalizada que va más allá de ser simplemente un lugar o servicio", asegura el presidente y CEO de Accor, Sébastien Bazin. "Socios como Sabre son esenciales para ayudarnos

a aprovechar eficazmente las tecnologías existentes y nuevas para acelerar aún más nuestro desarrollo de la oferta neta y reducir costes para los propietarios de nuestros hoteles, así como para el grupo", concluye.

MOSTRADOR

Colaboración entre Portugália y Layónair

Portugália Airlines, que forma parte del Grupo TAM, y Layónair Airways establecieron, a finales del pasado mes de enero, un nuevo acuerdo de colaboración para el mercado español. Esta firma tiene como objetivo ofrecer nuevas oportunidades de negocio a Portugália proporcionando su capacidad de aviones bajo la base de un contrato de arrendamiento ACMI. El Grupo TAP amplía así su oferta en el mercado de alquiler de aviones comerciales, mejorando la especialización de la aerolínea en esta área de negocio.

✉ www.flytap.com

Costa Cruceros e Iberia mantienen su apuesta por la mejora de la conectividad

La naviera sigue apostando por la contratación de servicios con proveedores de primer nivel como Iberia

Aprovechando la celebración de Fitur 2020, Iberia y Costa Cruceros han renovado su acuerdo de colaboración para otros tres años (2020-2022) más, con el que seguirán facilitando a sus clientes el transporte hasta los puertos de embarque de sus cruceros, ofreciéndoles una asistencia basada en la puntualidad, la calidad y el servicio. Además, este año ampliará el número de plazas en un 15% respecto al pasado 2019.

Con una cifra cercana a las 60.000 plazas anuales, la aero-

línea española se encargará de la operativa de todos los vuelos chárteres que despeguen desde el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas y permitirá conectar desde el resto de destinos de la red de Iberia, concretamente 125 en todo el mundo. Además, esta alianza renovada incluye un gran número de servicios adicionales, entre los que se incluyen la facturación de los equipajes en el aeropuerto y su recogida directamente en el camarote del cliente.

✉ www.costacruceros.es



Ofrece el traslado hasta los puertos de embarque.

Grupo Piñero reforzará Soltour con la incorporación de nuevos circuitos

Fortalecerá su presencia en el Caribe y mantendrá la conexión Madrid-Samaná

Grupo Piñero trabajará durante este año 2020 en fortalecer el posicionamiento de su turoperador Soltour, consolidando su presencia en destinos como el Caribe con una serie de nuevos circuitos y llegando por primera vez a otros lugares como Cabo Verde, Egipto, Cerdeña, Djerba (Túnez) o Cartagena de Indias. Además, por tercer año consecutivo, continuará manteniendo el vuelo semanal directo que conecta Madrid con la región dominicana de Samaná entre los meses de junio y septiembre.

✉ www.grupo-pinero.com/es/



El grupo añade nuevos destinos a su oferta.

Binter volará hacia Santander con dos frecuencias semanales

A partir de finales del mes de marzo, Binter operará dos veces por semana (lunes y jueves) la ruta Canarias-Santander. El presidente de Binter Pedro Agustín Castillo, ha comentado que "los pasajeros que decidan volar con Binter desde Santander podrán hacerlo a cualquier isla de Canarias por el mismo precio, ya que no cobramos el tramo interinsular en esta ruta en los vuelos en conexión".

Los pasajeros de la nueva ruta disfrutarán de las ventajas del producto, como la configuración de dos asientos por cada lado con más espacio entre filas, la selección de asiento y la facturación de la maleta incluidas y un servicio



Salidas los lunes y los jueves.

a bordo que incluye un menú de cortesía en los vuelos nacionales e internacionales y un *snack* en las conexiones interinsulares.

✉ www.bintercanarias.com



La aerolínea triplica sus operaciones en este itinerario.

Finnair operará la nueva ruta entre Barcelona y Helsinki

Finnair volará desde el próximo mes de abril, y durante todo el verano, el itinerario Barcelona-Helsinki con hasta tres vuelos diarios, triplicando su operativa en esta ruta. El aumento de fre-

cuencias y capacidad responde al crecimiento de la red de rutas de Finnair, especialmente en Asia, garantizando excelentes conexiones entre España.

✉ www.finnair.com

Turismo Sudáfrica lanza nuevas rutas para esta temporada 2020

Utilizó el marco de Fitur para presentar su nueva oferta para este año

La presencia de Turismo Sudáfrica en la pasada edición de Fitur sirvió para conocer los nuevos itinerarios, productos y eventos que han preparado para el año 2020. Durante el evento promovieron al país como el destino perfecto para todo tipo de viajero, gracias a la diferenciación de productos turísticos, desde safaris en tierra y agua hasta vistas panorámicas, distritos nuevos o la inmersión cultural en los pueblos.

Nuevas rutas en Sudáfrica

Algunas de las rutas presentadas fueron 'Limpopo - Gauteng - Western Cape', un safari en el Parque Nacional Pilanesberg y experimentar el estilo de vida de las ciudades

de Magaliesburg, Johannesburgo y Ciudad del Cabo; o 'KwalaZulu-Natal - Free State - Gauteng - Western Cape', para la conocer la reserva natural más antigua de Hluhluwe y la costa de Santa Lucía, las Drakensberg y experimentar un circuito por el municipio en Joburg y Ciudad del Cabo.

Respecto a los productos, ofrecen el Labotessa Hotel, el Jewells Restaurant, el exclusivo Baptiste Roof Top Bar, y el nuevo hotel Kruger Shalati, entre muchas otras novedades. En lo relativo a eventos, disponen del Sun Met en Ciudad del Cabo, el Festival de cerveza artesanal de Clarens, en Free State o Meetings Africa, una feria turística.

✉ www.southafrica.net



Novedades en productos y eventos.

MSC Cruceros lanza su nuevo programa 'Protectours', con excursiones sostenibles

Este nuevo lanzamiento refuerza el compromiso que viene mostrando la naviera sobre el medio ambiente

MSC Cruceros ha creado su nuevo programa 'Protectours', una serie de excursiones sostenibles para que los usuarios puedan vivir una experiencia única mientras

ayudas al planeta. La mayoría de estas excursiones se componen de actividades con cero impacto ambiental como caminar, ir en bicicleta o navegar en kayak, mien-

tras que las otras actividades tienen como objetivo hacer una contribución positiva directa para el medio ambiente, como plantar árboles o limpiar playas.

MSC Cruceros ha anunciado recientemente el lanzamiento de hasta 25 nuevas excursiones, especialmente diseñadas con el objetivo de proteger y preservar la belleza natural del planeta, además de para que los operadores turísticos locales se certifiquen internacionalmente bajo el programa de certificación del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC).

Dentro del nuevo programa 'Protectours', la naviera ofrece a los usuarios presentes en sus buques la oportunidad de disfrutar de destinos de una manera muy diferente, al mismo tiempo que se contribuye de forma positiva al medio ambiente a través de actividades destinadas a ayudar a protegerlo y preservarlo. Entre ellas, destacan actividades como hacer senderismo con perros rescatados en Jamaica o conocer las abejas urbanas en Corfú, así como ayudar a mantener limpias las playas de Croacia mientras se practica *snorkel*.

Dentro de las actividades más destacadas dentro de las 25 posibilidades, destaca 'Excursión por los bosques jamaicanos con los perros del refugio Montego Bay Animal Haven', una experiencia de medio día, que permite a los pasajeros realizar una ruta con los perros del refugio Montego Bay Animal Haven, además de tener la oportunidad de aprender acerca del gran trabajo que desarrolla la fundadora de esta protectora, Tammy Browne, para rescatar a estos animales y darles una nueva vida.

'Tours' por Jamaica y Grecia

Otra de las posibilidades es 'Descubre el mágico mundo de las abejas en Corfú, Grecia'. En este caso, los usuarios disfrutarán del mundo de las abejas, aprendiendo todo sobre estos insectos visitando el hermoso lago Korission y la granja Bioporos, donde se acercarán a las abejas de miel.

'Islandia a caballo con plantación de árboles en Reykjavik' también

está entre las posibles elecciones. En esta excursión, los participantes descubrirán el campo montando a caballo para después adentrarse en el bosque de Guðmundarlundur, donde serán recibidos por un guardabosques de la Asociación Forestal de Kópavogur, quien los guiará para plantar un árbol de primera mano.

Por último, para los amantes del desierto, podrán escoger 'Conservación del desierto en Abu Dhabi, Emiratos Árabes Unidos'. Éste último se trata de una actividad de seis horas, en la que ayudarán a preservar el paisaje único de los Emiratos Árabes. A través de esta excursión, los pasajeros tendrán la oportunidad de contribuir a salvar el desierto, siguiendo a un guía.

La crucerista espera que este nuevo programa continúe con su desarrollo, ofreciendo así aún más variedad dentro de la oferta turística a los pasajeros, al mismo tiempo que se genera un creciente impacto positivo sobre el entorno.

✉ www.msccruceros.es



El objetivo es proteger y preservar el planeta.

CLUB NEXOTUR

Rebajas de hasta un 20% en Guama para agentes de viajes

Guama ofrece un gran descuento de hasta un 20% sobre la tarifa de los folletos para los agentes de viajes y sus acompañantes. Estas rebajas son válidas principalmente para la programa-

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

ción de los folletos de Cuba América. Para acceder a más información, contactar con su departamento de ventas en Madrid a través de sus dos teléfonos: 91 7823 787 y 91 564 162.

FAM TRIP



Los agentes buscan nuevos emplazamientos y servicios para sus eventos.

'Fam trip' para agentes alemanes

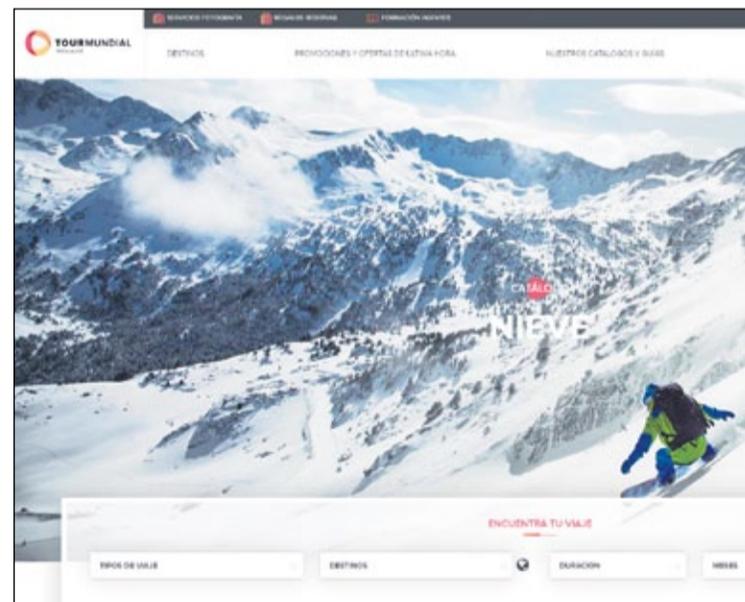
El Centro de Ferias y Convenciones de Reus, firaReus, ha recibido la visita de representantes de 16 agencias alemanas organizadoras de eventos para conocer nuevos espacios para la organización de sus congresos y eventos. La visita ha permitido presentar las instalaciones a las empresas que buscan nuevos emplazamientos y servicios para sus eventos.

Tourmundial presenta una amplia variedad de catálogos para este 2020

Incluyen diferentes descuentos y prestaciones y condiciones especiales para el cliente

Para la temporada de 2020 Tourmundial cuenta con toda una serie de catálogos con los que poder facilitar al cliente la elección del viaje que más se adapte a sus pretensiones con una oferta bastante amplia que abarca los cinco continentes. Por destinos cuenta con diferentes catálogos. Así, propone 'África, Asia y Oceanía' con salidas garantizadas y hasta un 20% de descuento; 'América del Norte y Caribe' con descuentos para niños y ofertas de hasta el 40%; 'Centroamérica y Sudamérica', con salidas garantizadas y confirmación inmediata; 'Costas', con garantía de calidad y mejor precio, descuento de hasta el 50% y niños gratis; 'Islas' con niños gratis, descuentos de hasta el 30% y vuelos y traslados incluidos; 'Italia' con descuento de hasta el 20% y confirmación inmediata; 'Descubre España y Andorra', con escapadas descuento para niños y descuentos de hasta el 20%; 'Portugal', con descuentos de hasta el 20% niños gratis; y 'Lujo en el Caribe', con descuentos de hasta el 50%.

También dispone de catálogos por segmentos. Así destaca 'Salud, Belleza y Bienestar', con descuentos de hasta el 20% y descuentos para niños; 'Hello World', con venta anticipada y descuentos



El turoperador dispone de catálogos por segmentos.

del 5% al 35%; 'Novios', con descuento del 5% en programas indicados, atenciones especiales y regalo de maletas y álbum digital; 'Tiempo de solter@s', 'Escapadas soñadas', 'Nieve' y 'Trenes Turísticos'.

Igualmente, Tourmundial cuenta con una variedad de catálogos con una amplia oferta de circuitos culturales divididos por zonas por

España y Portugal: 'Circuitos Culturales Febrero-Diciembre Zona Centro y Sur', 'Circuitos Culturales Marzo-Noviembre Zona Noroeste' y 'Circuitos Culturales Febrero-Noviembre Zona Norte'. Todos ellos con descuentos del 10%, salidas garantizadas, circuitos de siete días y seis noches y garantía de calidad y el mejor precio.

✉ www.tourmundial.es

CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00

☎ 91 369 18 39

Lope de Vega, 13
28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

| MAYORISTAS | CONDICIONES ESPECIALES | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES | VIGENCIA | CONTACTO | TELÉFONO / FAX |
|---|--|--|------------|----------------------------------|---|
| GUAMA | Descuento del 20% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante. | Descuento válido para la programación de los folletos de Cuba América | Abierto | Ventas Madrid | ☎ 91 782 37 87 ☎ 91 564 16 22 |
| C. RESERVAS | CONDICIONES ESPECIALES | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES | VIGENCIA | CONTACTO | TELÉFONO / FAX |
| OCTOPUSTRAVEL | 15% de descuento para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público | Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva. | Abierto | Central de Reservas | ☎ 91 523 78 54 ☎ 91 531 34 90 |
| CADENAS HOTELERAS | CONDICIONES ESPECIALES | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES | VIGENCIA | CONTACTO | TELÉFONO / FAX |
| ACCOR HOTELES | Hasta 30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club. | Más de 1.600 hoteles en todo el mundo, marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio... | Abierto | web Accor | www.travelagencies. 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 ☎ 952 54 15 43 | ☎ 956 66 04 08 ☎ 956 65 49 01 |
| OCA HOTELS | Consultar condiciones especiales en cada uno de los hoteles de la cadena. | Alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad en el momento de efectuar la reserva. | 30-12-2014 | En cada hotel | Teléfono en cada hotel www.ocahotels.com |
| PARADORES | 50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta. | Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada. | Abierto | Central de Reservas | ☎ 91 516 66 66 ☎ 91 516 66 57 |
| PLAYA SENATOR | 50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta. | Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento. | Abierto | Central de Reservas | ☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10 |
| WORLDHOTELS | 50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo en cinco y cuatro estrellas. | Valido excepto durante periodos altos de ocupación y con limitación de habitaciones a tarifa agente/día. Sujeto a disponibilidad. | 31-12-2014 | Departamento Reservas | 900 99 49 54 Cod. NTA1 www.worldhotels.com/ beconnected |
| COCHES | CONDICIONES ESPECIALES | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES | VIGENCIA | CONTACTO | TELÉFONO / FAX |
| HERTZ | Descuentos 15% fin de semana, 10% resto semana (España), 5% Internacional, 22% furgonetas. | Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576 | 31-12-2008 | Central de reservas | ☎ 902 402 405 www.hertz.es |
| EUROPCAR | Hasta un 15% en alquiler de coche en oficinas en España. Hasta un 20% en furgonetas en España. Hasta un 5% en el resto de oficinas en el mundo. | Descuentos no aplicable para vehículos especiales. Sujeto a disponibilidad de flota. Resto de condiciones según Normativa General de Europcar. | 31-12-2014 | Para realizar reservas | ☎ 902 50 30 10 www.europcar.es |
| HOTELES | CONDICIONES ESPECIALES | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES | VIGENCIA | CONTACTO | TELÉFONO / FAX |
| HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO | Oferta disponible sólo para agentes de viajes. | Precio por noche en habitación doble 35 euros (más IVA). Régimen alojamiento y desayuno. Tarifa disponible todo el año. | 31-12-2014 | Web Beatriz Hoteles | www.beatrizhoteles.com 'Acceso a Profesionales' |
| HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID | 50% de descuento sobre tarifa para miembros del Club. | Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad. | Abierto | Dirección del Hotel | ☎ 964 44 34 76 ☎ 964 44 34 61 |
| HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL | Oferta disponible para agentes de viajes, siempre según disponibilidad. Cupo máximo 2 hab./día. | Hab. Dui (Alojamiento, Desayuno y plaza de parking), 40 euros. Hab. Doble (alojamiento y plaza de parking), 40 euros. | 31-03-2015 | Pedro Bellón | ☎ 926 22 85 45 www.santacecilia.com |
| SEGUROS | CONDICIONES ESPECIALES | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES | VIGENCIA | CONTACTO | TELÉFONO / FAX |
| ERGO Seguros de Viajes | 85% de descuento sobre tarifa a miembros del Club. | Seguro de Viaje Póliza Especial Agentes. Mod. Individual: 84,44 euros. Mod. Familiar. 154,63 euros. | Abierto | Departamento comercial | ☎ 91 344 17 37 |
| 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 |

XVII Salón Profesional del Viaje de Empresa y Convenciones, Congresos e Incentivos

Martes, 11 de febrero 2020



NexoBusiness es una Feria del **Grupo NEXO**

NexoBusiness



—Pre Inscríbese ahora Visitante Profesional
(exclusivamente compradores potenciales) en

www.nexobusiness.com

Reserve su Espacio como Expositor (solo Proveedores de
Business Travel y Reuniones) en el teléfono 91 369 41 00

Hotel Eurostars Madrid Tower



HOTELERIA

Oviedo acogerá el Congreso de Hoteleros Españoles en noviembre de este año

Otea coorganizará con la CEHAT la cita bienal que reunirá a centenares de profesionales del Sector

Oviedo vuelve a acoger en noviembre el Congreso de Hoteleros Españoles, que coorganiza la CEHAT, en esta ocasión con la asociación re-

gional Otea, hostelería y Turismo en Asturias. Esta Comunidad autónoma ya tuvo en 2003 la experiencia de liderar un cónclave empresarial

de esta magnitud, en aquella ocasión junto a la Federación Española de Hoteles y Zontur, de cuya fusión nació en 2004 la CEHAT.

En noviembre Oviedo vuelve a acoger el Congreso de Hoteleros Españoles, que coorganiza la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), con Otea. La candidatura presentada para este 2020 por la asociación asturiana resultó la elegida por unanimidad tras declinar Madrid generosamente su propia candidatura y cuenta con el aval del Gobierno del Principado de Asturias, la Cámara de Comercio y el Ayuntamiento de la capital. Asturias dispone de más de 3.500.

La cita bianual reunirá durante dos intensas jornadas a varios centenares de profesionales del sector hotelero, que radiografiarán los diferentes ámbitos de la hotelería del país y analizarán las principales tendencias y vanguardias con una clara orientación al futuro a medio y largo plazo. Un amplio programa de ponencias, charlas y conferencias en torno a diferentes asuntos de actualidad del Sector serán gran parte del atractivo.

Otea, hostelería y Turismo en Asturias, es una organización empresarial sin ánimo de lucro que

nació en 2015 fruto de la unión de las tres grandes patronales turísticas de Asturias para convertirse en la mayor asociación empresarial del Principado en el ámbito turístico. Este congreso supondrá para la Comunidad autónoma y su capital, Oviedo, la demostración del afamado desarrollo turístico que ha venido logrando en los últimos diez años.

Alta calidad

Para el presidente de la CEHAT, Jorge Marichal, "esta cita congresual supone siempre un magnífico termómetro para medir la salud del sector, así como para conocer también las novedades y una gran oportunidad para el desarrollo a su vez de pequeños encuentros y reuniones profesionales entre hoteleros, proveedores y expertos en el Sector". Además, permite a los hoteleros de diferentes territorios españoles conocer las infraestructuras de las ciudades donde se celebra el congreso y las condiciones y características de su Turismo y fortalecer los vínculos entre el sector público y el privado.



De izquierda a derecha: el directivo de CEHAT, Felipe Sordo; el presidente de Otea, Jose Luis Álvarez Almeida; el presidente de CEHAT, Jorge Marichal; el concejal de Hostelería, Turismo y Congresos del Ayuntamiento de Oviedo, Alfredo García Quintana; y el vicepresidente de OTEA, Fernando Corral.

La propuesta presentada por Asturias enorgullece a la CEHAT por su alta calidad y servirá para demostrar, una vez más, "que la hotelería y el Turismo en España no solo debe estar enfocado a grandes ciudades y consolidados destinos turísticos y que se debe añadir un elemento básico para el crecimiento sostenible de nuestra tierra", añade Marichal.

El presidente de Otea, José Luis Álvarez Almeida, satisfecho por haber conseguido que la candidatura que encabezaba resultara elegida, considera que "es una magnífica oportunidad para que Oviedo y Asturias demuestren su capacidad para desarrollar este tipo de convenciones y congresos y muestren a los asistentes y a todo el país sus grandes atractivos y su elevada gastronomía".

Abba Hoteles celebra sus 20 años con 21 establecimientos y beneficios sostenidos

Cierra por encima de 55 millones de facturación su sexto ejercicio de beneficios sostenidos

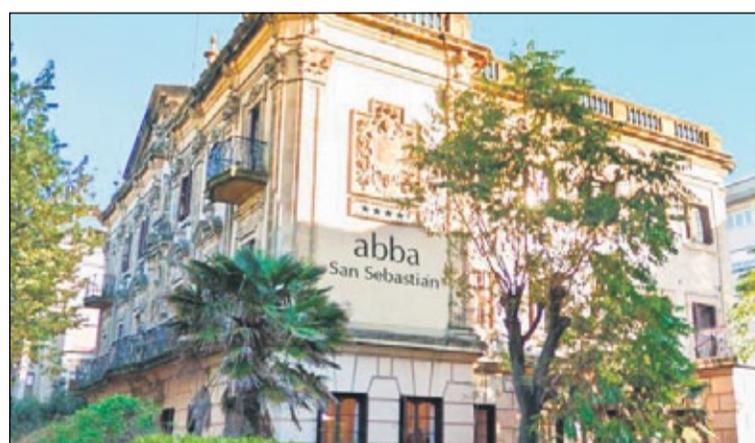
Fundada en 2000 por los empresarios Andrés Iráculis, Jerónimo Miñón y Pello Fagoaga, Abba Hoteles comenzó su andadura con dos hoteles en Madrid y uno en Pamplona, ciudad de su primera sede. Basada ahora en Barcelona, la cadena celebra sus 20 años de actividad con 21 establecimientos y beneficios sostenidos, afrontando un proceso expansivo que incluye el lanzamiento de nuevas submarcas, y varias aperturas en los próximos años.

Abba nació con el marcado carácter familiar que conserva y que sustenta el ideario de una compañía en la que los 500 miembros que componen su plantilla, y sus más de 35.000 clientes fidelizados, constituyen los principales activos. Dos décadas después, ha cerrado 2019 facturando por encima de los 55 millones de euros, en beneficio sostenido desde hace seis años, y consolidada como un referente español en alojamiento urbano, con

presencia en 13 destinos nacionales (Barcelona, Bilbao, Burgos, Cantabria, Formigal, Gijón, Granada, Huesca, Madrid, Pamplona, Salamanca, San Sebastián y Vitoria), y dos extranjeros (Andorra y Berlín). Posee 21 establecimientos de acomodación y servicios orientados a la sostenibilidad gracias al plan de acción corporativa 'Sostenabilidad' de compromiso con el planeta. Se encuentran, también, en pleno proceso de digitalización, lo que supondrá una importante mejora para sus clientes, como lo fue en su día la implementación del programa de fidelización Club Abbtage.

Apertura de nuevos hoteles

Abba Hoteles arranca el año con importantes previsiones y novedades. Para complementar la línea de hoteles, dentro de una clara diversificación, ha creado recientemente Abba Suites, una submarca que



El nuevo Abba San Sebastián Hotel de 44 habitaciones.

define su concepto de apartamento suite de lujo y que ya tiene en el nuevo Bilbao City Center su primer miembro. El siguiente en la familia será el abba Suites Playa de Gros, un complejo de nueva construcción con 18 apartamentos en la ciudad de San Sebastián.

Por otra parte, la lista de hoteles se incrementará con el nuevo Abba San Sebastián Hotel de 44 habitaciones y, en marzo de 2021, llegará el Abba Sevilla Hotel, de 94. Por último, el Abba Sants de Barcelona pasará de 140 habitaciones a 250 tras el proyecto de ampliación.

■ PRODUCTO

La marca SO/ abrirá su primer establecimiento en España en el año 2021

SO/, la marca de lujo y de estilo de vida de Accor, y Sotogrande SA, la promotora que creó el destino homónimo, han firmado un acuerdo de gestión para abrir su primer hotel en España en 2021. SO/ Sotogrande Resort & Spa plasmará el lujo de la marca en el escenario idílico de la Costa del Sol, llevando la exclusividad al siguiente nivel y con una fuerte apuesta por la gastronomía y el bienestar. Tras una renovación integral, SO/ Sotogrande operará en el antiguo Almenara Resort. Sotogrande es un destino en Europa conocido por la calidad, la amplitud y la variedad de su oferta residencial, deportiva y de ocio.

Atom Hoteles Socimi adquiere el antiguo Meliá Avenue Louise

Atom Hoteles cierra su primera operación internacional, con la compra del Hotel Collection Avenue Louise (Bruselas, Bélgica), que anteriormente formó parte de la cartera de Meliá Hotels International. El coste de la operación asciende a 8,4 millones de euros. El hotel de cuatro estrellas y 80 habitaciones distribuidas entre 30 ejecutivas, 45 superiores y cinco suites, ocupa una privilegiada situación en la conocida arteria comercial de Avenue Louise. Con la reforma del hotel y el rebranding, el establecimiento está enfocado tanto a clientes en viaje de negocios, así como a clientes institucionales.

Dos establecimientos de Daguia se incorporan a Hôtels & Préférence

Los hoteles de montaña Font d'Argent Pas de la Casa y Font d'Argent Canillo, gestionados por Daguia Hoteles, se incorporan a la marca Hôtels & Préférence, de forma que cuatro de los cinco hoteles de la segunda cadena andorrana pasan a formar parte de tres marcas de Louvre Hoteles Group, en exclusiva en Andorra. En concreto, estos dos nuevos establecimientos de Hôtels & Préférence se suman a los Hoteles Golden Tulip Andorra Fénix y Tulip Inn Andorra Delfos, ambos en Escaldes-Engordany. Además, continúa la segunda fase de su programa 'Think be Green by Daguia Hotels' de eliminación de plásticos y del uso innecesario de papel.

Grupo Piñero prevé invertir 60 millones en la innovación de Living Resorts

Prevé invertir 60 millones de dólares en la innovación de su división Living Resorts

Grupo Piñero afronta el año 2020 con el refuerzo de su plan estratégico que evoluciona en base a sus tres ejes: innovación y desarro-

llo, digitalización y sostenibilidad, como ha anunciado en Fitur. De esta forma, apostará este año por una firme política de reinversión

que dará continuidad a los trabajos iniciados en el año 2019, a fin de consolidar sus productos y mejorar sus servicios.

Grupo Piñero tiene previsto destinar alrededor de 60 millones de dólares a su división Living Resorts que abarca su actividad hotelera, residencial y de golf bajo la marca Bahía Principe. En concreto, dedicará 40 millones de dólares a la reforma integral del Bahía Principe Grand Tulum (México) que prevé concluir a finales de año y que supondrá la remodelación de sus 978 habitaciones y áreas comunes. Dedicará 40 millones de dólares en la reforma integral del Hotel Bahía Principe Grand Tulum en México, destino en el que acaba de cumplir 20 años.

El resto de la inversión, que asciende a 20 millones de dólares, se concentrará en innovar otras instalaciones hoteleras y de sus residenciales de República Dominicana y México. También invertirá en el impulso de la división Bahía Principe Golf, a través de la reciente firma en México con PGA de América, que reforzará el posicionamiento en el mercado americano junto a una de las marcas más potentes de la industria.

El 2019 se ha caracterizado por la inestabilidad por los acontecimientos que han afectado a la evolución y desempeño de todos los actores de la industria turística. Aun así, ha sido un año de consolidación para Grupo Piñero, que prevé cerrar con una facturación de unos 800 millones de euros y en el que sus dos últimas reformas y aperturas han superado todas las expectativas: Bahía Principe Luxury Ambar y Bahía Principe Fantasía Tenerife.

Gestión responsable

Estos datos van en línea con los índices medios de reputación obtenidos por los hoteles de su división Living Resorts que, en 2019, han obtenido un GRI del 90,6% y un NPS de 35 puntos. Además, han sido reconocidos con múltiples distintivos de calidad y premios.

Grupo Piñero refuerza su eje estratégico centrado en la sostenibilidad y potenciará a lo largo de este año su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de



El Plan de Gestión Integral del Litoral dio sus primeros pasos en 2019.

Naciones Unidas, definidos en la Agenda 2030, a través del impulso de la gestión responsable de toda la compañía. El Plan de Gestión Integral del Litoral dio sus primeros pasos en 2019 y ya está presente en México, República Dominicana y Jamaica, a través de Living Resorts

En respuesta a su firme apuesta por la sostenibilidad, a lo largo del 2020 Grupo Piñero fomentará el

desarrollo de otros proyectos como el Plan de igualdad de oportunidades en la Sociedad. Asimismo, también participará en actividades orientadas a la visibilidad de la discapacidad. En paralelo, la compañía reforzará su programa de Empresa Saludable. Por otro lado, y en respuesta con su política ambiental, ha hecho público su compromiso de reducir las emisiones de CO₂ en un 60% para 2030.

Apple Leisure Group fortaleció su presencia en Europa con 2.000 habitaciones más hasta junio

Durante el presente ejercicio, la compañía expandirá su presencia en destinos como Grecia o Turquía

Apple Leisure Group (ALG) ha anunciado en Fitur sus planes de expansión en Europa y América en 2020. Desde 2010, el grupo ha aumentado en casi un 300% su inventario total de habitaciones hasta alcanzar las 24.000 el pasado año, operadas bajo las ocho marcas de AMResorts, repartidas por México, Caribe y Europa.

En el primer semestre, prevé abrir cinco hoteles en América y formalizar siete nuevos acuerdos de gestión en Europa: los cuatro recientemente anunciados con Hotel Investment Partners (HIP), primer propietario de hoteles del Sur de Europa, para gestionar los hoteles Atlantis Bahía Real, Jardín Tropical, Suite Hotel Atlantis y Sa Torre, repartidos por Fuerteventura, Tenerife y Mallorca, y tres acuerdos adicionales que prevé formalizar en las próximas semanas. En base a estos siete acuerdos, Apple Leisure Group estima incorporar más de 2.000 habitaciones a su portafolio europeo antes del primer semestre de 2020.

En 2019, la compañía ha consolidado su plataforma de fidelización Unlimited Vacation Club y ha creado un nuevo departamento de Responsabilidad Social Corporativa. A nivel directivo, ALG anunció dos cambios importantes en su equipo el pasado ejercicio: el nombramiento de Alejandro Reynal como

CEO, y el nuevo rol de presidente ejecutivo de Alex Zozaya, quienes trabajan conjuntamente para fortalecer a la compañía y acelerar la implementación de la innovación en todos sus ámbitos.

Diversificación geográfica

"El crecimiento y el éxito alcanzado en todas las áreas del grupo en los últimos diez años ha superado nuestras expectativas; sin embargo, esto es solo el comienzo", ha destacado Reynal. "La cultura de la excelencia forma parte de los valores de nuestro equipo, y estoy seguro de que seguirá siendo definitoria a medida que ALG continúe creciendo e impulsando la industria", concluye.

El 2019 ha sido un año clave en la diversificación geográfica de ALG, marcado por la firma de 18 acuerdos de gestión en 13 mercados diferentes y por la incorporación de 5.265 nuevas habitaciones a su portafolio. Otro de los grandes hitos en 2019 fue el desembarco de la marca Secrets Hotels & Resorts en Europa, con la apertura en mayo del Secrets Mallorca Villamil Resort & Spa y la del Secrets Lanzarote Resort & Spa en diciembre. Para el presidente para Europa de ALG,



Presentación de las novedades de ALG en Fitur 2020.

Javier Águila, "la apertura de los dos primeros hoteles de la marca Secrets en Europa ha supuesto un hito en nuestra expansión en la demarcación que tomará un nuevo e importante impulso con la incorporación a nuestro portafolio de cuatro hoteles propiedad de HIP, y con tres nuevos acuerdos de gestión que prevemos formalizar en las próximas semanas".

En 2019, ALG también abrió las puertas del Secrets Baby Beach Aruba: el primer resort del grupo en el país autónomo insular y el 18º establecimiento de la marca Secrets en todo el mundo. La actual cartera en

desarrollo de la compañía asciende a 30 proyectos, de los cuales 21 son de nueva construcción y nueve conversiones de marca, y que permitirán incorporar más de 10.000 habitaciones al inventario de AMResorts.

"Europa sigue siendo un terreno muy fértil para el modelo de 'todo incluido'", ha explicado el vicepresidente ejecutivo y director de Estrategia de ALG y responsable del desarrollo comercial del grupo y de sus operaciones comerciales en Europa, Javier Coll. "Los establecimientos abiertos en 2019 en España están funcionando excepcionalmente bien", concluye.

PRODUCTO

HCI consolida su presencia en España en colaboración con Hilton

Hotel Collection International (HCI), pionera en la gestión multimarca de hoteles en España y Georgia, refuerza su plan de expansión en España con la incorporación del nuevo hotel DoubleTree by Hilton Barcelona Golf, siendo el segundo establecimiento gestionado por HCI bajo la misma marca y dos nuevas aperturas prevista en 2020 bajo el paraguas de la marca DoubleTree by Hilton. Actualmente son ya tres los resorts de golf gestionados por HCI en España, ubicados en Barcelona, Alicante y Murcia. Alfaro-Manrique Atelier, estudio de arquitectura e interiorismo y diseño especializado en el sector *hospitality*, ha sido el encargado de realizar el proyecto de reforma.

Barceló reinaugura el Santiago de Tenerife tras una reforma

Después de un ambicioso proyecto de reforma que ha durado cerca de dos años, y ha supuesto una inversión de 10 millones de euros, el Barceló Santiago ha recuperado su esplendor, ocupando el lugar que merece al estar considerado, desde su apertura en 1995, como uno de los hoteles más emblemáticos del sur de Tenerife. Además de sus instalaciones y su servicio, uno de los aspectos que más ha influido en ese posicionamiento es su ubicación, que permite obtener desde múltiples lugares del hotel, y desde muchas de sus 407 habitaciones, unas vistas de los acantilados de Los Gigantes, además de atardeceres sobre el océano. El Barceló Santiago ha hecho coincidir su reforma con la creación de un amplio programa de actividades.

Meliá, premiada en Fitur por los CaixaBank Hotels & Tourism

Meliá Hotels International ha recibido en Fitur el Premio Nacional a la Responsabilidad Corporativa en los premios CaixaBank Hotels & Tourism Awards. Galardonada con este reconocimiento por segundo año consecutivo, la hotelera ha destacado con su innovador proyecto CO2perate, con el que en apenas cinco años evitará la emisión de más de 66.000 toneladas de CO₂ a la atmósfera equivalentes a la plantación de 3,3 millones de árboles. CaixaBank ha impulsado estos premios para aplaudir la innovación, sostenibilidad y respeto medioambiental de las empresas turísticas a en todo el país. El proyecto CO2perate, cumple con dichos aspectos, contando además con importantes aspectos innovadores.

BOOKING

NEXOTUR

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

91 369 41 00
91 369 18 39

Mayoristas

| | |
|--|---|
| VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID | 902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786 |
| ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA | 902-355444/968-355444 Fax 902-355443 |
| TUI SPAIN Mesena, 22, 2º MADRID | 91-7597125 info@tuispain.com |
| AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID | 91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181 |
| AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO | 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593 |
| A SU AIRE Moreña, 12 esq. a Zarza C. REAL | 926-274157/226259 Fax 926-226334 |
| CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID | 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263 |
| COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID | 91-5558550 Fax 91-5564770 |
| COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA | 93-4875685 Fax 93-4874770 |
| DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID | 91-5310607 Fax 91-5214254 |
| DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA | 91-5310607 Fax 91-5214254 |
| DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID | 91-7451111 Fax 91-5614469 |
| ENTORNO NATURAL.COM Diputacio, 238 BARCELONA | 93-4827100 Fax 93-4827131 |
| EXPO MUNDO Diputacio, 238 BARCELONA | 93-4827100 Fax 93-4827131 |
| HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES | 902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977 |
| HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA | 93-425.30.66 Fax 93.425.38.07 |
| HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID | 91-5427933 Fax 91-5422071 |
| HVALATRAVEL.COM Diputacio, 238 BARCELONA | 93-4827100 Fax 93-4827131 |
| INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ºB MADRID | 91-5320413 Fax 91-5221241 |
| MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID | 91 308308 Fax 91-3821664 |
| MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID | 902-361926 Fax 93-4827131 |
| NIZA TOURS-VIAJES NIZA Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE) | 902-995950 Fax 922-793868 |

| | |
|--|---|
| NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 238 BARCELONA | 902-510120 Fax 91-4568686 |
| NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID | 91-5472509 Fax 91-5471792 |
| OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID | 91-1417960/61 Fax 91-1417895 |
| ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID | 91-5612373 Fax 91-5614242 |
| POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID | 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889 |
| POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA | 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683 |
| POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA | 945-245500/902-877778 Fax 945-3220396 |
| POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA | 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618 |
| POLITOURS C/ Irmáns Suárez Ferrín, 4B CULLEREDO (A CORUÑA) | 981-654801 Fax 981-651467 |
| PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID | 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198 |
| SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID | 91-3532740 Fax 91-3503896 |
| SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit. Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA. | 971-070435 Fax 971-040466 |
| SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA | 93-5100710 Fax 93-4880792 |
| SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID | 91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578 |
| SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA | 96-3944625 Fax 96-3942381 |
| TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID | 91-5768445 Fax 91-4359088 |
| TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES | 902 164102/91-7242422 Fax 91-623 98 17 |
| TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID | 902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855 |
| TRAVELPLAN Carretera Arenal - Lluçmajor km, 21,5 Lluçmajor | 971-178100 |
| TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ Trespardne 29, 4º MADRID | 902 354355 Fax 91-3297515 |
| TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID | 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174 |
| UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Epta Of.6 TORREMOLINOS | 952-378646 Fax 952-375372 |
| UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA | 93-4905450 Fax 93-4906479 |
| UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Eptta. Izq. MADRID | 91-5401840 Fax 91-5401841 |

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

Compañías Aéreas

| | |
|--|---|
| AEROMEXICO Cedaceros, 10, 6º drcha MADRID | 900 995 282 Fax 91-5481527 |
| ALITALIA Pl. España, 12-1º (ofic.B) MADRID | 902-100323 Fax 91-4416041 |
| ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA | 902-100323 Fax 93-4158379 |
| AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA | 971-178100 Fax 971-178360 |
| AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid | 91-3083444 Fax 91-3198440 |
| FINNAIR Tarragona, 161, 15º BARCELONA | 901888126 Fax 901888128 |
| FLYTUR AIR MARKETING Luisa Fernanda, 2 MADRID | 91-5421323 Fax 91-5423710 |
| IBERIA Velázquez, 130 MADRID | 91-5878787-5877592 Fax 91-5877502 |
| LAN Capitán Haya 1, 7º planta. MADRID | 91-4544140 Fax 91-5560933 |
| LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID | 91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365 |
| AMERICAN AIRLINES Edificio Iberia, Martínez Villergas 49, 2º Planta Norte | 902-011737 |

Compañías Marítimas

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

Ferrocarril

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

Alquiler de Automóviles

| | |
|--|--|
| BUDGET RENT A CAR ESPAÑA Conde de Aranda, 1-3º Dcha. MADRID | 91-4363319 Fax 91-5768827 |
| EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID | 91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201 |

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

Organismos

| | |
|--|------------------------------|
| GRUPO STAR Luisa Fernanda, 12 MADRID | 91-5502160 Fax 91-5432689 |
| INFOASTURIAS Pza. España, 5 1º OVIEDO | 902-300202 Fax 985-273487 |
| INST.BALEAR PROMOCION TURIST. Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA | 971-176191 Fax 971-176185 |

Centrales de Reservas

| | |
|--|---|
| CANARIAS.COM-TENERIFE av. Las Americas, cc Americas Plaza L26 ARONA | 922-715353 Fax 922-719131 |
| CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID | 902-424242 Fax 91-3831743 |
| CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS | 902-200063 Fax 902-200064 |
| HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA | 922-145864-66 Fax 922-145865 |
| GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA) | 93-6801600 Fax 93-6800944 |
| HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA | 902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945 |
| INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA | 93-4090522 Fax 93-4090493 |
| MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID | 91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999 |
| PARADORES Requena, 3-5 MADRID | 91-5166666 Fax 91-5166657 |

| | |
|---|--|
| RIU HOTELS Lauze s/n PALMA DE MALLORCA | 971-743030 Fax 971-744171 |
| SOL MELIA Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA | 902-144444 Fax 91-5791392 |
| TRANSHOTEL Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES | 902 164164/902 164163 Fax 902 444 164 |
| PEGASUS SOLUTIONS Pza. Marqués de Salamanca,3 y 4 1º | 91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482 |

Transporte por Carretera

| | |
|--|-------------------------------|
| AERO CITY TRASLADO AL AEROPUERTO Marzo, 34 MADRID | 91-7477570 Fax: 91-7481114 |
| COAVITUR Hermanos Gómez, 4 MADRID | 91-3265280 Fax 91-3260638 |
| ETRAMBUS San Cesáreo, 34 MADRID | 91-5050552 Fax: 91-5051661 |
| Europea de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID | 91-5475921 Fax: 91-5416231 |
| TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID | 902110115 Fax: 91-3021709 |

Servicios

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

Cadenas Hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN

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

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

POSITIVO FRANCÉS NATIVO ANGLORICANO: GLOBISH SPANISH COACH

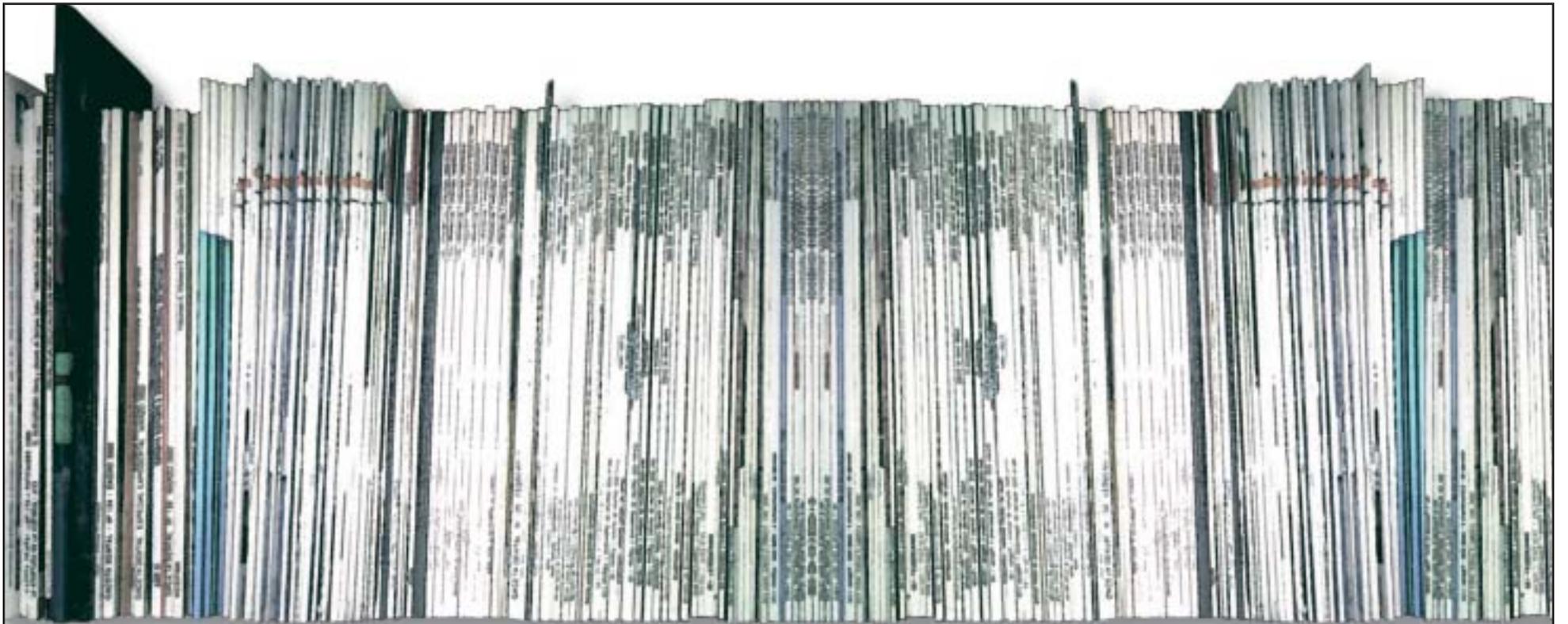
Busqueda activa de EMPLEO

Excelente **PROFESOR** Management y Marketing **ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE** Suiza ("La primera del mundo")

Centro de Estudios Turísticos Cuba Escuela OFICIAL de Turismo Madrid Shanghai Institute of Turism Shanghai Normal University China

GARANTIZO RESULTADOS GRATIS 1ª hora

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



Transferencia del conocimiento

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

publicaciones profesionales y generales

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

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP

Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

Turismo de Roma mantiene 'online' la amplia información sobre su oferta

Turismo de Roma presenta una versión compatible de su web, que mantiene la información de la anterior, modificando su diseño y la estructura de accesos, con un interesante sistema de planos con los puntos de interés en torno a sus monumentos.



www.turismoroma.it

El Departamento Attività Culturali e Turismo presenta una versión compatible para cualquier tipo de terminal de la página oficial de Turismo en la ciudad de Roma, cambiando su presentación y manteniendo su información y su completo sistema de planos, que permite desde cualquier monumento u otro tema de interés poder seleccionar los monumentos o servicios en su entorno y acceder a su descripción y a su web. Por otro lado, esta nueva versión se presenta únicamente en italiano, inglés, francés, alemán y español, frente a los nueve idiomas de la anterior.

INFORMACIÓN

Permite acceder a la información por tipo y grupo. Presenta una relación desde la que ofrece una descripción de la opción seleccionada, sus formas de contacto, horarios, enlace con su página, acceso a la compra de billetes y posibilidad de incluir en la agenda del viaje.

RESERVA

En el plano de situación de cada tema presenta los alojamientos y otros temas de interés de la zona. Seleccionando uno se accede a sus formas de contacto y a su web cuando existe. También presenta en un área los alojamientos turísticos por tipo, con sus formas de contacto.

GENERAL

Permite consultar el calendario de eventos por tipo y mes, en el que ofrece la descripción de cada actividad, su plano de situación y el acceso a su web. También incluye una amplia información sobre la ciudad y los servicios que ofrece al visitante, así como la descarga de guías y planos.

▲ Lo Mejor / Estructura

La web dispone de una sencilla estructura y una clara presentación que permite acceder fácilmente a toda su información.

▼ Lo Peor / Estética

Tiene un diseño de pantallas mejorable, con una información gráfica limitada en gran parte de los casos.

ROMA / Destinos

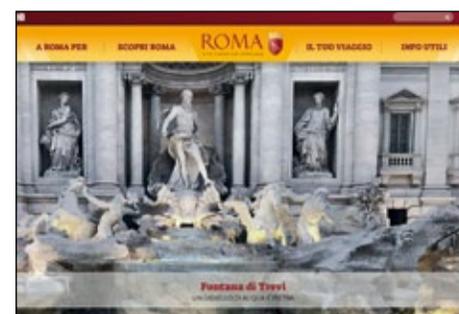
Ponderación de los Valores

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

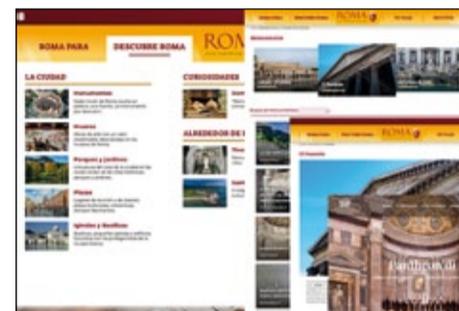
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página de Turismo en Roma resulta de interés para los profesionales de Turismo por su amplia información sobre los atractivos y servicios turísticos de la ciudad, y su fácil acceso desde el sistema de planos activos a todos sus atractivos y servicios turísticos.

7,4



Entrada / Mantiene, con nuevas presentación y estructura, el acceso a todas sus áreas de información y a una agenda de eventos.



Producto / Se accede a cualquier tipo de información por tema y tipo. Presenta una relación, su descripción y el acceso a su web.



Reserva / Mantiene la información de todo tipo de alojamientos y el acceso a cualquier servicio desde el plano de cada elemento.

Esteban Rivas presenta una página 'responsive' con todos sus servicios

Esteban Rivas, empresa especializada en servicios de transporte terrestre, presenta una nueva versión de su página web con un diseño responsive, pero sigue con una información limitada sobre la empresa y sus servicios y sin un área para las agencias.



www.estebanrivas.es

La página web actual de la empresa madrileña de transporte por carretera Esteban Rivas mantiene, con un nuevo diseño responsive, la información sobre la compañía, sus características, su flota y, muy reducida, sobre su oferta de alquiler de vehículos con chófer, trasteros y aparcamiento de vehículos pesados, así como un formulario para solicitar presupuestos, pero sin incluir tarifas ni otros datos relacionados con su oferta para clientes o agencias de viajes, a las que no dedica ninguna referencia. Por otro lado, la página presenta versiones en castellano e inglés.

INFORMACIÓN

Informa sobre sus ofertas de alquiler, que incluye diferentes servicios con autobuses de todos los tamaños, coches con chófer, furgonetas, trasteros y aparcamiento de vehículos pesados, así como una amplia información de todos los tipos de vehículos de su flota.

RESERVA

La página no ofrece ninguna información relacionada con la gestión de sus servicios, no incluye tarifas ni tampoco funcionalidad de reservas; se limita a incluir un formulario de solicitud de presupuesto y a informar sobre su dirección, teléfono y dirección de correo electrónico.

GENERAL

La página incluye alguna información sobre la empresa, su historia y los premios recibidos, así como sobre su equipo humano, incluyendo una relación de sus puestos de trabajo más demandados y una dirección de correo electrónico para enviar el currículum.

▲ Lo Mejor / Presentación

La página de Esteban Rivas mantiene un diseño adecuado y unos formatos de presentación muy cuidados.

▼ Lo Peor / Utilidad

Por su bajo nivel de información sobre sus servicios y tarifas, sigue siendo de muy poca utilidad para las agencias.

ESTEBAN RIVAS / Transportes

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página web de Esteban Rivas ofrece muy poco interés a los agentes de viajes que deseen conocer o contratar sus servicios, ya que aunque describe su flota, ofrece una información muy limitada de sus servicios, con solo un formulario y sus formas de contacto para reservar.

5,6



Entrada / Incluye el acceso a sus distintos tipos de alquiler de vehículos con chófer, trasteros y aparcamientos.



Producto / Ofrece información de su flota, de todos sus tipos de alquiler y de los distintos de servicios que ofrece.



Reserva / No dispone de gestión de reservas, sólo ofrece un formulario de solicitud de presupuesto y sus formas de contacto.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Se incrementa la búsqueda de agentes de viajes en la recta final de 2019 y el inicio de 2020

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

■ **Viajes Carrefour.** Madrid. Buscamos personas con conocimientos del Sector para contrato de media jornada. Disponibilidad inmediata y posibilidad de trabajar a turnos y fines de semana. Ofrecemos formación continua y promoción.

■ **Viajes Turcosta.** Gijón. Buscamos agente con mucha experiencia y amplios conocimientos en productos de larga distancia y todo tipo de aplicaciones informáticas. Ofrecemos contrato a jornada completa y salario acorde a sus conocimientos y cartera de clientes.

■ **Moline Travel.** Barcelona. Agencia especializada en congresos y eventos busca profesional. Requisitos: inglés nivel alto hablado y escrito y dominio de Office. Jornada completa y sueldo a convenir.

■ **Viajes Austral.** Madrid. Precisamos de agente de viajes con experiencia para cubrir puesto de ventas de mostrador. Jornada completa. Requisitos: manejo de Orbis, Amadeus y Office.

■ **Viajes ATP.** Madrid. Buscamos agentes de viajes autónomos para colaboración en viajes vacacionales y de empresa. Es imprescindible que tenga cartera de clientes. Ofrecemos comisiones altamente competitivas y libertad de horario.

■ **Viajes Carrefour.** Majadahonda. Buscamos personas con conocimientos del Sector para contrato de media jornada. Disponibilidad inmediata y posibilidad de trabajar a turnos y fines de semana (abstenerse si no cuentan con esta disponibilidad). Ofrecemos formación continua y posibilidades reales de promoción interna.

■ **Viajes Amaia.** Madrid. Buscamos agente con buen manejo de Amadeus y nivel alto de inglés para nuestra oficina situada en Madrid. Ofrecemos jornada completa de lunes a viernes con horario partido de 9.00 a 13.30 y de 16.00 a 19.30 horas.

■ **Traveldays.** Barcelona. Agencia de viajes mayorista especializada en Oriente Medio, Asia y Oceanía necesita contratar a dos personas para el departamento de booking. Requisitos: experiencia en agencia de viajes mayorista, manejo de sistema de Amadeus, idiomas (castellano, catalán e inglés), trabajo en equipo y disponibilidad inmediata. También se valorará conocimiento de destinos y producto de

Oriente Medio, Asia y Oceanía. Tareas a realizar: atención telefónica, tramitación de reservas, tramitación de presupuestos, consultas a través de llamadas telefónicas o correo electrónico, emisión de billetes, documentaciones y facturación.

■ **Viajes Dodel.** Bilbao. Se necesita agente de viajes para atención al público. Se ofrece jornada completa con horario partido.

■ **Japonal.** Madrid. Necesitamos incorporar agente para elaboración de presupuestos, asesoramiento, gestión de reservas, etc. Jornada completa. Entrenamiento y formación a cargo de la empresa. No se requiere experiencia. El candidato ideal comparte nuestra pasión por Japón, ha vivido o viajado allí, tiene una mente abierta, es capaz de realizar distintas tareas y busca aprender nuevas habilidades de trabajo.

■ **Space Travel.** Madrid. Space Travel busca agente de viajes para su departamento minorista. Requisitos: conocimientos de Amadeus y experiencia mínima de tres años. Se ofrece contrato de media jornada (tarde) e incorporación inmediata.

■ **Viajes Redondo.** Madrid. Agencia de viajes familiar especializada en Turismo cultural y con producto propio en viajes culturales y de experiencias con 30 años

en el mercado, busca persona para su oficina situada en la ciudad de Madrid. Requisitos: buena presencia, facilidad en la atención telefónica al cliente, resolutive, buena disposición para con los clientes, elaboración de presupuestos, confección de viajes combinados, reservas, adaptación a la empresa, buena predisposición al aprendizaje y al trabajo. Conocimientos de Amadeus, Office y buen nivel de inglés. Experiencia mínima de entre uno y dos años.

■ **Viajes Sura Business.** Palma de Mallorca. Seleccionamos agente experto en viajes corporativos con conocimientos en sistemas de reservas y alto nivel de Amadeus. Otros requisitos: experiencia mínima de dos años en cuentas viajes empresa-business travel. Se valorará los conocimientos de productos para empresas.

■ **Wakutavel.** Madrid. Técnico elaboración de producto y 'paquetes' para mayorista. Se precisa de dos personas especializadas en Asia y América. Imprescindible experiencia de tres a cinco años, conocimientos amplios en la elaboración y creación de paquetes. Otros requisitos: conocimiento y dominio de Amadeus, comparativa de competencia en precios y productos, conocimientos de ofimática, capacidad de resolución de quejas, inglés

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles de lujo

↑ La página de Radisson SAS ofrece, con un correcto diseño *responsive*, la **información** de los hoteles de todas sus marcas, así como un sistema de gestión de reserva de estancias enfocado al cliente final y otro muy completo de gestión de reuniones.

⇒ Es una página de **utilidad** para el cliente final.

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



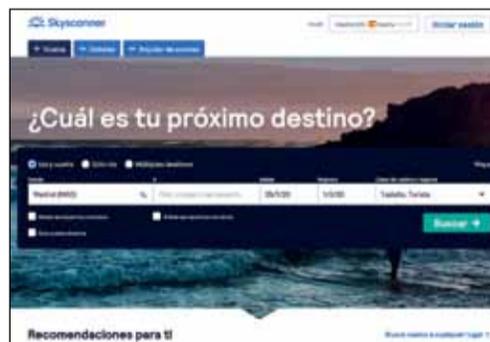
<http://www.radissonhotels.com>

Vuelos, hoteles y coches

↑ La página de Skyscanner **informa** sobre las mejores ofertas de vuelos, hoteles y coches en todo el mundo comparando la solicitud del cliente en múltiples centrales del tipo de servicio solicitado para ceder a su central la reserva de la alternativa seleccionada.

⇒ Por su amplia cobertura y facilidad de uso, es de **utilidad** para el cliente.

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



<http://www.skyscanner.com>

Autocares en Madrid

↑ La página de HBV **informa** sobre la empresa y presenta la descripción de todos sus tipos de servicios de transporte en autocares y microbuses desde Madrid, aunque para su gestión sólo ofrece un formulario de solicitud de presupuesto.

⇒ Su **utilidad** está limitada porque no ofrece sus tarifas.

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



<http://www.autocares-hbv.com>

Casas Rurales

↑ Nueva versión *responsive* de la página de Guiarural.com que mantiene, en el nuevo formato, la misma **información** sobre un amplio número de casas rurales en España y Portugal, aunque para reservar continúa con sólo un formulario de consulta.

⇒ Su **utilidad** está limitada porque no contempla la reserva *on-line*.

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



<http://www.guiarural.com>

Entradas en Venecia

↑ La nueva versión de la página oficial de Turismo de Venecia mantiene, con algún cambio en su diseño, una limitada **información** sobre sus atractivos turísticos y la gestión de compra de entradas y servicios en la ciudad, que sigue agrupando en una CityPass personal.

⇒ Sería de más **utilidad** si ampliara la información de Turismo.

↓ Contempla la **reserva** de entradas, pero no informa sobre alojamientos.



<http://www.veneziunica.it/es>

Eventos en La Coruña

↑ La nueva versión de la 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.

⇒ Sería de más **utilidad** si mantuviera sus tarifas.

↓ Solo ofrece un **formulario** de solicitud de espacios.



<http://www.palexco.com>

LEGISLACIÓN

Feria del cocido

Galicia

✓La Feria del Cocido de Lalín se ha convertido en la primera Fiesta de Interés Turístico Internacional de España de carácter gastronómico. El evento, que hace homenaje a uno de los platos clásicos de la cocina de invierno en Rías Baixas, Galicia y, en general, en todo el territorio español, ha obtenido recientemente de la Secretaría de Estado de Turismo el máximo reconocimiento que otorga a las grandes fiestas. La provincia de Pontevedra pasa a sumar, así, seis eventos de alcance internacional al sumarse la Feria del Cocido a la Arribada de Baiona, las alfombras del Corpus de Pontearreas, la Festa do Albariño, la Romaría Vikinga de Catoira y la Rapa das Bestas de Sabucedo. Esta celebración tuvo lugar por primera vez en el año 1969 como una jornada dedicada a la exaltación gastronómica, y atrae a más de 50.000 personas para degustar su famoso cocido.

Boletín Oficial de Galicia.
www.xunta.gal/diario-oficial-galicia

CURSO

Curso en Restauración

Dedicado principalmente para el sector de los profesionales

La Escuela de Hostelería de Madrid (EHM) ha puesto en marcha el Curso Superior en Gestión de Restauración dirigido a todos aquellos profesionales que quieran adaptarse a las nuevas tendencias del sector en cuanto a la gestión de sus establecimientos, así como a aquellos que quieran emprender con la apertura de nuevos locales.

El Curso Superior en Gestión de Restauración estará dirigido por la consultora especialista Myriam Díez Salamanca, licenciada en Ciencias Económicas y empresariales por la Universidad de Valladolid.

La formación consta de 220 horas presenciales de las cuales 200 son lectivas y 20 tutorías. Pensado para profesionales, las clases se impartirán en jornadas intensivas los lunes en Madrid, entre febrero y de junio de 2020. Las sesiones se completarán con varias experiencias en las que los alumnos estudiarán casos de éxitos, realizarán visitas a negocios innovadores o bodegas y asistirán a ferias del sector, para que una vez finalizado el curso los alumnos puedan llevarse hecho el manual de operaciones para su negocio.



LIBROS

Turismo cinematográfico

Título: 'Comunidad de Madrid: territorio Far West'

La Comunidad de Madrid ha presentado, en el marco de Fitur Screen, la guía audiovisual 'Comunidad de Madrid: territorio Far West', que incluye localizaciones de películas del oeste rodadas en diferentes puntos de la región. Esta nueva publicación, realizada a través de Film Madrid, la Oficina de Promoción de Rodajes de la Comunidad de Madrid, persigue un doble objetivo: favorecer el conocimiento de estos escenarios de rodaje, aún disponibles, para profesionales de cine, y fomentar el Turismo cinematográfico en la región, que cada vez cobra más adeptos, a través de las localizaciones de estos filmes.



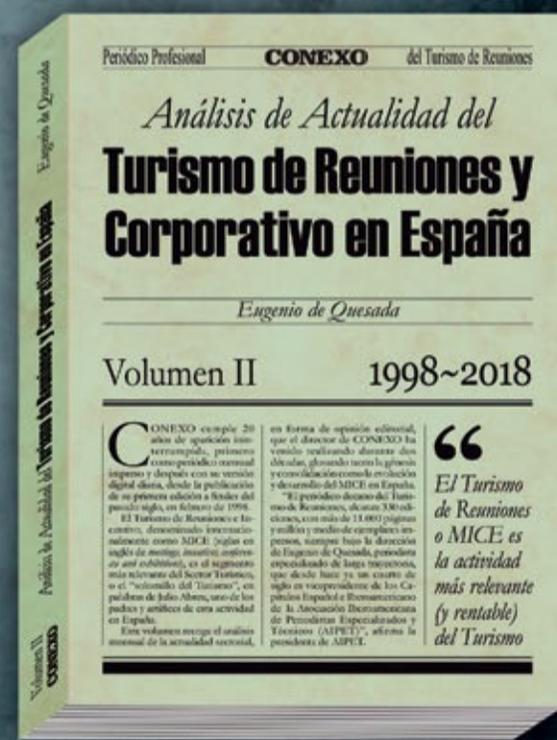
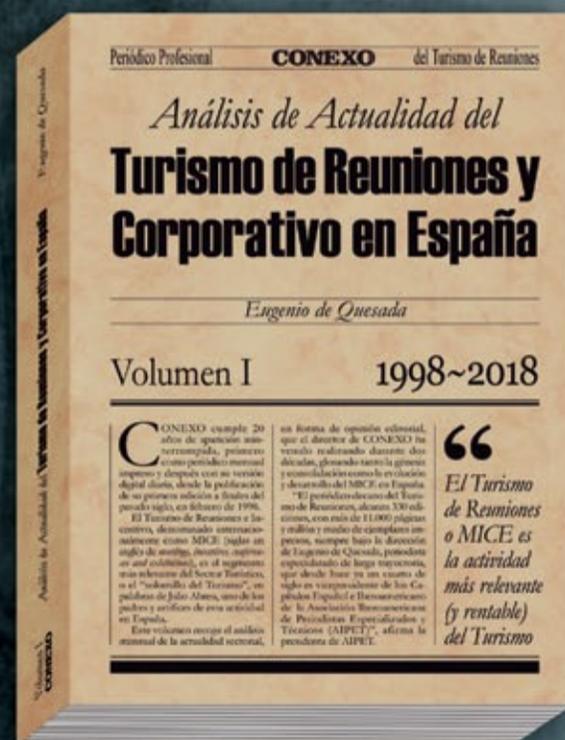
CALENDARIO

Eventos cercanos

- Entre los días 26 de febrero y 1 de marzo se celebrará, en Alemania, una nueva edición de la feria Viajes + Camping. Al evento asistirán numerosos compatriotas de diferentes destinos que presentarán y ofrecerán a los visitantes una amplia información y conocimiento detallado acerca de su oferta. Aparte de otros países y culturas, una gran parte de la feria gira en torno a las áreas de *camping* y *caravaning*. Más información en www.reise-camping.de.
- Del 12 al 15 del próximo mes de marzo se celebrará, en París, la 45ª edición de Salon Mondial du Tourisme. Se trata de una de las ferias generales de Turismo más importantes de Francia para descubrir las tendencias y los nuevos destinos. Este año promete estar llena de descubrimientos con nuevas áreas temáticas. Estarán presentes oficinas de turismo, operadores turísticos, agencias de viajes, sitios de alojamiento. Más información en www.salons-du-tourisme.com/Paris.

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

CONEXO



PVP: 18€

Solicite su ejemplar: suscripciones@nexotur.com

SUBEN

▲ Helio Loureiro



Hertz ha nombrado a Helio Loureiro director comercial en España. Será responsable de liderar el área comercial de la compañía, incluyendo la gestión de las cuentas de clientes corporativos, vehículos industriales, el servicio de *carsharing* y otros proyectos.

▲ Stephan Ebert



El hasta ahora director general Aerticket en España, Stephan Ebert, será la persona encargada de liderar la implementación del proyecto en México. Asumirá este nuevo reto después de haber dirigido con éxito la filial española desde su creación en el año 2010.

▲ Iñigo del Hoyo



Azul Marino Viajes ha sido reconocida por Iberia como la mejor agencia de viajes en la delegación norte por su trayectoria familiar de marcado carácter innovador y consolidación de su proyecto. El CEO del grupo, Iñigo del Hoyo, ha recogido el premio.

SUMARIO

| | |
|--------------------------------|-------|
| Tribuna de Opinión / Claves | 2 |
| Protagonista / Marco Sansavini | 3 |
| Entrevista / Santiago Vallejo | 4 |
| Escaparate | 6-20 |
| InfoGEA | 15-18 |
| Mostrador | 21-22 |
| Club | 23 |
| Hotelería | 25-26 |
| Booking | 27 |
| Evaluanet | 29 |
| Ofertas de empleo | 30 |
| Agenda | 31 |

DEL 3 AL 9 DE FEBRERO DE 2020



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

Récord histórico del PIB turístico en España

La contribución del Turismo a la economía española alcanza un nuevo récord histórico. Según la Mesa del Turismo y la Universidad Nebrija, su peso en el PIB asciende en 2019 al 12,5%, con una producción total de 297.122 millones de euros. Se trata de un incremento interanual del 9,3%. En este fuerte avance tiene una clara influencia la revisión de la medición de acuerdo a los estándares europeos. Cabe recordar que hace justamente un año ambas entidades cifraron en un 11,8% la aportación del Turismo al PIB en 2018. El estudio también pone de relieve la aportación de la actividad turística a la balanza fiscal. Se sitúa en 2019 en 27.417 millones, frente a los 23.921 millones del año anterior (+14,6%).



SEMANA DEL 10 AL 16 DE FEBRERO DE 2020

INDICADOR DE EXPECTATIVAS

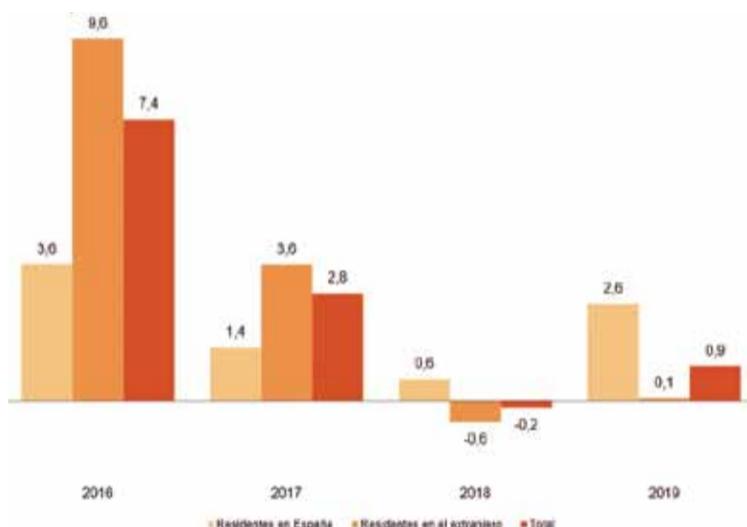
COYUNTURA

Aumentan las pernoctaciones en hoteles

Tras un 2018 con balance negativo, las pernoctaciones en alojamientos hoteleros experimentan en el global de 2019 un tímido repunte del 0,9%, con 343,1 millones. Según los datos del INE, de esta cifra, el 34,8% corresponden a residentes en España, mientras que el 65,2% restante son de turistas extranjeros. En el año 2019 se ha cubierto, de media, el 60,2% de las plazas ofertadas, porcentaje similar al del ejercicio anterior.

hoteleras en 2019, lo que supone el 44,1% del total de las efectuadas por no residentes. Las pernoctaciones de británicos aumentan un 0,3%, mientras que las de los alemanes disminuyen un 9%. Las pernoctaciones de los viajeros procedentes de Francia, Italia y Países Bajos (los siguientes mercados emisores) registran tasas anuales del 0,2%, 7,1% y -4,8%, respectivamente. Entre los principales países emisores, los mayores crecimientos corresponden a Japón (24,5%), Estados Unidos (16,2%) e Irlanda (13,8%).

Tasas de variación anual de pernoctaciones



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

© NEXOTUR

ción con un 75,5%. Le siguen Canarias (72,2%) y Cataluña (61,2%).

Las principales zonas turísticas por número de pernoctaciones son la isla de Mallorca (con 45,1 millones), la isla de Tenerife (con 25,2 millones) y la zona de Barcelona (con 22,3 millones). Por su parte, los puntos turísticos con más per-

noctaciones son Barcelona, Madrid y San Bartolomé de Tirajana. Arona registra el grado de ocupación por plazas medio más elevado (79,1%) y también la mayor ocupación media en fin de semana (79,6%).

Los viajeros procedentes de Reino Unido y Alemania han realizado 98,6 millones de pernoctaciones

Facturación media y RevPAR

La tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH) se sitúa de media en el 1,9% en 2019, lo que supone 0,3 puntos menos que la registrada en 2018. Las Comunidades autónomas con las tasas medias más altas son Cataluña (3,6%), Comunidad de Madrid (3,5%) y Comunidad Foral de Navarra (3,3%). El único territorio con tasa negativa es la ciudad autónoma de Ceuta (-0,3%).

La facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada (ADR) es de 91 euros. Por su parte, el ingreso medio diario por habitación disponible (RevPAR), que está condicionado por la ocupación registrada en los establecimientos hoteleros, alcanza los 61,2 euros de media. Por categorías, la facturación media es de 190,4 euros para los hoteles de cinco estrellas, de 97,6 euros para los de cuatro y de 74,6 euros para los de tres estrellas. Los ingresos por habitación disponible para estas mismas categorías son de 131,3, 73,1 y 52,8 euros, respectivamente.

Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España
Un cuarto de siglo de Historia del Sector
Volumen I 1996-1997

Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España

NEXOTUR

PVP: 9€ cada volumen
PVP: 98€ colección completa (*)

Solicite su ejemplar o colección: suscripciones@nexotur.com
(*) El volumen 12 (años 2018 y 2019) se entregará en enero de 2020