

ISAÍAS  
TÁBOAS  
**Renfe  
rectifica**

PÁG. 12 / Renfe incluirá a las agencias en la comercialización de Avlo



LUIS  
GALLEGO  
**Implantación  
del NDC**

PÁG. 8 / Iberia ampliará tarifas y rutas que vende solo vía NDC



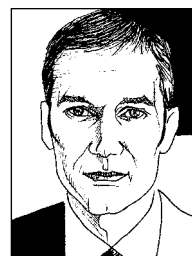
MIGUEL ÁNGEL  
DE LA MATA  
**Una mayor  
inversión**

PÁG. 6 / Vuelve a la lista de las que más invierten en publicidad



JOSÉ LUIS  
MÉNDEZ  
**Apuesta por  
el planeta**

PÁG. 14 / UNAV presenta el Libro Blanco de la Sostenibilidad



CÉSAR  
GUTIÉRREZ  
**Turismo  
doméstico**

PÁG. 5 / Fetave pide acciones para impulsar el Turismo doméstico

## La Generalitat retirará el estatus de empresa turística a las agencias

ACAVE advierte que creará inseguridad jurídica y abrirá la puerta al intrusismo

ACAVE alerta sobre las consecuencias del plan de la Generalitat de retirar el estatus de empresa turística a las agencias. Avisa del riesgo de fugas a

otras Comunidades y denuncia que "abre la puerta al intrusismo", así como crea inseguridad jurídica tanto para las empresas como para los clientes.



Tobias Zisik, Europcar Mobility.

**Europcar acapara ya casi un 24% de cuota**

Sumando todas las marcas, la cuota de Europcar en España es cercana al 24%, asegura su director general Tobias Zisik. **Pág. 4**

**La facturación del Sector aumenta cerca de un 6%**

El negocio de las agencias de viajes en España crece en 2019 por sexto año consecutivo. En concreto, un 5,7% más. **Pág. 10**

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

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) ha presentado un pliego de alegaciones ante el Proyecto de Medidas Fiscales, Administrativas, Financieras y del Sector Público para 2020. La Organización que preside Martí Sarrate advierte que su aprobación "supondría la exclusión de la normativa turística



Martí Sarrate

Registro de Turismo de Cataluña. **Escapate en pág. 7**

catalana de las agencias de viajes". Y es que establece la restricción de la consideración de empresas turísticas exclusivamente a aquellas que hacen mediación en alojamientos turísticos, elimina la definición de agente de viajes y excluye las agencias del

## Los empresarios mejoran su propuesta de subida salarial

Tras 14 meses de negociación, parece que la negociación del Convenio Colectivo Estatal de Agencias de Viajes entra en su recta final. En la última reunión de la mesa negociadora, la parte empresarial, representada por CEAV, llevó una nueva propuesta que recoge una mejora en materia salarial, al ofrecer un alza de los salarios del 1% en 2019, con carácter retroactivo al 1 de enero, del 1,5% en 2020 y del 2% en 2021. Por tanto, se trata de un aumento

del 4,5% en el trienio de vigencia del nuevo Convenio Colectivo, frente a la subida del 4% propuesta a final de año (1%, 1,5% y 1,5% en cada uno de los ejercicios). Pero los sindicatos continúan rechazando la firma del acuerdo al entender que los cambios introducidos en el Nuevo Ordenamiento Laboral (NOL) dificultarán la progresión profesional de los trabajadores del Sector, el otro punto en conflicto. **Escapate en pág. 9**

## Impacto limitado en el emisor del coronavirus

Las Organizaciones empresariales llaman a la calma

Como aseguran CEAV y ACAVE, los efectos del coronavirus en el emisor español son muy limitados. Aclaran que las ventas marchan según lo previsto, exceptuando aquellos destinos más afectados por el brote. El presidente de CEAV, Carlos Garrido, reconoce que "si se están produciendo cancelaciones de forma moderada a destinos del norte de Italia". También menciona que "los cruceros se están viendo más



Carlos Garrido

afectados". ACAVE subraya que las agencias están tramitando con normalidad reservas de viajes, excepto en China, Irán y algunas zonas de Corea del Sur. La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, ha anunciado que se activará un protocolo para que hoteles, aeropuertos y zonas de afluencia masiva de turistas dispongan de toda la información. **Escapate en pág. 14**

## Ávoris pretende impulsar su nueva marca B Cruises

B the travel brand quiere convertirse en la marca de referencia en el segmento de los cruceros. Para ello, a la apertura en noviembre de una tienda B Cruises en Madrid, suma ahora otra en Barcelona. Además de la apertura de las citadas tiendas en las dos grandes plazas emisoras de España, también habilitará



Vicente Fenollar

espacios dedicados a la venta de cruceros en sus *flagship* de Lisboa y Palma de Mallorca, así como en aquellas tiendas *premium* que dispongan de suficiente espacio. En el resto de la red, que supera los 600 puntos de venta, también estará presente la marca B Cruises. **Escapate en pág. 10**

2020  
ABRIL

## Semana Santa

con  
Crucero

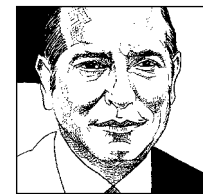
|                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                  |                                                                                                                                       |                                                                                                                                                  |                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>GRAN CRUCERO 1.165€</b></p> <p><b>Hollandia</b></p> <p>desde MAD, BCN, Alicante y Bilbao</p> <p>9 al 13 de abril<br/>5 días / 23 noches</p> | <p><b>CRUCERO 1.830€</b><br/>+10 visitas + Abu Simbel</p> <p><b>Egipto</b></p> <p>desde Madrid</p> <p>4 al 11 de abril<br/>8 días / 7 noches</p> | <p><b>CRUCERO 1.140€</b></p> <p><b>Rhin</b></p> <p>desde MAD, BCN, Palma y Valencia</p> <p>9 al 13 de abril<br/>5 días / 4 noches</p> | <p><b>GRAN CRUCERO 1.153€</b></p> <p><b>Danubio</b></p> <p>desde MAD, BCN, VAL, BIO y Santiago</p> <p>9 al 13 de abril<br/>5 días / 4 noches</p> | <p><b>CRUCERO 985€</b></p> <p><b>Duero</b></p> <p>Barco 5 ⚓</p> <p>29 marzo - 3 abril<br/>6 días / 5 noches</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

\* Todos los precios incluyen vuelos + traslados + hoteles + tasas. Consultar régimen de alojamiento de los hoteles y disponibilidad. Información y reservas en su agencia de viajes o en [www.politours.com](http://www.politours.com)

**POLITOURS**

**‘Las compañías espaciales definitivamente necesitarán operadores turísticos de referencia. Nuestro objetivo es ver que el espacio se convierta en una nueva industria Turística en sí mismo. La fascinación por los vuelos espaciales es universal’, señala el CEO de Agora Next**

TRIBUNA



KEMEL KHARBACHI

## La carrera por la conquista del espacio

LA TECNOLOGÍA HA penetrado consistentemente en la forma de vivir de la sociedad, desde cómo trabajamos, pasando por nuestros hábitos y costumbres, hasta a la manera de movernos por la ciudad. Además, ha provocado un cambio de tendencia en la experiencia de las personas, que ahora valoran, más que nunca, las nuevas sensaciones que les proporcionan los productos y servicios que consumen. Por ello, las empresas apuestan por innovadoras técnicas para diferenciarse.

En el Sector Turístico se están produciendo cambios contundentes en la manera de entender el concepto tradicional de las vacaciones. Ahora, la sociedad no se conforma con unos días en hoteles lujosos, sino que busca nuevas sensaciones y experiencias que marquen un antes y un después en sus vidas. Desde Agora Next Hub, trabajamos para poder satisfacer estas nuevas necesidades, más exigentes y ambiciosas, con proyectos innovadores y disruptivos centrados en el Turismo espacial, la sostenibilidad y la movilidad del futuro.

Además, estos sectores presentan una clara tendencia creciente. En concreto, los expertos coinciden en que el negocio del Turismo espacial crecerá casi cuatro veces en la próxima década hasta alcanzar los 43 mil millones de euros, creando una oportunidad para aquellos que buscan una nueva experiencia y beneficiarse del aumento del comercio entre las empresas de la industria espacial.

Lo que en 2001 parecía ciencia ficción hoy se acerca mucho a la realidad. El Turismo espacial se desarrolla a pasos agigantados y esto se debe a la gran inversión privada que ha tenido lugar en la última década. Entre los multimillonarios que han decidido invertir gran parte de sus fortunas en el desarrollo de

tecnologías para poder llevar turistas al espacio se encuentran: Jeff Bezos, propietario de Amazon y fundador de Blue Origin, Elon Musk propietario de Tesla y fundador de Space X, y, por último, Richard Branson propietario de Virgin y fundador de Virgin Galactic.

Entre estos *players* que trabajan diariamente por alcanzar el gran

Además de fomentar la democratización de los viajes al espacio, a un precio muy inferior frente a las compañías espaciales competidoras.

Pero, ¿cómo lo haremos? Desde Agora Next y Bloon NSX Space nos proponemos enviar pasajeros más allá de la curvatura de la Tierra, concretamente, a más de 36.000 metros de altitud, 36 kilómetros, antes de que

*hubs* espaciales de Agora Next, ubicados en zonas estratégicas, con unas condiciones meteorológicas idóneas para efectuar este tipo de lanzamientos al espacio. En la actualidad, desde Agora Next Hub se trabaja de forma constante, para que en 2021 las primeras cabinas o naves con turistas espaciales empiecen a viajar al espacio desde

objetivo solidario de conseguir un millón de dólares para apoyar la educación en Nepal.

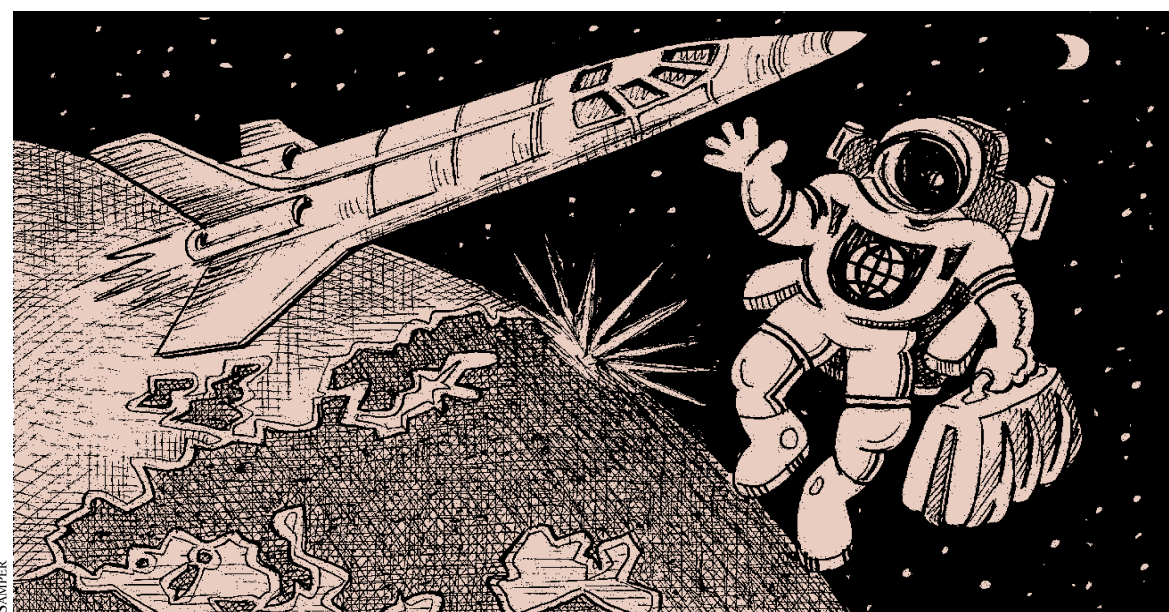
La localización elegida para este viaje ‘0’ será NEOM, en Arabia Saudí. NEOM es el megaproyecto más importante y ambicioso del mundo cuya inversión es de 500 billones. Con una superficie total igual a la extensión de Bélgica, será, en un futuro no muy lejano (2030), un lugar para el desarrollo turístico y conclave de centros de innovación de tecnologías disruptivas y sostenibles entre ellos nuestro *hub* tecnológico espacial de Agora Next.

Zero 2 Infinity lleva más de 10 años con proyectos y lanzamientos espaciales. En la actualidad, cuenta con contratos con prestigiosos organismos y grandes compañías, como la agencia Espacial Europea, Airbus, Thales, para el desarrollo y lanzamiento de satélites, cargas, seguridad y defensa.

Las compañías espaciales definitivamente necesitarán operadores turísticos de referencia. Nuestro objetivo es ver que el espacio se convierta en una nueva industria Turística en sí mismo. La fascinación por los vuelos espaciales es universal y a medida que comenzamos a crear una nueva infraestructura de transporte —puertos espaciales o en inglés *spaceport*— transformaremos nuestras relaciones comerciales y personales con el espacio, y, en definitiva, habrá más y más oportunidades para que todos se involucren. En este proceso, la democratización está en el corazón de nuestro negocio y es lo que impulsará la nueva era del turismo espacial.

Este hito histórico significa que ahora, por primera vez, cualquiera podrá invertir en el emocionante futuro de los vuelos turísticos espaciales.

◀ Kemel Kharbachi es CEO y fundador de Agora Next Tourism Innovation Hub.



objetivo, se encuentra Bloon NSX Space, el primer operador turístico espacial europeo, desarrollado por Zero 2 Infinity y acelerada e invertida por nosotros. Desde Agora Next y como partícipe de este proyecto, competimos, y de forma muy notable, en esta larga carrera por la conquista del espacio.

Bloon NSX Space by Zero 2 Infinity es la compañía de Turismo espacial sostenible más importante del mundo, proporcionando a los clientes una oportunidad única para que busquen y encuentren en el espacio una nueva experiencia turística.

finalice el año 2021. Con este hito, nos convertiremos en el primer operador de turismo espacial Europeo, 100% sostenible y sin generar huella de carbono, que conquiste el espacio.

El vuelo llegará hasta la estratosfera, punto en el que se observará la curvatura de la Tierra y se realizará en una gran cabina espacial. Un total de cuatro pasajeros viajarán en una cabina presurizada, propulsada por un globo que funciona con gas helio. Dos pilotos irán en cada expedición y unos 40 técnicos la controlarán desde tierra.

Estos viajes a la estratosfera tendrán lugar desde diferentes

España, México, Arabia Saudí y Emiratos Árabes.

En este sentido, nuestro primer viaje a la estratosfera será experimentado por Raha Moharrak, un claro ejemplo de motivación y superación constante, con su incansable energía para conquistar los restos más dificultosos que plantea nuestro planeta. Raha Moharrak, alpinista experta y primera mujer saudita en escalar siete cumbres a sus 34 años, ha sido la primera mujer saudí y la árabe más joven en conquistar la cima del Monte Everest. Moharrak subió al Everest en grupo con el

## Una década

HAN PASADO DIEZ años desde que mi hermano y yo fundamos Grupo Viajabien.

Nos metimos, casi sin quererlo, en un sector desconocido para nosotros. Un sector al que, en estos 10 años, hemos aprendido a querer. Por aquel entonces, en 2009, todavía existían Marsans y Orizonia. Y éramos unas 13.000 agencias en España, de las que hoy quedamos unas 9.000. Hoy, diez años después, la agencia más anti-



JORGE ESPINÓS

gua del mundo, Thomas Cook, ha desaparecido.

Pero, aunque no lo parezca, el Sector está mucho mejor que cuando empezamos. Han habido muchos avances en tecnología y en profesionalización de la gestión de nuestras empresas. Y el mundo de hoy es mucho más global que hace diez años. La gente

viaja más que nunca. En un mercado tan grande y con buenas perspectivas de crecimiento, siempre va a haber espacio para la intermediación.

Es ese mundo global, que constituye nuestra mayor oportunidad, el que a la vez es nuestra mayor amenaza. Nuestro Sector tiene un problema común a la mayoría del tejido empresarial español, y es el reducido tamaño de nuestras empresas. La mayoría de las agencias son microempresas. A mayor tamaño, mayor competitividad de nuestras empresas, que es fundamental en un entorno de competencia global. El tamaño, además, aumenta la profesionalización y genera estabilidad. Hace diez años, cuando empezamos, esto no era evidente. Ahora, el pro-

ceso de concentración del Sector es imparable, y tenemos ejemplos sonoros muy recientes. Este proceso, además de necesario, es bueno.

En un entorno de inestabilidad, que compartimos con el resto de empresas, las agencias de viajes tenemos por delante el gran reto de la transformación digital. La transformación, que acaba de empezar, seguramente sea el hito que marque un antes y un después en los siguientes diez años. No hay que tener ningún miedo. El que sepa aprovecharlo, saldrá beneficiado. Y no nos confundamos. No es una cuestión de

*online vs offline*, ni de grandes contra pequeñas, ni de grandes inversiones. Es una cuestión de acertar con la estrategia, y sobre todo, de colaborar.

No tengo claro dónde estaremos dentro de otros diez años. Lo que sí tengo claro es que tenemos por delante un futuro prometedor como Sector. Y, también, que si naciera 100 veces, las 100 montarían una agencia de viajes. Tenemos una de las profesiones más bonitas que existen, y que entre todos tenemos que contribuir a dignificar. A por otros diez años.

◀ Jorge Espinós es fundador de Grupo Viajabien.

# 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 GALLEGU ALIAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), PAULA VACAS (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), GERGANA ORLINOVA (EVENTOS), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN), MAMEN MARTÍNEZ (DISEÑO) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR).

**COLUMNISTAS:** ISABEL ALBERT PIÑOLÉ, DR. VENANCIO BOTE, ANTONIO CABALLEROS, 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:** PEPITA 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

DEPÓSITO LEGAL: M-8043-2012 / IMPRESO EN ESPAÑA

ISSN (INTERNACIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966

TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

## Coronavirus: ¿el punto de inflexión?

**N**ADA ES MÁS CONTAGIOSO QUE EL MIEDO. Esta es la primera conclusión de los devastadores efectos que el coronavirus está causando en el Turismo en general y en el MICE en particular. De hecho, la probable pandemia mundial (aún no considerada como tal por la Organización Mundial

de la Salud) podría marcar el punto de inflexión de la fase expansiva que ha vivido el Turismo. Entendiendo como tal punto de inflexión "el torcimiento de algo que estaba recto", según definición de la RAE.

La abrupta suspensión del Mobile Congress de Barcelona impactó en el MICE español y podría marcar el principio del fin de las vacas gordas del viaje profesional. ¿Qué éxito puede obtener un congreso en el que los participantes no pueden reconocerse (al ir con la cara tapada por mascarillas), ni siquiera estrecharse la mano o besarse para saludarse? Es, sin duda, la antítesis de un congreso, cuyo objetivo es precisamente congregarse para estrechar lazos, facilitar el contacto personal y transferir conocimientos.

Asegurar que Barcelona (y España) es un "territorio libre del coronavirus", como hicieron autoridades municipales, autonómicas y estatales, podría ser cierto el día en que se hicieron tales declaraciones. Pero no hoy. De hecho, el 25 de febrero —segundo día del Mobile Congress, si éste se hubiera celebrado— se confirmaba el primer caso de coronavirus en Barcelona, que se sumó a los detectados en Tenerife o Madrid, entre otras ciudades.

Al igual que los efectos de la pandemia en el MICE —que podría iniciar el declive de este gran mercado—, los

daños del coronavirus en el Turismo son evidentes. ¿Qué efectos tendrá sobre el Turismo que el pasaje del crucero Diamond Princess esté en cuarentena (con fallecidos a bordo por el virus) o que los huéspedes del H10 Costa Adeje estén reclusos en el hotel tinerfeño?... Máxime si esta situación se extiende al transporte o la restauración.

La alarma social creada ha llevado a que se agoten todas las mascarillas (¿tal vez porque se fabrican en China como el 25% de la fabricación mundial?) en Madrid, antes de que se confirmara el primer caso en la capital. Pese a los esfuerzos que realizan el Gobierno y el Sector por relativizar los efectos del virus, el tráfico de turistas ya se ha paralizado en parte de Asia y está ralentizándose en Europa.

Es verdad que sólo en España mueren cada año miles de personas por la gripe, frente a las escasas víctimas del coronavirus. Pero la histeria ya se ha desatado.

El único punto positivo de la pandemia es la época en que se ha producido: en febrero, un mes valle tanto para el vacacional como del viaje profesional, en plena temporada baja. Aunque impactarán en la semana blanca y Semana Santa, el Sector confía en que la situación esté controlada cuando arranquen las reservas de verano.

A diferencia de la Guerra del Golfo, que se declaró en agosto, el SARS chino que se conoció en noviembre o la nube de cenizas del volcán de Islandia que cerró el espacio aéreo en abril, el coronavirus llega en temporada baja. La gran pregunta es ¿cuándo estará bajo control?... Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

### ▲ CHECK-IN / FACULTAD DE TURISMO MÁLAGA

#### La Universidad, con NEXOTUR

NEXOTUR está de enhorabuena. La Universidad de Málaga, a través de su prestigiada Facultad de Turismo (considerada como una de las mejores de España), ha hecho entrega de su Distinción de Honor al director de NEXOTUR y presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada, en el paraninfo de la facultad en un solemne y concurrido acto.

Tras glosar los méritos del homenajeado y ofrecer una semblanza de la trayectoria vital de NEXOTUR, el Decano de la facultad de Turismo, Dr. Antonio Guevara, presentó al director de este periódico, destacando que, en su persona, "se reconoce la labor de comunicación turística realizada por el Grupo NEXO, mediante la puesta en valor de la información turística", citando "sus ediciones en papel y digitales NEXOTUR, Conexo, NexoHotel y Nexobús, publicaciones que ofrecen la más amplia y diversa oferta informativa para los profesionales y empresarios del Turismo", en palabras del Decano de la Facultad de Málaga.

La entrega de la Distinción de Honor que otorga Universidad de Málaga reconoce "la difusión de la actividad turística", y corrió a cargo de la delegada de la Junta de Andalucía, Nuria Rodríguez, que hizo entrega a De Quesada de la Placa de Honor en presencia de los vicerrectores de la Universidad y del decano de la Facultad, siendo objeto de una prolongada ovación. Eugenio de Quesada agradeció el reconocimiento al Grupo NEXO, en nombre de su socio y de los equipos que lo han hecho posible a lo largo de todos estos años, precisamente cuando se cumple el 25º aniversario de la publicación semanal.

### ★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Marian Muro

La que fuera directora general de Turismo de Cataluña y gerente de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes, se perfila como responsable de la gestión de Turisme de Barcelona, ente esencial en la promoción turística de la Ciudad Condal.



Muro se incorpora al ente público-privado, tras ser directora de relaciones institucionales y desarrollo de negocio del Grupo Julià y de haber gestionado ACAV. Es una apuesta segura para el Sector.

### ● LA CHISPA / Quique

EL SECTOR DEL TURISMO,  
DENTRO DE LA PIRÁMIDE EM-  
PRESARIAL, GIRA EN CÍRCULO  
BUSCANDO EL SEGMENTO  
RENTABLE



### ▼ CHECK-OUT / PALACIO DE CASTELLANA

#### Las cosas del palacio, van despacio

Enésimo capítulo de la interminable tragicomedia del mítico Palacio de Congresos de la Castellana. La ministra Reyes Maroto y la secretaria de Estado Isabel Oliver visitaron el Palacio de Congresos de Madrid —junto a Octavio González, exdirector del recinto— tras un estudio de viabilidad de esta infraestructura para sacar a licitación las obras de remodelación y explotación de esta infraestructura congresual madrileña. Maroto y Oliver destacaron la importancia de este paso que se ha dado desde la Administración para que, en el menor tiempo posible, el MICE y la ciudadanía puedan volver a contar con este emblemático Palacio de Congresos. En suma, tras años cerrado, el Gobierno "vende" a la opinión pública que pone en marcha el proceso para su reapertura. Sin fecha fija en el horizonte.

"El palacio puede albergar grandes congresos", dice Maroto, intentando convertir algo tan obvio en noticia, para afirmar después que "nuestro trabajo ha sido hacer la 'hoja de ruta' para la reapertura de la instalación, después de años cerrado", y que "España está en un momento muy bueno en Turismo congresual y el palacio requería esa mejora para poder acoger grandes congresos y que sigamos siendo una referencia en el Sector". Obviadas aparte, la realidad es que el Palacio de Castellana continuará cerrado, precisamente por la inacción política, lo que supone dilapidar tan excepcional infraestructura congresual y, para colmo, pretenden sacar créditos políticos de tamaño dislate. Suma y sigue en la cuenta interminable de la pésima gestión política de este gran activo.

Nos hemos convertido en un grupo de soluciones de movilidad, aunque el alquiler tradicional siga siendo una parte fundamental de nuestro negocio / Nuestras marcas no se canibalizan en el mercado porque tienen un posicionamiento y unos atributos diferentes / Hemos tenido buenos resultados y crecimientos importantes en nuestras unidades

## «Nuestro modelo de negocio ha demostrado ser resistente y flexible»

Tobias Zisik / Director general de Europcar Mobility Group España



Tobias Zisik, que asumió hace poco más de un año el reto de sustituir a José María González al frente de Europcar Mobility Group España, hace balance de esta etapa inicial como director de la marca más potente del sector *rent a car* en el país.

**P.- El pasado mes de enero cumplió su primer año como director general de Europcar Mobility Group España. ¿Qué balance hace de esta etapa?**

**R.-** El balance es francamente bueno. Es verdad que 2019 ha sido un año complicado, con una ralentización económica global importante y un entorno complejo en toda Europa, pero nuestro modelo de negocio ha demostrado ser resistente y flexible en España. Hemos afianzado nuestro modelo y nuestro posicionamiento como un referente de la movilidad en España sigue creciendo, como pasa con cada una de nuestras marcas. Todo ello nos hace estar satisfechos y, sobre todo, nos hace ser optimistas de cara al futuro.

**P.- Su grupo ha protagonizado en los últimos años un ambicioso plan de diversificación. ¿Podría explicar las diferentes marcas con las que cuenta y cuáles son los planes para cada una de ellas?**

**R.-** Así es, la compañía ha emprendido desde hace unos años un plan gracias al cual nos hemos convertido en un grupo de soluciones de movilidad, ya lejos del *rent a car* que éramos hace tiempo, aunque el alquiler tradicional siga siendo una parte fundamental de nuestro negocio.

En España tenemos cuatro marcas, que son las principales para el grupo: con Europcar nos posicionamos en el segmento *premium*, con Goldcar en el *low cost*, con InterRent en el intermedio y con Ubeeqo en el coche compartido.

**P.- ¿Gracias a esta estrategia tienen una gama de productos adaptada a todos los perfiles de clientes?**

**R.-** Exacto, esa es la idea clave: tener un producto que se ajuste como un guante no solo a cada perfil, sino a lo que cada perfil nos pide en cada momento, porque las necesidades de movilidad de cada uno cambia en cada momento. Por ejemplo, un particular puede alquilar con Europcar para un viaje de Turismo de varios días, y con Ubeeqo para un alquiler por horas en Madrid o Barcelona.

En concreto, Europcar es nuestra marca de alquiler de coches y furgonetas para particulares y empresas; Goldcar está centrada en el mercado *low cost* para uso turístico; InterRent para el segmento intermedio, con una apuesta muy fuerte por la tecnología; y Ubeeqo para el *carsharing* en Madrid y Barcelona.

En el caso de las agencias de viajes, que suponen un porcentaje

muy significativo de nuestras ventas, también tenemos productos y oferta especiales dentro de nuestras marcas, diferentes a las que planteamos en otros canales.

**P.- ¿Habrá novedades este año?**

**R.-** Desde luego. Este año es para nosotros el momento de perseverar en nuestro viaje digital, con más coches conectados (ya tenemos 5.000 en Mallorca) y el lanzamiento de Click & Go (la *app* de Europcar para digitalizar el viaje del cliente de principio a fin) en Android.

Es también el año de la sostenibilidad: vamos a aumentar en un 50% el número de coches eléctricos, híbridos y GLP de nuestra marca Europcar, y a incorporar coches de cero emisiones en Madrid y

Barcelona para el *carsharing* con Ubeeqo, que de hecho ya tiene uno de cada tres coches ECO.

Será además el año del despegue de los productos tecnológicos de InterRent: Key'nGo, un sistema de dispensadores automáticos que permiten a los viajeros recoger las llaves del coche en menos de un minuto; y Click'nGo, que acabamos de lanzar, para que el cliente abra el coche con su *smartphone*. También habrá novedades fuera de nuestras fronteras, especialmente con nuestra unidad *low cost*: en Estados Unidos con Fox Rent a Car y en Oceanía con más oficinas de Goldcar.

**P.- ¿Qué cuota de mercado tiene su grupo en España? ¿Cómo ha evolucionado en los últimos años?**

**R.-** Sumando todas nuestras marcas, la cuota es cercana al 24%. Eso nos hace, con diferencia, los líderes del mercado en España. En los últimos años esa cuota lógica-

mente ha subido mucho, a raíz de la adquisición de Goldcar por parte del grupo en 2017.

**P.- ¿Han reforzado su presencia en España a través de sus diferentes marcas?**

**R.-** Sí, nuestras marcas no se canibalizan en el mercado porque hemos trabajado en que tengan un posicionamiento y unos atributos diferentes para que sirvan a las necesidades de los viajeros y también de las agencias de viaje. Eso nos permite ganar presencia en todo tipo de segmentos con una u otra marca.

**P.- La llegada de turistas internacionales a España ha sufrido una clara desaceleración en el último año, con caídas en**

cinco de los últimos seis meses. ¿Se han visto afectados por este cambio de tendencia?

**R.-** Es inevitable, una parte importante de nuestro negocio está unida al Turismo. El hecho de que hayan llegado menos turistas nos afecta a nosotros y al resto del sector. A eso se une una mayor presión en los precios y cierta incertidumbre por el Brexit. Sin embargo, estamos satisfechos con cómo se ha comportado nuestro negocio. Hemos hecho cambios estructurales importantes, hemos implementado medidas de ahorro significativas y hemos aprovechado las sinergias entre marcas para hacer frente a esa desaceleración con éxito.

**P.- ¿Cómo ha sido la evolución del negocio en 2019?**

**R.-** Como decíamos, a pesar de que ha sido un año complicado por la coyuntura global, hemos tenido buenos resultados y crecimientos importantes en nuestras unidades de negocio. Gracias a ello estamos en condiciones de mantener nuestra hoja de ruta para llegar a 2023 cumpliendo los objetivos que nos hemos marcado para el grupo: duplicar nuestra base de clientes activos de 7,7 a 15 millones y alcanzar unos ingresos de más de 4.000 millones de euros.

**P.- ¿Cuáles son sus previsiones para el presente año?**

**R.-** Somos optimistas para este año, hemos puesto las bases en cuanto a la diferenciación de nuestras marcas y en cuanto a la digitalización de nuestros productos para seguir creciendo, no solo este año sino a largo plazo.

**P.- La Federación Nacional de Alquiler de Vehículos con y sin Conductor (Feneval) lleva años pidiendo al Gobierno español un IVA reducido para el sector *rent a car*. ¿Sería crucial una medida de esta índole?**

**R.-** Sí, compartimos la reivindicación de Feneval en este campo. Lo que pedimos es ni más ni menos que se equipare al resto de actividades turísticas, como el alojamiento o el transporte de pasajeros.

**P.- El 50% de los usuarios españoles prescindiría de su coche y no de su móvil, según un estudio realizado por Europcar. ¿Quiere decir esto que hay gran margen de crecimiento?**

**R.-** Estamos convencidos, porque de hecho ese porcentaje es aún mayor entre los jóvenes, según hemos visto en el estudio. Está claro que para muchos conductores tener un coche ya no es una prioridad. La tecnología sí que lo es. La gente quiere tener más opciones de movilidad a su alcance y que sean digitales y sostenibles, y ahí tenemos muchísimo que decir como compañía.

*Sumando todas las marcas, la cuota es cercana al 24%, lo que nos hace líderes en España*

*Este año 2020 es para nosotros el momento de perseverar en nuestro viaje digital*

## Se comete un agravio comparativo con el IVA

No es lógico que se apliquen gravámenes diferentes sobre conceptos que son parte de un mismo programa turístico. Mientras que el transporte de viajeros, los alojamientos y la restauración tributan con un IVA del 10%, el *rent a car* lo hace en el régimen general (21%). Es un agravio comparativo hacia un sector

que en el 70% está relacionado con el Turismo, por lo que debería ser considerado a efectos tributarios como un subsector turístico.

En ningún caso somos el enemigo del medioambiente, y desde luego tampoco de la administración pública. Es

justo al revés: somos un aliado de los gobiernos y una solución para la contaminación de las ciudades en un país como el nuestro con una flota muy envejecida y contaminante.

La nuestra se renueva cada siete meses y es menos contaminante. Además

estamos incluyendo cada vez más eléctricos, híbridos y GLP. Lo único que pedimos es que la transición no sea forzosa, que se pongan medidas para facilitarla, que se invierta en infraestructuras y que se tengan en cuenta las particularidades de nuestro negocio, que es por cierto un dinamizador turístico fundamental.



© TOBIAS ZISIK



*Balnearios Autenticos*

## CADENA LÍDER DE BALNEARIOS EN ESPAÑA



Balneario de **CESTONA**  
**ZESTOA - GUIPÚZCOA**



Balneario de **GRÁVALOS**  
**GRÁVALOS - LA RIOJA**



Balneario de **GRAENA**  
**CORTES Y GRAENA - GRANADA**



Balneario **ACUÑA**  
**CALDAS DE REIS - PONTEVEDRA**



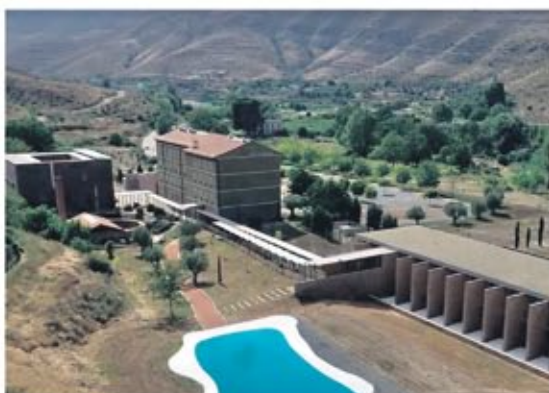
Balneario **TERMAS PALLARÉS**  
**ALHAMA DE ARAGÓN - ZARAGOZA**



Balneario de **LIÉRGANES**  
**LIÉRGANES - CANTABRIA**



Balneario **CERVANTES**  
**SANTA CRUZ DE MUDELA - CIUDAD REAL**



Balneario **LA ALBOTEA**  
**CERVERA DEL RÍO ALHAMA - LA RIOJA**



Balneario de **LANJARÓN**  
**LANJARÓN - GRANADA**

Teléfono: 902 104 841

| [www.balneariosrelaistermal.com](http://www.balneariosrelaistermal.com) |

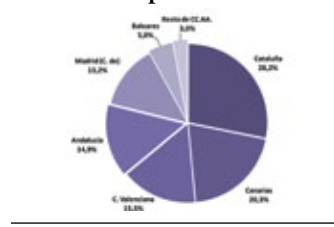


# ESCAPARATE

## El uso de vuelos 'low cost' se mantiene

En enero, las aerolíneas de 'bajo coste' se han mantenido estables respecto al mismo mes de 2018, transportando 2,8 millones de pasajeros de aeropuertos internacionales, según TurEspaña. **Pag 32**

### Distribución por Comunidades



## El fraude interno sube hasta los 677 euros

Según un estudio realizado recientemente por Captio, el fraude interno por trabajador es de 676,57 euros, experimentando un ligero descenso de casi dos puntos con respecto al pasado año 2018. **Pag 8**

### Tipos de fraude



## El veto de Rusia a China costará 40 millones

La decisión de Rusia de prohibir rotundamente la entrada de ciudadanos chinos a su territorio, con la que busca frenar la propagación del coronavirus, tendrá un fuerte impacto en la actividad turística. **Pag 9**

## ■ PRONTUARIO

*Que venga el  
Turismo, pero...*

**P**ERO QUE NO venga en avión y menos en *low costs*, pero... que no venga en coche, pero que no venga en autobús, pero que no venga en moto, pero que no venga en barco, pero que no ocupe las calles de mi ciudad... Pero que no use mi playa, pero que no compre entradas en los espectáculos, pero que no utilice guías, pero que pague cuando acceda a mi ciudad, pero que no



ANTONIO CABALLOS



ANTONIO CABALLOS

... ocupe terrazas o lugares públicos... Pero que pague una entrada para usar las playas, pero que pague una entrada en todos y cada uno de nuestros lugares de interés y monumentos, pero que solo utilice hoteles ecológicos, pero que sean limpios y perfumados, pero que no hagan ruido, pero que no vengan a pisos de alquiler, pero que solo coman en restaurantes veganos, pero que visite los Parques Naturales bajo control... Pero que hable español, pero que no venga en grupo, pero que si viene a ferias, reuniones o actos de gran afluencia se aloje en el entorno a los recintos, pero que se les controle en actos deportivos, pero que no se les vendan bebidas alcohólicas... Pero que no coman en la calle, pero que solo sea Turismo de lujo y compras, pero que sean controlados frecuentemente por la policía, pero que vistan a la europea, pero que solo utilicen transporte urbano, no contaminante, que circulen con mascarilla... Pero que no utilicen tatuajes o *piercing*, que sus peinados estén dentro de las normas... Pero, pero, pero, pero... eso sí, que gasten mucho, mucho, mucho.

Ah y no queremos que tampoco venga nadie que haya hablado con un chino.

☞ **Antonio Caballos García** es agente de viajes.

# VECI regresa a la lista de las 20 empresas que realizan mayor inversión publicitaria

La red ha destinado en todo el 2019 un total de 27,4 millones de euros, un 0,6% más que en 2018

**Tras dos años fuera del *top 20* de empresas turísticas con mayor inversión en publicidad, Viajes el Corte inglés vuelve a entrar en**

**la lista superando los 27 millones de euros, algo más de medio punto respecto al año pasado. Concretamente, el grupo encabe-**

zado por Miguel Angel de la Mata ocupa el último puesto del *ranking*, que está liderado por Volkswagen y El Corte Inglés.

Viajes El Corte Inglés repite como la empresa turística que más gasta en publicidad y, como novedad este año, vuelve a la lista de los 20 grupos con mayor inversión después de dos años de ausencia. Según los datos recabados por InfoAdex, la red dirigida por Miguel Ángel de la Mata ha destinado en el 2019 un total de 27,4 millones de euros, lo que supone un ligero aumento del 0,6% en comparación con el año anterior. Ocupa la vigésima posición de un *ranking* liderado por Volkswagen, El Corte Inglés y Lo-real, con 84,5, 74 y 69,6 millones de euros, respectivamente.

La inversión real estimada que ha registrado el mercado publicitario en España se sitúa en 13.145,6 millones de euros en 2019. Esta

cifra representa un descenso del 0,6% respecto a los 13.231,5 millones que se alcanzaron en 2018.

## El gasto de las empresas cae

Por sectores, llama la atención que el turístico reduce su inversión por segundo año consecutivo, tendencia que contrasta con los crecimientos registrados en el periodo 2015-2017. Las empresas vinculadas al mundo de los viajes han desembolsado 189,4 millones de euros en acciones publicitarias a lo largo del 2019, lo que representa una caída interanual del 2,7%. Pese a este comportamiento negativo, el Sector escala una nueva posición, consiguiendo situarse en el noveno lugar en detrimento del negocio de



## El Turismo ocupa la novena posición en el 'ranking' de InfoAdex.

las bebidas, que desciende hasta el puesto número diez.

Lideran la tabla automoción, con 564,1 millones de euros, distribución y restauración, con

445,9 millones y finanzas, con 392,4 millones. La suma de los diez primeros sectores supone aproximadamente el 78,5% del total de la inversión publicitaria.

# Fetave solicita acciones que trabajen en el impulso del Turismo doméstico

## Desde la federación piden un refuerzo de las acciones de promoción en el mercado nacional

La Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas (Fetave) insta a las Administraciones públicas a "dedicar una especial atención a nuestro Turismo interno", cuyo papel será realmente clave para que se consiga mantener la contribución del Sector Turístico al Producto Interior Bruto (PIB) español, que asciende actualmente hasta un 12,5%.

En un artículo de opinión remitido a NEXOTUR, su presidente, César Gutiérrez, argumenta que la ralentización de la economía global, unida a la recuperación de países competidores, entre otros factores, ha provocado que "el crecimiento del Turismo internacional hacia España sea modesto,

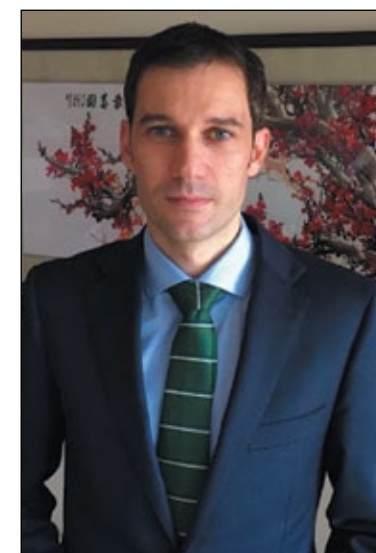
de menos del 0,5%". Mientras tanto, la demanda turística interna, "que representa el 35% de las ocupaciones hoteleras y el 45% del PIB y el empleo turístico, está registrando tasas del 3,5%, es decir, diez veces más que la internacional", prosigue.

## Escuchar al sector privado

Por todo ello, la Federación considera necesario que el Gobierno central y las Comunidades autónomas aprovechen la Conferencia Sectorial de Turismo para acordar "una promoción de España como destino para el residente en el país". Más aún cuando la quiebra de Thomas Cook y el Brexit, con la incógnita de cómo evolucionará

la libra y la economía, previsiblemente tendrán una incidencia significativa en el destino España en general y en Canarias, Baleares, Costa del Sol y Comunidad Valenciana, en particular.

Asimismo, pide que "estos acuerdos entre Administraciones se coordinen en el marco del Consejo Español de Turismo (Conestur) con el sector privado", tratando de buscar con todo ello "una mayor eficiencia y eficacia de las acciones de promoción que se instrumentasen". "En un futuro próximo, España va a requerir que el Turismo interior de residentes tome el relevo del internacional para el que, a corto plazo, se prevé un escenario de estabilización", sentencia Gutiérrez.



**César Gutiérrez preside FETAVE.**

# La Generalitat de Cataluña retirará el estatus de empresa turística a las agencias

Crearía inseguridad jurídica y abriría la puerta al intrusismo, según ACAVE

ACAVE se opone al plan de la Generalitat de Cataluña de retirar el estatus de empresa turística a las agencias y alerta del riesgo de fugas a otras

Comunidades. Según denuncia, este proyecto "abre la puerta al intrusismo" y traerá consigo una mayor desprotección de los consumidores.

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) ha presentado un pliego de alegaciones ante el Proyecto de Medidas Fiscales, Administrativas, Financieras y del Sector Público para el año 2020, que establece la restricción de la consideración de empresas turísticas exclusivamente a aquellas que hacen mediación en alojamientos turísticos. Además, incluye la eliminación de la definición de agente de viajes y la exclusión de las agencias de viajes del Registro de Turismo de Cataluña.

La Organización que preside Martí Sarrate advierte que la aprobación de estos cambios "supondría la exclusión de la normativa turística catalana de las agencias de viajes". Asimismo, denuncia que éstas "perderían su condición de empresas turísticas y dejarían de estar inscritas en el Registro de Turismo de Cataluña", sin que la misma ley prevea su inscripción "otro registro

público, a fin de que los consumidores puedan comprobar si disponen de las garantías establecidas en la legislación europea".

## Traslado de sedes

ACAVE considera que esta medida "contribuirá decisivamente a un agravamiento sin freno del intrusismo y a crear inseguridad jurídica tanto para las empresas como para sus clientes". En palabras de Sarrate, la primera consecuencia de la modificación de estos artículos "es la previsible marcha de agencias de viajes de Cataluña, que trasladarán su sede a cualquiera de las otras 16 Comunidades autónomas donde todavía se está garantizando la seguridad jurídica para nuestro Sector". "En todas las Comunidades existe un registro público de agencias de viajes fácilmente consultable por los consumidores, registro que ahora el Gobierno de



Martí Sarrate preside ACAVE.

la Generalitat quiere suprimir en Cataluña", afirma.

La Asociación considera que las consecuencias de esta medida "serían muy perjudiciales también para los consumidores". "Al carecer de un registro público de este tipo de empresas, no podrían consultar si la agencia que han elegido dispone o no de la garantía que la normativa europea les obliga a tener para la organización o comercialización de viajes", argumenta.

# Un 4% de los congresos de Asia Pacífico, afectados por el covid-19

Aunque la evolución del covid-19 está afectando en algún grado al Turismo de Reuniones, al parecer está teniendo poco impacto en los congresos de las asociaciones internacionales. Así lo afirma la División de Investigación de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), atendiendo a sus datos.

ICCA tiene contabilizados 1.065 congresos en la región de Asia-Pacífico para 2020 y solo 44 (4,1%) se han visto afectados por el covid-19, de los cuales 34 se han pospuesto, cinco se han cancelado y cinco han cambiado de ubicación. En el resto del mundo, solo dos reuniones se han pospuesto en Europa y una en África.

Al respecto, su presidente, James Rees, ha comentado que "al enfrentarse a situaciones de incertidumbre o de crisis, identificar fuentes fiables y oportunas de información es fundamental para tomar decisiones responsables". "Hemos creado un *blog* en vivo sobre el covid-19 para ayudar a los profesionales de la industria de reuniones a encontrar información



James Rees

fiable sobre el nuevo brote de coronavirus y para compartir recursos".

"Creemos que la industria de las reuniones internacionales puede trabajar en la búsqueda de una solución al brote actual del Covid-19", señala Rees. "Como industria, debemos demostrar resis-

tencia y confianza manteniendo en la mayor medida posible nuestro programa continuo de actividades, y cuando esto no sea posible, trabajar en colaboración para desarrollar alternativas que ayuden a mantener el intercambio de información y conocimientos", concluye.

## Encontrar soluciones

En cuanto a las soluciones, desde ICCA informan que han recibido numerosas ofertas de infraestructuras de reuniones para acoger eventos que pudieran verse afectados de alguna manera por el coronavirus. Asimismo, ICCA está en continuo contacto con las asociaciones internacionales para conocer el estado de sus eventos y, en caso de necesitar una reubicación, ayudarlas a encontrar la mejor opción.



Un mundo de servicios para las  
**Agencias de Viajes**  
de la mano del líder en España



## Tecnología

Te ofrecemos las mejores herramientas para aumentar tu rentabilidad y productividad.



## Asesoramiento

El mejor asesoramiento que tu negocio necesite en todos los ámbitos.



## Formación

En todo aquello que necesites para gestionar tu empresa.



## Marketing

Cuenta con los medios para llegar a tu cliente apoyado con una marca única "Viajando por el Mundo".



## Plataforma de reservas

Aéreo, cruceros, tren, hoteles, paquete dinámico.



## Rentabilidad

Mejora tu rentabilidad gracias a contar con las mejores condiciones del mercado y la tecnología.



AIRMET



AirmetGrupo



91 522 96 77



agencias@grupoairmet.es



## Gran caída del beneficio neto de Air France KLM

El ejercicio 2019 no ha traído resultados muy favorables para Air France KLM, ya que, como informan desde el grupo aéreo, han obtenido un beneficio neto de 290 millones de euros, experimentando un descenso de alrededor de un 31% respecto a los datos obtenidos en el 2018. El grupo ha registrado un resultado operativo de 1.141 millones de euros, un 18,8% menos.

## Barcelona presenta las ofertas para el MWC

Turismo de Barcelona presentó la campaña del Ayuntamiento y los agentes económicos que acordaron recientemente con el objetivo de revertir los efectos de la cancelación del Mobile World Congress (MWC). Así, se programó entre los días 21 de febrero y 1 de marzo una serie de 'paquetes' de ofertas y actividades con condiciones ventajosas.

## Enterprise Holdings amplía sus operaciones

La compañía de alquiler de vehículos Enterprise Holdings ha extendido sus operaciones a Omán a través de una asociación con Ayn Zain Global, parte de Private Project Developments (PPD). Este acuerdo, que permitirá llevar las marcas al país, incluye también a Al Jomaih Auto Rental (Ajar), franquicia principal para varios países de la región.

## La feria Fiexpo e ICCA fortalecen su relación

La Feria del Mercado de Reuniones e Incentivos de América Latina y el Caribe, Fiexpo Latinoamérica, y la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), han anunciado la extensión de su acuerdo con una colaboración más amplia durante el reciente Congreso de ICCA en Houston (Estados Unidos). Así, Fiexpo se convierte en 'Industry Partner' de ICCA.

# Iberia ampliará de forma exponencial las tarifas y rutas que vende vía NDC

En marzo extenderá la exclusividad de venta vía NDC a 150 rutas europeas

**Iberia avanza a pasos agigantados en la implantación de NDC, que ya canaliza el 20% de sus ventas. Sus tarifas básicas más económicas en más de 20**

**rutas nacionales ya solo están disponibles para las agencias conectadas a NDC, exclusividad que se extenderá en marzo a 150 rutas europeas.**

Iberia hace los deberes y avanza en su ambicioso proceso de implantación de New Distribution Capability (NDC). Fruto de esta apuesta, la compañía aérea ya canaliza más del 20% de sus ventas en el mercado español a través de este protocolo de comunicación, cifra que la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) aspiraba alcanzar a lo largo de todo 2020.

Ya son 3.600 los emisores, entre los que figuran algunas de las grandes redes del país, que se han incorporado a este nuevo canal de distribución de Iberia. Y ello a pesar de que su lanzamiento, que se produjo en 2017, contó con el rechazo de buena parte del Sector, que entendió el proyecto NDC como un ataque directo a los GDS y, por ende, al canal de agencias de viajes.

Tal es la apuesta de Iberia por NDC que, como anunció el pasado mes de noviembre, está ampliando el contenido exclusivo que ofrece a través de este canal. En concreto, desde ayer, las tarifas básicas más



Iberia cumple antes de tiempo con la cifra prevista por IATA.

económicas de Iberia (en clase O y A) en más de 20 rutas nacionales solo están disponibles para las agencias conectadas a NDC. El siguiente paso será extender esta exclusividad también a 150 rutas europeas durante el mes de marzo.

### Acuerdos

Iberia ofrece a las agencias múltiples soluciones para conectarse

a NDC y tener acceso a todo su inventario de tarifas. La última novedad es la firma de un acuerdo con los mayores agregadores de contenido NDC en el mercado español, Lleego Travel Market y Grupo Iris. Mediante esta alianza, ambos podrán ofrecer a agencias de viajes todo el contenido exclusivo NDC, así como contenido o funcionalidad que tanto Iberia como British Airways incorporen a este canal.

# El fraude interno por viajes de empresa asciende a 677 euros

El impacto del fraude interno en las empresas en la gestión de viajes asciende a 76.426 euros anuales de media, según el informe anual 'El impacto del fraude interno en la gestión de gastos de las empresas' elaborado por Captio. El fraude interno por trabajador es de 676,57 euros, lo que supone un ligero descenso del 1,93% con respecto al año anterior.

Para llevar a cabo esta quinta edición del estudio, Captio ha revisado 1.672.683 gastos originados en los desplazamientos de 84.721 trabajadores de 750 empresas diferentes durante el año 2019. Con los datos en la mano, se puede comprobar que las empresas pequeñas son las que sufren más fraudes internos por parte de sus empleados.

### Mayor fraude

El resultado continúa, por lo tanto, la tendencia de los últimos años. En 2019, el porcentaje de tiques fraudulentos correspondientes a pequeñas empresas supera en ocho puntos al de las empresas medianas y en nueve puntos al de las grandes compañías. La diferencia está

### Tipos de fraude



Fuente: Captio.

© NEXOTUR

en que, en esta última edición, el fraude en las empresas de tamaño medio supera al sufrido por las grandes compañías.

"Las irregularidades en la gestión reducen seriamente la competitividad de las compañías y dificultan la toma de decisiones debido a la distorsión de los datos disponibles", ha afirmado el actual CRO y cofundador de Captio, Joaquim Segura. El empeoramiento del clima laboral y el daño a la reputación corporativa son otras de las múltiples consecuencias que han acarreado estas malas prácticas.

# El Turismo se encuentra en la tercera posición de los sectores que reciben un mayor número de ciberataques

Desde Deloitte recomiendan que la solución está en el desarrollo de una cultura de seguridad informática

La seguridad en el medio online y la innovación han sido los ejes centrales de la cuarta edición de la jornada tecnológica organizada por la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), celebrada en Barcelona.

La ponencia central, impartida por el *ciber risk manager* de Deloitte, Sisco Barrera, se ha adentrado en los principales riesgos tecnológicos existentes dentro del Sector de agencias. "El no contemplar la seguridad de la información como parte de nuestro día a día puede desembocar en una ciber crisis que puede ir desde el bloqueo de los sistemas de la compañía o la pérdida de información", advierte Barrera.

En este sentido, recalca que "no son sólo suposiciones, sino que pasa cada día". "A pesar de que la industria turística no se sienta especialmente expuesta, es el tercer sector que recibe más ataques a nivel mundial", subraya. En su opinión, el desarrollo de una cultura de seguridad informática y de formación del personal "es fundamental para minimizar los riesgos tecnológicos en las agencias de viajes, teniendo que considerarse no como un gasto sino como una inversión".

En el acto inaugural, el presidente de ACAVE, Martí Sarrate, ha incidido en que "la tecnología es fundamental en las agencias de viajes". "De acuerdo con los datos de un reciente estudio realizado

conjuntamente por ACAVE" y Amadeus, un 13% de la inversión empresarial va dedicada a tecnología y sistemas", detalla. Además, revela que "casi el 80% de las agencias de viajes tienen presencia en redes sociales".

### Apuesta por la tecnología

Para Sarrate, las empresas del Sector deben "apostar decididamente por la tecnología". "El futuro pasa por la digitalización de todos los sectores de la cadena de valor del producto turístico y las agencias deben trabajar en todos los canales digitales para comunicarse con unos viajeros cada vez más exigentes a los que

debemos acompañar antes, durante y después del viaje a través de herramientas digitales como las apps móviles", apunta.

La jornada tecnológica también ha albergado un gran número de sesiones relacionadas con la formación, en las cuales algunos profesionales de las empresas participantes han presentado diferentes novedades relacionadas con las técnicas de gestión para reservas y ventas de viajes, plataformas de gestión integral y soluciones para la optimización de las ventas y sistemas de análisis de datos. Dichas sesiones han sido impartidas por Amadeus, Grupo Iris, EventTwo, Aerticket, Beroni y Banco Sabadell, entre otras empresas.



El *ciber risk manager* de Deloitte, en la jornada, Sisco Barrera.

# CEAV avisa a los sindicatos: 'Hemos hecho la última propuesta para el Convenio Colectivo'

Los empresarios mejoran la subida salarial pero no dan su brazo a torcer con el NOL

La negociación del Convenio Colectivo Estatal de Agencias de Viajes entra en su recta final después de cerca de 14 meses. La parte empresarial, representada por CEAV, llevó

el pasado 24 de febrero a la mesa negociadora una nueva propuesta que recoge una mejora en materia salarial respecto a la presentada el pasado 2 de diciembre. El presidente

de la Confederación asegura que "hemos hecho nuestra última propuesta". Aunque "se muestra dispuesto a seguir hablando", aclara que "no podemos ser más generosos".

En la última reunión de la mesa negociadora del Convenio Colectivo Estatal de Agencias de Viajes, la parte empresarial ha presentado una nueva propuesta en la que se recoge una mejora salarial. El presidente de CEAV, Carlos Garrido, se muestra tajante en relación a la negociación del Convenio, que va camino de los 14 meses. "Hemos hecho nuestra última propuesta", advierte.

Aunque "se muestra dispuesto a seguir hablando", aclara que "no podemos ser más generosos porque nuestros negocios no nos lo permiten, más aún en un entorno de incertidumbre como el actual". En su opinión, las reivindicaciones salariales de los sindicatos que participan en la mesa negociadora (SPV, CCOO y UGT) "son inalcanzables" y "sería una irresponsabilidad asumirlas". Por ello, a pesar de que todo parecía indicar que el acuerdo estaba más cerca que

nunca, Garrido muestra su temor a que "se pueda demorar mucho".

## Rechazo al NOL

Según fuentes consultadas por el periódico NEXOTUR, en la última reunión de la mesa negociadora del pasado 24 de febrero la parte empresarial, representada por CEAV, ofrece un alza de los salarios del 1% en 2019, con carácter retroactivo al 1 de enero, del 1,5% en 2020 y del 2% en 2021. Por tanto, se trata de un aumento del 4,5% en el trienio de vigencia del nuevo Convenio Colectivo, frente a la subida del 4% propuesta a final de año (1%, 1,5% y 1,5% en cada uno de los ejercicios).

A pesar de este "esfuerzo" de la parte empresarial, que asegura no poder hacer frente a un aumento mayor, los sindicatos continúan rechazando la firma del acuerdo al

entender que los cambios introducidos en el Nuevo Ordenamiento Laboral (NOL) dificultarán la progresión profesional de los trabajadores del Sector.

Fuentes sindicales explican a este periódico que los empresarios plantean ampliar los años exigidos para progresar en los tres primeros niveles. En concreto, proponen tres años para dejar el primer nivel y cuatro tanto para el segundo como para el tercero. Un total de 11 años, frente a los siete actuales, lo que los sindicatos consideran "excesivo" ya que, a su juicio, supondría una precarización del empleo. El otro punto de fricción es la modificación del cuestionario de la evaluación del desempeño para acceder a los niveles seis y siete, medida con la que la parte empresarial, siempre según la versión de los sindicatos, pretende "dificultar" el ascenso de los agentes de viajes.



La negociación del Convenio dura ya casi 14 meses.

Como publicó NEXOTUR, los empresarios defienden que con la modificación del NOL buscan profesionalizar la evaluación del desempeño, buscando un sistema más eficaz que el acordado en el año 2010. Pretenden con ello reducir

el coste que conlleva, que podría rondar el 0,8% de la masa salarial de las agencias de viajes. La próxima reunión está prevista para esta primera semana de marzo, si bien en ella únicamente se procederá a la revisión de esta última propuesta.

Precios "desde" por persona y estancia en habitación, en régimen indicado (consulta bebidas incluidas), válidos para algunos destinos y/o períodos/fechas de los meses indicados. Los precios con transporte están calculados con una tarifa especial. Consulta itinerario, otros orígenes y condiciones. Plazas limitadas. C.I.C. MA 3102.

**CLUB DE VACACIONES**  
Tu viaje empieza ahora **+60 AÑOS**

## PRODUCTO EXCLUSIVO

Exclusivo Club de Vacaciones  
**PASS SENIORS PARADORES**  
¡Elige entre más de 70 Paradores!

**3 noches**  
Alojamiento y desayuno  
**266€**

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

## PAÍS VASCO, TIERRA MÁGICA

Salidas 26 de abril, 25 de mayo, 29 de junio, 26 de julio y 23 y 31 de agosto desde Madrid

Incluye: billete de tren ida y vuelta, traslados, 12 servicios alimenticios: 5 desayunos, 2 almuerzos y 5 cenas (agua y vino en cenas), guía acompañante en destino para todo el recorrido, excursiones, visitas y seguro de viaje.

**6 días/5 noches**  
Según programa  
**desde 690€**

## TURQUÍA, RUTA ARQUEOLÓGICA

Salidas 21 de mayo y 17 de septiembre desde Madrid

Incluye: asistencia en el aeropuerto de Madrid hasta puerta de embarque, vuelos ida y vuelta, traslados, guía acompañante local en destino, 23 servicios alimenticios: 8 desayunos, 7 almuerzos y 8 cenas (agua en almuerzos y cenas), visitas, entradas y seguro de viaje.

**9 días/8 noches**  
Pensión completa  
**desde 1.530€**

## VOLANDO A GRAN CANARIA

Desde Madrid

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

**8 días/7 noches**  
Media pensión  
**desde 433€**

## MARRUECOS (ECO)

Salida 6 de marzo desde Madrid

Incluye: asistencia en el aeropuerto de Madrid hasta puerta de embarque, vuelos ida y vuelta, guía acompañante durante todo el recorrido en Marruecos, maleteros en los hoteles, 18 servicios alimenticios: 6 desayunos, 6 almuerzos y 6 cenas (agua en almuerzos y cenas), visitas panorámicas de Marrakech, Rabat, Meknes, Fez y Casablanca y seguro de viaje.

**7 días/6 noches**  
Según programa  
**725€**



## CATÁLOGOS 2020

Descubre todos los destinos para viajeros +60 años

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

## Civitas reduce su oferta en Italia por el coronavirus

Civitas reacciona ante la propagación del coronavirus en Italia. La plataforma, que advierte del "gran impacto" que ha tenido esta alerta sanitaria en la oferta turística del norte del país, ha cancelado o reducido sus servicios en dos de las regiones afectadas (Lombardía y Veneto, con Milán y Venecia como epicentros). Devolverá el importe íntegro a los cerca de 1.000 afectados.

## Pérdida en Asia del 13% de pasajeros por el covid-19

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) subraya que el brote del coronavirus (covid-19) en la demanda de pasajeros en las regiones de Asia y del Pacífico, traerá una pérdida potencial del 13% en todo el año. Según afirman, será un descenso neto del 8,2%. Todo ello se traduce en una pérdida de ingresos que superarían los 25 mil millones de euros.

## Transición a un modelo de aviación más sostenible

La Asociación de Líneas Aéreas (ALA) hace hincapié en los esfuerzos que las compañías aéreas "llevan mucho tiempo realizando para avanzar en la sostenibilidad". Así lo ha resaltado su presidente, Javier Gándara, que recalca la importancia de involucrar a todos los agentes del sector aéreo, incluyendo aerolíneas, fabricantes, proveedores de servicios de navegación aérea y Administración.

## Fira de Barcelona consume energía de origen 'verde'

Fira de Barcelona apuesta por la energía verde y a partir de este año 2020 ya solo consume energía eléctrica procedente de fuentes renovables. Con esta iniciativa, la institución da un paso importante en su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, ya que se evitará la emisión a la atmósfera de 12.500 toneladas de CO<sub>2</sub> al año.

# Así es el plan de Ávoris para impulsar su marca B Cruises en España y Portugal

El pasado 20 de febrero inauguró su segunda tienda B Cruises

B the travel brand quiere convertirse en la marca de referencia en el segmento de los cruceros. Para ello acaba de inaugurar en Barcelona otra tienda B Cruises.

Además también habilitará espacios dedicados a la venta de cruceros en sus *flagship* de Lisboa y Palma de Mallorca y en las tiendas *premium* con suficiente espacio.

Ávoris abre otra gran tienda de viajes bajo la marca B Cruises, dando así continuidad a un proyecto que arrancó el pasado mes de noviembre con la inauguración del primer espacio en Madrid. Según puede adelantar en exclusiva NEXOTUR, la segunda *flagship* ya está operativa.

Ubicada en Barcelona (Ronda Universitat 17 esquina con Balmes), ocupa un espacio de 450 metros cuadrados dedicados en exclusiva al producto cruceros. La tienda cuenta con zonas personalizadas y dedicadas a las principales compañías de cruceros, así como con profesionales especializados en uno de los segmentos con mayor potencial de crecimiento en el mercado emisor español. Fuentes consultadas por este periódico confirman que el nuevo espacio se inauguró el pasado 20 de febrero, reuniendo para la ocasión a más de 300 invitados.



B Cruises ha inaugurado la nueva tienda en Barcelona el 20 de febrero.

La pretensión de B the travel brand con este ambicioso proyecto es convertirse en la marca de referencia en el segmento de los cruceros. Para conseguirlo, además de la apertura de las citadas tiendas en las dos grandes plazas emisoras de España, como son Madrid y Barcelona, tam-

bién habilitará espacios dedicados a la venta de cruceros en sus *flagship* de Lisboa y Palma de Mallorca, así como en aquellas tiendas *premium* que tengan suficiente espacio. En el resto de la red, que supera los 600 puntos de venta, también estará presente la marca B Cruises.

Evolución de la cifra de negocio



Fuente: INE.

© NEXOTUR

## Los ingresos de las agencias encadenan seis años al alza

El negocio de las agencias de viajes con presencia en el mercado español crece en 2019 por sexto año consecutivo. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), experimenta un incremento interanual del 5,7%, el segundo más intenso desde el estallido de la crisis económica.

Un año antes, en 2018, la facturación de minoristas y turoperadores subió un 4,6%, mientras que en 2017 un 1,8%. La evolución fue mucho más favorable tanto en 2016 (5,3%) como en 2015 (8,4%), siendo este último el segundo mayor avance desde el cambio de siglo. En 2014 se puso

fin a un lustro de caídas, con un tímido avance interanual del 0,4%.

En el periodo 2009-2013, años en los que la crisis impactó con mayor crudeza en el Sector, el volumen de negocio de las agencias cayó en picado. Los peores ejercicios fueron 2009, 2012 y 2013, con tasas negativas del 10,5%, 6,8% y 3,2%, respectivamente. En 2010 y 2011 se produjeron tímidos retrocesos del 0,8% y del 0,4%.

Desde 2001 hasta 2008, sin excepción alguna, la producción de las agencias creció interanualmente, correspondiendo a 2006, 2004 y 2002 las mayores subidas, con tasas respectivas del 7,4%, 7,1% y 8,8%.

# Distinción de la Universidad de Málaga a NEXO

La entrega del premio 'a la difusión de la actividad turística', corrió a cargo de la delegada de la Junta de Andalucía en Málaga

La Universidad de Málaga, a través de su prestigiosa Facultad de Turismo, ha hecho entrega de su Distinción de Honor al director de NEXOTUR y presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada.

Tras mostrar un video en el que se glosaban los méritos del homenajeado y se ofrecía una semblanza de la trayectoria de NEXOTUR, el Decano de la facultad de Turismo, Dr. Antonio Guevara, presentó a Eugenio de Quesada, destacando que en su persona "se reconoce la labor de comunicación turística realizada por el Grupo NEXO, mediante la puesta en valor de la información turística", citando "sus ediciones en papel y digitales NEXOTUR, NEXOTRANS, CO-NEXO, NEXOHOTEL y NEXOBÚS, publicaciones que ofrecen la más amplia y diversa oferta informativa para los profesionales y empresarios del Turismo", en palabras del Decano.

La entrega Distinción de Honor de la Universidad de Málaga "a la difusión de la actividad turística", corrió a cargo de la Delegada de la Junta de Andalucía en Málaga, Nuria Rodríguez, que hizo entrega a De Quesada de la Placa de Honor en presencia de los vicerrectores de la Universidad y del decano de la Facultad, siendo objeto de una prolongada ovación.

Eugenio de Quesada agradeció el reconocimiento al Grupo NEXO, en nombre de su socio y de los equipos que lo han hecho posible a lo largo de todos estos años, precisamente cuando se cumple el 25º aniversario de la publicación semanal del periódico NEXOTUR y el 20º aniversario de la edición diaria digital de Nexotur.com.

De Quesada recordó los vínculos existentes con la Universidad de Málaga, entre los que destacó la Dirección de un Curso de Verano de la Facultad de Turismo, celebrado

en su Campus de Ronda, que le fue encomendada por la Facultad de Turismo y el Ayuntamiento de Ronda, gracias a la iniciativa del exconcejal de Turismo y actual director del Museo de Ronda, Dr. Bartolomé Nieto, presente en el acto.

### Entrega distinción

La solemne entrega tuvo lugar en el marco del tradicional Acto de Premios y Distinciones, celebrado el 20 de febrero en el paraninfo de la Facultad, convocado por el Rector Magnífico y presidido por el Vicerrector de la Universidad. El acto estuvo a cargo del Decano de la Facultad de Turismo, Dr. Antonio Guevara, celebrándose en presencia de autoridades y profesorado ante un centenar de alumnos e invitados, y se clausuró solemnemente con el canto, puestos en pie, del tradicional y emotivo 'Gaudeamus igitur' universitario.

También se hicieron entrega de Distinciones a: Sergio Garrido Cantero, copropietario y director del proyecto Populus Global Gastronomy; Manuel Camacho Puertas, director de Soho Boutique Hoteles; Francisco Cañadas, responsable de Publicaciones y Premios de la Fundación Unicaja; Fernando Molina Rodríguez, gerente del Grupo Cosentino.

Asimismo, se entregaron los Premios de la Facultad de Turismo a los alumnos: María Luisa Senac Ponce (Alumna de Honor); Carlos García Márquez (Mejor Expediente de la Titulación de Graduado en Turismo); María del Carmen Pérez Quintero (Mejor Expediente de la Titulación de Máster en Dirección y Planificación del Turismo); Naoual es Sghier (Mejor Expediente de la Titulación de Máster en Turismo Electrónico); Pedro Marín Cots (Premio Extraordinario de Doctorado en Turismo); y Álvaro Lázaro Aponte (Premio al Compromiso Universitario y Social).



La delegada de la Junta de Andalucía en Málaga, Nuria Rodríguez, hizo entrega de la Placa de Honor al presidente del Grupo NEXO y director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada.

# Fusión de Globalia y Ávoris: se espera que Competencia emita su dictamen en un mes

Lo primero que realizarán será trabajar en la constitución de un nuevo consejo de administración

En la segunda quincena de marzo expira el plazo legal para que la CNMC emita su resolución sobre la fusión de Globalia y Ávoris. El dictamen únicamente se retrasaría

si Competencia exige documentación adicional a la ya aportada, algo que no se descarta dada la magnitud de la operación. Por el momento, según algunas fuentes,

no se dispone de información sobre plazos fijados para que ambas entidades completen su integración, aunque parece que se alargará hasta el próximo año 2021.

Recta final para la constitución del primer grupo de distribución turístico del mercado español. Fuentes consultadas por NEXOTUR confirman que el proceso va según lo previsto. Confían en que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), que tiene en su poder desde hace semanas toda la documentación, se pronuncie en la segunda quincena de marzo, debido a que será entonces cuando expire el plazo legal establecido para que el citado organismo se pronuncie.

No obstante, cabe la posibilidad de que la decisión de Competencia se retrase. Esto podría ocurrir en el supuesto de que, una vez analizada la información facilitada, pida a las empresas implicadas documentación adicional, opción que no se descarta dada la magnitud y complejidad de la operación.

En caso de que la CNMC dé luz verde a esta fusión, los miembros

de los equipos directivos de Globalia y Barceló empezarán a trabajar para dar forma al nuevo conglomerado empresarial. Lo primero será la constitución del consejo de administración, del que formarán parte representantes de ambos grupos. Y una vez dado este paso, se llevará a cabo un profundo estudio para diseñar el modelo de negocio de la empresa resultante y analizar todas las posibles sinergias. Otra misión del consejo de administración será determinar cómo se resuelven las duplicidades existentes en agencias de viajes, turoperación y bancos de camas.

## Hasta 2021 sin solución

De momento, siempre según las fuentes consultadas por este periódico, no hay un plazo fijado para que Globalia y Ávoris completen su integración. Lo que sí parece

seguro es que se tratará de un proceso gradual que podría alargarse incluso hasta el 2021.

Una vez completado, el tandem Globalia-Ávoris se codeará con los grandes grupos turísticos del viejo continente, llegando a facturar una cifra cercana a 4.000 millones de euros. Con un 50% para cada accionista, aglutinará a más de una treintena de marcas.

Destaca especialmente la red de agencias de viajes de ambos grupos, compuesta por cerca de 1.500 puntos de venta, cifra inalcanzable para cualquier competidor. Según los últimos datos que publicó este periódico, la división minorista de Globalia, liderada por Halcón Viajes Ecuador, cerró 2018 con un volumen de negocio de 1.094 millones de euros. B the travel brand, por su parte, alcanzó los 987 millones. Por lo tanto, teniendo en cuenta estos resultados, su volu-



Los directivos de cada entidad, Javier Hidalgo y Simón Pedro Barceló.

men de negocio conjunto se situó en alrededor de 2.081 millones.

En lo que respecta a la turoperación, Globalia es líder indiscutible con Travelplan, cuyos ingresos ascendieron a 594 millones en 2018. Ávoris, por su parte, cuenta con un

amplio abanico de marcas, destacando por encima del resto Catai y Special Tours. Aunque el grupo no proporciona la cifra de negocio de su división de turoperación, cabe resaltar que solo Catai facturó 166 millones en el pasado 2018.




## SÍGUENOS EN LAS REDES SOCIALES

- Más de 40 vídeos propios para ti y tus clientes
- Información del sector
- Noticias y novedades de Grupo GEA
- Material y enlaces de interés para el consumidor



GrupoGEA.Spain  
mundigea.spain



GEATRAVELMEDIA

**+ de 70.000 seguidores**



## Nace Activ & Cosmo, un grupo de ocio balear

Activ y Cosmo se unen para crear Activ & Cosmo, el mayor grupo de ocio y entretenimiento de Baleares. Ambas empresas unen sus fuerzas creando un nuevo modelo de ocio sostenible, innovador y de calidad, multiplicando los beneficios ofrecidos a los establecimientos turísticos y, por extensión, a los viajeros. Así, continúan brindando oportunidades a jóvenes.

## Hotelbeds publica su informe sostenible

Hotelbeds ha publicado su primer Informe de Responsabilidad Corporativa, que se ha elaborado de conformidad con las normas de la Iniciativa Mundial de Presentación de Informes (GRI), y en el que se pone de relieve su fuerte desempeño en materia de sostenibilidad. El Informe forma parte del enfoque de la compañía de establecer un modelo más responsable y sostenible.

## FlixBus celebra sus primeros siete años

FlixBus esta de celebración. FlixBus partió en febrero de 2013, de Múnich a Erlangen, hace justo siete años, cuando se liberalizó el transporte de larga distancia en Alemania. Desde entonces, en estos siete años, el operador de transporte ha creado la mayor red de autobuses de larga distancia del mundo. Además, en los últimos años, se han añadido siete FlixBus, y servicios FlixCAR.

## Warner Bros, proveedor de películas de Iberia Express

Warner Bros ha pasado a ser el nuevo proveedor de películas del Club Express On-board, la plataforma de entretenimiento de Iberia Express ofrecida por Immfly. A partir de ahora, los pasajeros podrán disfrutar de Joker, la última película de la productora, así como otra gran variedad de *films* y series entre las que destacan Aquaman, Ha nacido una estrella o Harry Potter.

# Renfe rectifica y decide incluir a las agencias en la comercialización de Avlo

Habilitará un espacio para las agencias en la página web de Avlo

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

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

Renfe da marcha atrás después del malestar que generó en el Sector su decisión de excluir a las agencias de viajes de la distribución de Avlo, su nueva filial *low cost* que iniciará operaciones el próximo 6 de abril. En una reunión mantenida con los máximos responsables de CEAV y la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), la compañía ferroviaria se ha comprometido a incluir a las agencias de viajes con la mayor brevedad posible.

El presidente de CEAV, Carlos Garrido, explica a NEXOTUR que Renfe ya está trabajando en el desarrollo de un espacio específico para las agencias en la web de Avlo, el cual, a priori, contará con las mismas funciones que el que ya existe en Renfe, como "sistema de reservas, de liquidación, inventario, etc.". Asimismo, explica que el argumento utilizado por la compañía ferroviaria para justificar la exclusión inicial de las agencias es "la dificultad para adaptar la tecnología".



Renfe se escuda en la dificultad para adaptar la tecnología.

Aunque reconoce, y así se lo ha transmitido al equipo directivo de Renfe Viajeros, "que urge una solución porque los billetes ya llevan semanas a la venta", Garrido muestra su satisfacción por la rectificación de Renfe. "Lo realmente importante es que están reconociendo la importancia del canal de agencias, que generamos el 40% de la producción", subraya.

Como publicó NEXOTUR, CEAV transmitió en una carta remi-

tida al presidente de Renfe, Isaías Táboas, el malestar originado en el Sector por "la errónea decisión de excluir a las agencias de viajes españolas para el lanzamiento y comercialización de estos nuevos productos". "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", recordó en la misiva.

# Las agencias son las más perjudicadas por la reciente suspensión del MWC

AEVEA destaca que dedican meses de trabajo y que anticipan la contratación

Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA), tras recoger los datos y opiniones de los socios que se han visto afectados por la cancelación del Mobile World Congress (MWC), "está en disposición de afirmar que representa a uno de los colectivos que más están sufriendo la cancelación del evento", afirman desde la asociación.

Desde la entidad señalan que han sido "meses de trabajo, diseño, creatividad, planificación, construcción, coordinación... invertidos en uno de los eventos más relevantes celebrados en nuestro país" y que en muchas ocasiones "la industria de la organización de eventos es quien contrata directamente y genera oportunidades para otros sectores (hoteles, audiovisua-

les, escenografías, construcción de espacios, nuevas tecnologías, logística, restauración...) y por tanto se han visto igualmente afectados".

AEVEA quiere destacar que "el trabajo de la organización de eventos comienza antes, con el diseño y la conceptualización del mismo, para después contratar y coordinar el resto de servicios locales. Una gran cantidad de horas y recursos ya invertidos que ya no son recuperables, además del coste de oportunidad de haber rechazado proyectos durante el año, por la intensidad y la magnitud de este evento".

Asimismo, hace especial hincapié en que "la cancelación no ha afectado únicamente a la ciudad de Barcelona, ya que las agencias afectadas están repartidas por todo



Las organización se inicia antes.

el territorio nacional". En este sentido, "AEVEA ofrece su ayuda en los foros donde podamos trabajar conjuntamente para encontrar la mejor solución a este grave problema que se está viviendo".



TurEspaña establece un plazo de concesión de un máximo de 40 años.

## El Palacio de Congresos de Madrid costará 72 millones

TurEspaña tiene decidido reabrir el Palacio de Congresos de Madrid lo antes posible. Para ello, ya ha puesto en información pública el Estudio de Viabilidad para la rehabilitación y posterior explotación del recinto en régimen de contrato de concesión de obras, para el que se establece el plazo de un alrededor de un mes para hacer posibles alegaciones.

La entidad, dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de la Secretaría de Estado de Turismo, ha establecido un plazo de concesión de 40 años (construcción más explotación) y un canon anual de 1.250.000 euros, aunque esta cifra podría variar en función de diversos condicionantes que se detallan en el estudio.

Los trabajos de construcción y rehabilitación del Palacio de Congresos de Madrid, que incluirán las nuevas instalaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y tienen un plazo de ejecución de 36 meses, se calcula que costarán más de 72 millones de euros, una cuantía que, según señalan en el documento, las Administraciones públicas no pueden asumir y, por esta razón, sacan a licitación pública la concesión de las obras y la explotación posterior a la iniciativa privada. En este sentido, el estudio argumenta la viabilidad económica de la inversión.

El documento presentado indica que el proyecto para la construcción y rehabilitación del edificio, además de cumplir con toda la normativa vigente, deberá

tener en cuenta cuatro factores importantes: flexibilidad, incluyendo espacios fácilmente reagrupables y divisibles; tecnología, incorporando las últimas tecnologías del mercado en comunicación, presentación y de participación; luz natural, tratando de lograr la mayor penetración posible de luz natural incorporando espacios exteriores e interiores en la solución arquitectónica; y capacidad, logrando la plena utilización de las áreas que ya existen, como el auditorio. También se especifica que habrá que mantener las fachadas de la Plaza de Joan Miró y del Paseo de la Castellana.

### Cumplir la normativa

Asimismo, tendrá que cumplir la actual normativa en vigor en materia de eficiencia energética y se recomienda al concesionario la obtención de la calificación de edificio de consumo de energía casi nulo, según los estándares de las Directivas Europeas, así como la obtención de una alta calificación medioambiental basada en estándares internacionales tipo LEED o BREEAM.

Respecto a las nuevas instalaciones de la OMT, ocuparán el edificio B, situado entre el Paseo de la Castellana y la calle General Perón. Contará con unos 7.000 metros cuadrados útiles para albergar sus oficinas para unos 300 puestos de trabajo, garaje, sala de exposición permanente, sala de eventos y salas de reuniones de uso compartido y zonas de reprografía, restauración y técnica.

# Bruselas pide cautela ante un posible cierre de fronteras que sería devastador para el Turismo

La Comisión Europea recuerda que la OMS no recomienda el cierre de fronteras

El miedo a la propagación del covid-19 podría tener unos efectos devastadores en la industria del Turismo. Aunque en un primero momento se llegó incluso a aventurar

que el impacto en el Sector de esta crisis sanitaria sería limitado salvo en el caso de China y países limítrofes, su veloz expansión ha hecho sonar las alarmas en Europa,

región que recibe el 51% de los turistas internacionales del mundo (743 millones en 2019). Bruselas pide cautela ante la posibilidad del cierre de fronteras.

La situación que se vive en Italia, con centenares de personas infectadas y al menos siete fallecidos confirmados, así como la ineficacia de las medidas adoptadas hasta el momento, como por ejemplo los puntos de control e información establecidos en algunos aeropuertos, han provocado que se empiece a hablar de un posible cierre de fronteras, algo totalmente incompatible con el Turismo. Si bien reconoce que esta decisión compete única y exclusivamente a los Estados miembros, la Comisión Europea (CE) pide cautela y recuerda que la Organización Mundial de la Salud (OMS) no recomienda acciones de tal calibre.

En una comparecencia ante los medios de comunicación, el comisario de gestión de crisis, Janez Lenarcic, y la comisaria de Salud, Stella Kyriakides, han instado a los Estados miembros a adoptar "me-

didias proporcionadas" y que estén basadas en "un análisis de riesgo creíble". De producirse, sería el primer cierre de fronteras por motivos sanitarios desde la entrada en vigor del espacio Schengen en 1995.

## No estigmatizar

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), que ya alertó en enero de la seria amenaza que suponía el brote de coronavirus, rechaza las acciones desproporcionadas contra los turistas chinos o del resto del continente asiático. Su preocupación es que el pánico que ha generado esta crisis sanitaria traiga consigo una actitud discriminatoria hacia estos viajeros, lo cual provocaría un impacto a largo plazo al tratarse del principal emisor de turistas del planeta.

Su presidenta y directora ejecutiva, Gloria Guevara, subraya

que "no debemos estigmatizar" al turista asiático, pues "la crisis del coronavirus no se resolverá seleccionando individuos o grupos de ningún país, como China o de otras partes de Asia". "Es importante que el Sector de viajes desempeñe su papel para contener la propagación del coronavirus, pero no con acciones equivocadas, aunque sean bienintencionadas, contra el mayor mercado del mundo", remarca. Finalmente, recuerda que "China se ha convertido en un jugador global clave que ha experimentado un crecimiento masivo en los últimos años", representando "el 16% del gasto internacional en viajes".

Para WTTC, resulta crucial que el sector privado trabaje junto al público para "limitar la propagación del coronavirus". Según recuerda, el Turismo "tiene una gran resistencia" y su capacidad de recuperación ha mejorado "signifi-



Sería el primer cierre por motivos sanitarios tras el estreno del espacio Schengen en 1995.

cativamente en los últimos años", pasando de 26 meses en 2001 a diez en 2018. En el caso concreto de las epidemias virales, el tiempo medio de recuperación del número

de visitantes en un destino es de 19,4 meses. Sin embargo, con la respuesta correcta, esta cifra podría rebajarse a los mencionados diez meses, según el lobby turístico.



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

## Aneval pide su inclusión en la mesa de movilidad

La Asociación Nacional de Alquiler de Vehículos (Aneval), que agrupa a los cinco grandes del *rent a car*, solicita al Gobierno su entrada en la mesa de Movilidad Sostenible y Conectada. Reaccionan así ante el reciente anuncio de la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, que reveló sus planes de convocarla y dar cabida en ella a toda la cadena de valor.

## Aviba, por la remodelación del Aeropuerto de Palma

La Agrupación de Agencias de Viajes de las Islas Baleares (AVIBA) apoya el proyecto de remodelación y mejora de las instalaciones del Aeropuerto de Palma que vaya encaminado a priorizar la seguridad y la comodidad de los usuarios, viajeros y trabajadores. "Hablamos de remodelar y mejorar, no de ampliar instalaciones ni el número de operaciones", señala su presidente, Xisco Mulet.

## El Kursaal aumenta su actividad durante 2019

El Kursaal de San Sebastián continúa con su línea de crecimiento. El Palacio de Congresos ha cerrado 2019 con de 317 eventos, un 2% más que el año anterior, que han generado un impacto económico de 52 millones de euros, un 8,3% más que en 2018. Asimismo, esta actividad ha permitido elevar un 4% el volumen de negocio hasta los 4,3 millones de euros.

## Hertz España abre una nueva oficina en Segovia

La compañía de alquiler de vehículos Hertz ha inaugurado una nueva oficina en Segovia. Esta apertura, la primera en la provincia castellano-leonesa, se enmarca dentro de la ampliación de la red de oficinas que la empresa está llevando a cabo en el territorio nacional. Dicha red cuenta ya con más de un centenar de delegaciones distribuidas en todo el país.

# Las agencias de viajes llaman a la calma y hablan de un impacto limitado del coronavirus en el emisor español

Las agencias de viajes operan con normalidad, como aseguran desde CEAV y ACAVE

Los efectos del coronavirus en el emisor español son muy limitados. Así lo aseguran CEAV y la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), que acla-

ran que las ventas marchan según lo previsto, exceptuando aquellos destinos más afectados por el brote. La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, pide "pre-

caución" y avanza que el Gobierno activará un protocolo para que hoteles, aeropuertos y zonas de afluencia masiva de turistas dispongan de toda la información necesaria.

Las Organizaciones empresariales del Sector lanzan un mensaje de tranquilidad ante la posible propagación del brote de coronavirus en Europa. Tanto CEAV como la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) afirman que, de momento, el impacto de esta alerta sanitaria "está siendo muy limitada en el emisor español".

El presidente de CEAV, Carlos Garrido, reconoce que "sí se están produciendo cancelaciones de forma moderada a destinos del norte de Italia", pero aclara que "no está siendo tan fuerte como en el caso de China". Preguntado por cómo está afectando esta crisis sanitaria al resto de destinos, incide en que "no hay un miedo a viajar", no habiéndose producido una ralentización significativa en el negocio

de las agencias de viajes. Además de los viajes a los citados destinos, también menciona que "los cruces se están viendo más afectados, sobre todo en la parte oriental".

### Protocolo de actuación

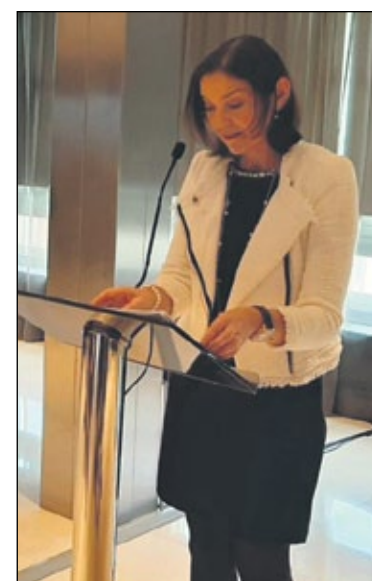
ACAVE, por su parte, asegura que las agencias están tramitando con normalidad reservas de viajes para todos los destinos del mundo, excepto en China, Irán y algunas zonas de Corea del Sur, los únicos destinos en los que el Ministerio de Asuntos de Exteriores español ha recomendado no viajar como consecuencia del coronavirus. "En el resto de destinos no ha habido ninguna recomendación de no viajar, ni restricción en la operación de aerolíneas, hoteles o atracciones turísticas", apunta.

Consultado por ACAVE, el doctor Antoni Trilla, jefe del Servicio de Medicina Preventiva y Epidemiología del Hospital Clínic de Barcelona, explica que "la Organización Mundial de la Salud no recomienda ningún tipo de restricción a los viajes ni al comercio en ningún país del mundo, incluyendo China". Por este motivo, no ve necesario "modificar los planes de viaje". "Recomendaría prudencia y evitar viajar a la provincia de Hubei y especialmente a la ciudad de Wuhan salvo necesidad imprescindible", indica Trilla.

Asimismo, pide que "se sigan atentamente las recomendaciones oficiales del Ministerio de Sanidad, que incluyen consejos a los viajeros internacionales". "Es especialmente importante no dar crédito a ninguna información no

contrastada que provenga de fuentes no oficiales", concluye.

En línea con las declaraciones de las agencias de viajes, la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, ha anunciado que el Gobierno activará un protocolo para que hoteles, aeropuertos y zonas de afluencia masiva de turistas dispongan de toda la información necesaria para saber cómo actuar. En el acto de presentación del Libro Blanco de la Sostenibilidad en las Agencias de Viajes, ha pedido "precaución", considerando prematuro hablar del impacto del coronavirus en el Turismo español. Además, subraya que los turistas internacionales "deben estar tranquilos" porque el Gobierno de España tiene "todos los protocolos para abordar esta situación", contando para ello con "el mejor sistema sanitario del mundo".



La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto.

# UNAV presenta el Libro Blanco de la Sostenibilidad

En formato eBook contiene un total de 100 propuestas de futuro y cerca de 200 recursos en la Red

La Unión de Agencias de Viajes (UNAV) ha presentado el Libro Blanco de la Sostenibilidad en las Agencias de Viajes. Se trata de una iniciativa pionera, primera que elabora un segmento turístico tras la celebración de la COP25 en Madrid, con el objeto de que el canal de las agencias pueda contribuir al cumplimiento de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo del Milenio. En el transcurso de la presentación, celebrada en el Hotel Meliá Madrid Princesa, han intervenido la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, el presidente de CEAV, Carlos Garrido, y el presidente de UNAV, José Luis Méndez.

Además de reconocer el trabajo de las agencias de viajes y efectuar mención expresa a la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, Maroto espera que las propuestas que plantea el Libro Blanco contribuyan al debate y "resulten de interés para ayudar a construir un futuro turístico mejor y más sostenible".

"Un futuro que permita sentar las bases del modelo turístico, con la participación y el consenso de todos los actores", prosigue Méndez.

Por su parte, el presidente de CEAV, Carlos Garrido, reivindica el liderazgo que pueden ejercer en materia de sostenibilidad los más de 60.000 agentes de viajes que trabajan en los 9.500 puntos de venta que operan en España. "Como deber moral, lo primero, pero sobre todo como un servicio de valor añadido hacia nuestros clientes, quienes han de continuar viendo nuestra función imprescindible no sólo para tener las mejores propuestas en viajes, sino también para tener un planeta más próspero y justo", subraya.

El presidente de UNAV, José Luis Méndez, hace hincapié en que el Libro Blanco "es la manifestación del compromiso inequívoco de las agencias con la sostenibilidad en el Sector, aportando ideas, soluciones y propuestas para que el futuro de los viajes sea más sostenible, con-

tribuyendo así al debate abierto en la sociedad, que demanda soluciones más contundentes y ambiciosas".

### Disponible en la web de UNAV

El Libro Blanco de la Sostenibilidad, presentado en eBook, es, ante todo, un manual práctico de trabajo para la agencias de viajes. Contiene 100 propuestas de futuro y cerca de 200 recursos en la Red. Las medidas aparecen estructuradas en cinco bloques, con recomendaciones orientadas al ámbito asociativo, al propio contexto de las agencias, a los proveedores de viajes y servicios y a los destinos turísticos y los viajeros. También se dedica un apartado para la esfera pública y de la Administración.

Al tratarse de un eBook disponible a través de la web de UNAV, da acceso mediante hipervínculos y códigos BIDI a cerca de dos centenares de direcciones y recursos de utilidad, entre los que figuran, por ejemplo, consideraciones legales y



Presentación del Libro Blanco de la Sostenibilidad en las Agencias de Viajes.

jurídicas, requisitos necesarios para hacer un informe de sostenibilidad, calculadoras de emisiones de CO<sub>2</sub>, innovaciones tecnológicas basadas en *blockchain* o IA o, incluso, directrices de cómo organizar eventos sostenibles. Recoge, además, un número destacado de buenas prácticas que el Sector está ya ejecutando en materia de sostenibilidad, entre ellas cerca de

un centenar de proyectos que ya han emprendido las agencias.

El Libro Blanco es un proyecto promovido por UNAV, apoyado por CEAV, y ha sido posible gracias al patrocinio de Amadeus, Ergo Seguros de Viajes, Iberia y Movelia. La dirección técnica del proyecto corresponde a ReiniziaT, Task One y ObservaTur.

# GRUPO GEA

## INFORMACIÓN

AÑO 2020 - NÚM. 2



### Nueva herramienta GEA, firma telemática LVC

Con esta plataforma no es necesario que el cliente se encuentre en la oficina para firmar el contrato.

Si la llegada de la Ley orgánica para la protección de datos supuso un cambio de rumbo en la forma de operar de los profesionales del turismo, la inclusión del Real Decreto-Ley que regula los viajes combinados está provocando un quebradero de cabeza. Por este motivo, Grupo GEA va a facilitar a sus asociados una plataforma con la que se simplificará la creación y el envío de este contrato de servicios múltiples. Además, con esta nueva herramienta de trabajo las agencias GEA cumplirán con la regulación vigente respecto al tratamiento de datos personales, garantizando en todo momento los derechos digitales del usuario.

Esta plataforma digital “recogerá todos los aspectos necesarios y legales del viaje combinado y, de forma intuitiva, cumplimentará los datos que forman parte del viaje combinado”, explica Antonio Lara, director de nuevas tecnologías y desarrollo de Grupo GEA. Uno de los puntos fuertes de la

nueva herramienta del Grupo es que “de forma automática se envía un mail al cliente sin necesidad de tenerlo presencialmente en la oficina. En otras palabras, permite la firma telemática, lo que ofrece mayor comodidad para ambas partes y supone un ahorro de coste”, dice Sara Fernández, directora general de Grupo GEA. Sin duda, “además es una buena medida para preservar el medio ambiente”, dice Fernández, con la consecuente reducción de papel que se gastaba hasta el momento.

Grupo GEA impartirá a partir de mediados de marzo un webinar para que todas las agencias asociadas al Grupo puedan hacer un uso correcto y disfrutar de la plataforma. “Esta nueva aplicación,

además de ahorrar tiempo al agente de viajes y facilitar la composición, el envío y la recepción de un documento jurídico complejo como es este contrato, también es un reflejo del compromiso de apostar por las nuevas tecnologías siempre a favor de las agencias asociadas a Grupo GEA”, dice Fernández.



### GEA destaca la calidad de sus agencias

Así lo afirma la directora general en la reciente entrevista realizada por Nexotur.

La directora de Grupo GEA, Sara Fernández, ha participado en una entrevista para el periódico Nexo, en su edición en papel número 1.119. Durante la charla, la responsable del grupo ha tratado diversos temas, de suma relevancia para el sector turismo y las agencias de viajes, sobre el estado actual de la empresa. Entre ellos, la situación de Grupo GEA respecto a los puntos de venta, su proyección de crecimiento en este recién iniciado 2020, su expansión internacional, las estrategias de los competidores y el temor por la llegada de una nueva crisis económica.

Grupo GEA ha cerrado 2019 con 556 puntos de venta en España, una cifra muy parecida al ejercicio anterior. No obstante, Fernández afirma que “preferimos medir nuestro éxito por el perfil y la satisfacción de nuestras agencias, y creemos que en este sentido GEA destaca más por la calidad de sus agencias asociadas, que por la cantidad”. De hecho, “mantenemos una ratio de permanencia y fidelidad bastante elevados y cuando se producen



Sara Fernández, directora general de Grupo GEA. Foto: GTM

bajas son en su mayoría por cierres por jubilación”, explica la directora de GEA. Así, la prioridad para el grupo este 2020 es “hacer crecer a nuestras agencias”, explica la empresaria.

La apuesta por la rentabilidad de las agencias de viajes es uno de los pilares de Grupo GEA. Las agencias son fundamentales en el sector y, además,

con la importancia de un comercio local. “La confianza, cercanía, experiencia y seguridad son los elementos diferenciadores con respecto a la venta de viajes online”, dice Fernández en la entrevista de Nexo. La empresaria añade que “realmente la clave de la rentabilidad está en la profesionalidad”, y eso a las agencias del Grupo no les falta.

Otro de los valores empresariales de Grupo GEA que explica la directora es que “hemos superado muchas situaciones”. Y cuenta que “tenemos la tranquilidad de que jamás hemos tenido ningún endeudamiento con ninguna entidad. En resumen: funcionamos con nuestros propios recursos y nos adaptamos a cada situación, lo que nos permite operar con seguridad y sin riesgo”, afirma la directiva. Sin duda es necesario mantenerse en esta línea de trabajo y con esta filosofía empresarial. “Ha sido un buen año, no obstante, todo es siempre mejorable, por lo que seguiremos muy atentos a lo que nos demandan nuestros clientes”, cierra Fernández.

# Grupo GEA

## en el backstage de FITUR



LA PRODUCTORA DE GRUPO GEA, GEA TRAVEL MEDIA, HA ESTADO PRESENTE EN LA FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO 2020 PARA CONTARTE TODO LO QUE NO SE VE.

CONTENIDO PROPIO SOLO PARA TI, PARA QUE VIVAS AL DÍA DE TODO LO QUE ACONTECE EN EL ÁMBITO TURÍSTICO.

ENTÉRATE YA DE LAS NOVEDADES DE LOS SOCIOS COMERCIALES, AGENCIAS DE VIAJES Y PROVEEDORES DE GRUPO GEA.

**Alayca Tours** - Operador turístico alternativo al turismo tradicional

“Este año queremos ser una herramienta de turismo inclusivo para las agencias de Grupo GEA,”.

**Andina Travel Club** - Receptivo de Perú para Grupo GEA

“Tenemos nuestro corazoncito siempre con Grupo GEA, ha sido nuestro primer grupo de trabajo desde hace ya 8 años”.

**Más Viajes** - Una revista de turismo que no pretende vender viajes

“Admiro a Grupo GEA, para mí es el mejor grupo de gestión que se ha formado en España, y ya más de 25 años”.

**Tierras Polares** - Innovación en Groenlandia con la cultura tradicional inuit

“Desde hace 20 años somos socios de GEA, una relación que espero que dure muchos años más”.

**EuroWelcome** - Sin problema con el BREXIT, solo necesitas tu pasaporte

“Estamos muy contentos de ser receptivos de Grupo GEA, nos permite estar en contacto con todas las agencias del grupo”.

**Presidente de la mesa de turismo** - Juan Molas

El turismo es “absolutamente fundamental para el bienestar económico y social de nuestro país”.

**Talento Travel** - Una agencia con experiencia que ofrece un Egipto alternativo

“No quiero trabajar solo con Grupo GEA España, también con Grupo GEA latinoaméricana y Portugal”.

**Fred Olsen** - Un año con muy buena pinta en el mercado peninsular

“Muchísimos años con las agencias de Grupo GEA, la relación es bastante buena, incluso personal”.

**Presidente de Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV)**- Carlos Garrido

“Las agencias de viajes somos el canal más seguro. GEA, como grupo de gestión, ayuda a formar el tejido empresarial”

**Balearia**- Apuesta por la innovación y la sostenibilidad para este 2020

“La relación con Grupo GEA es muy estrecha, vamos creciendo juntos porque ambos tenemos la misma filosofía”.

**Visita nuestro canal de YouTube y accede a las listas de reproducción de FITUR y CIMET 2020**

Escanea este código para acceder al canal de GEA TRAVEL MEDIA



o entra directamente en YouTube



# OBJETIVOS 2020: sostenibilidad y conectividad

LAS BUENAS EXPECTATIVAS DEL SECTOR PARA ESTE AÑO Y LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL POR EL CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE HAN SIDO LOS DOS PRINCIPALES INTERESES. ADEMÁS, ALGUNOS SOCIOS DEL GRUPO HAN RECONCIDO LA LABOR Y BUENA RELACIÓN CON GEA



**Air Europa**  
**Bernardo Botella, director de ventas**

Consolidación de la flota más moderna y rutas de largo radio.  
"Es una relación muy fluida, de muchos años, con la que solo podemos estar contentos por el apoyo de Grupo GEA".



**Grupo Nexo**  
**Eugenio de Quesada, presidente**

"Si apostamos por el sector turismo, donde somos líderes mundiales, prescindir el servicio aéreo tiene un enorme coste." Es preciso "avanzar en la reducción, de forma drástica, de emisiones contaminantes en los vuelos y obligar al propio sector a hacer las cosas bien".



**España Visión**  
**Germán Moncada, director comercial**

Con buenas expectativas para este nuevo año 2020 y nuevos circuitos.  
"Nuestra relación es histórica. Nos conocemos desde hace muchísimos años, la relación comercial y personal no puede ser mejor con Grupo GEA".



**Iberia**  
**Marco Sansavini, director comercial**

La innovación y la sostenibilidad son las claves para el futuro de la compañía aérea.  
"El apoyo que obtenemos por parte de las agencias de Grupo GEA sin duda alguna es un valor añadido a nuestro producto", ha explicado Sansavini.



**Luxotour**  
**Antonio Guerra, CEO**

Creando nuevos productos y muy entusiasmados en el año de su 40 aniversario.  
"Con Grupo GEA, de toda la vida hemos tenido una relación muy especial. Con lazos a nivel profesional y personal".



**Aegean**  
**Cristina Cabal, directora de ventas**

Apuesta por el mercado español y portugués con muy buena acogida.  
"Siempre contamos con vosotros para todo. La relación con Grupo GEA siempre es una excelente colaboración a nivel de visibilidad y acuerdos".



**Royal Air Maroc**  
**Amine El Jaouhari, dir. gral. para España**

La compañía aérea entra a formar parte de la alianza de One World.  
"Una suerte tener a este gran partner que es Grupo GEA con nosotros, con sus acuerdos exclusivos. Tenemos esa relación de confianza".



**NCL**  
**Sonia López, manager business development**

Un año interesante con el mejor crucero navegando por el Mediterráneo.  
"Son unos partners para nosotros muy importantes. De Grupo GEA apreciamos su profesionalidad, es una relación muy sólida desde hace muchos años".

SÍGUENOS



EN REDES SOCIALES

## AGENCIAS GEA CON PRODUCTO PROPIO



### Agencia de viajes Checking Travel



Luxe Holidays

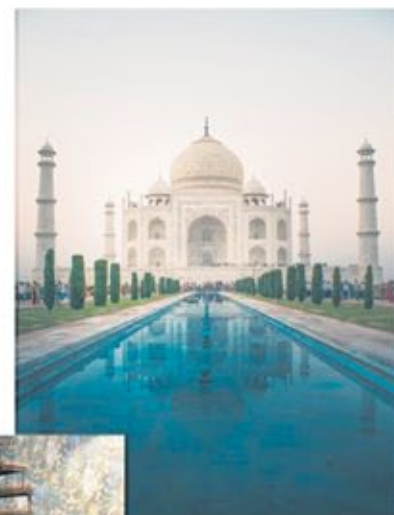
India  
Sri Lanka  
Bhutan  
Nepal

Nuestro compromiso, poner el mundo en tus manos...  
Vuestro objetivo, llenarlo de viajeros

Maldivas  
Tíbet  
Vietnam

agentes@luxeholidays.es

www.luxeholidays.es



Tlf: 96 122 00 44

Calle Carlo Amoros, 6  
46004 Valencia

### Agencia de viajes Euroclass Tour



#### Oferta turística:

- Creamos experiencias
- Destinos a la carta con inmejorables ofertas
- Reconocido prestigio en organización de grupos vacacionales y peregrinaciones
- Mejor servicio a través de nuestras delegaciones en Europa
- Precios especiales desde Andalucía y Madrid

Delegaciones asociadas en Málaga (central), Granada, Sevilla, París, Londres, Roma, Praga, Berlín y Bruselas

[www.euroclasstour.com](http://www.euroclasstour.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



## Epoque presenta 'online' hoteles en todo el mundo



Epoque Hotels presenta una web de atractivo diseño en la que informa sobre sus servicios y sobre los hoteles de gran lujo que gestiona en gran parte del mundo, incluyendo su reserva, aunque para la de agencias enlaza con otra página.

## Viajes de aventura en la 'website' de Mugámara



Mugámara presenta una nueva página web *responsive* en la que incluye una amplia información sobre sus viajes de *trekking* y senderismo en gran parte del mundo, aunque para reservarlos ofrece únicamente un correo y un

## Riojaforum ofrece una nueva versión en la Red



Riojaforum presenta una nueva versión de su página en Internet, en la que ha mejorado el diseño de sus pantallas y en la que ha ampliado la información de sus espacios y servicios, así como la de sus eventos y su programación cultural.

## Nuevo diseño de la web de Turismo de Chile



La nueva página sobre Turismo en Chile, diseñada para su acceso desde cualquier tipo de terminal, amplía con una nueva estructura de accesos su información sobre el país, tanto a los viajeros como a los profesionales de Turismo.



Sus filiales continuarán utilizando PSS.

## Lufthansa y Amadeus amplían su colaboración

Lufthansa Group y Amadeus renuevan y amplían su alianza tecnológica de largo plazo. Mediante el acuerdo, las filiales del gigante aéreo continuarán utilizando Altéa Passenger Service System (PSS).

En la alianza se incluye también una variedad de nuevos servicios cuyo objetivo es transformar el trato al cliente, tanto en línea como en el aeropuerto. Además, se centrará en áreas como las operaciones de Lufthansa Group, la gestión de acontecimientos

disruptivos en el aeropuerto, el *merchandising*, las compras y los servicios del aeropuerto.

Otro elemento clave del nuevo acuerdo es que Lufthansa ahora cuenta con un único contrato, por lo que las aerolíneas pueden elegir, con un menú de soluciones, las que mejor se ajusten a sus necesidades. Ofrece, por tanto, más agilidad a todas las compañías aéreas, lo que les permite poner en marcha fácilmente las nuevas capacidades cuando lo deseen.

# La experiencia digital, un elemento fundamental para la fidelidad

El 54% de los viajeros lo consideran elemento fundamental, según un estudio

El 54% de los viajeros de entre 18 y 34 consideran que las páginas web y las apps hacen que sean más fieles a una marca. Así lo refleja un estudio

realizado por Facebook IQ y Accenture donde se puede apreciar la gran importancia de la experiencia digital para aumentar la fidelidad del usuario.

Facebook IQ, junto con Accenture han elaborado recientemente un estudio en el que se identifican diferentes tendencias en el comportamiento de los viajeros en Europa a la hora de consolidar la fidelidad a las marcas de viaje.

Para ello, han analizado tres diferentes factores: simplicidad por afinidad, viajeros pragmáticos y fidelidad latente. En este sentido, el estudio ha revelado que el 54% de los viajeros encuestados entre 18 y 34 años en Europa Occidental afirman que es más probable que sean fieles a una marca con una página web o aplicación móvil fácil de usar. Por otra parte, El 44% dicen que les gustaría tener una experiencia más fluida entre

páginas webs y aplicaciones para evitar comenzar su planificación de viajes desde cero cada vez.

### Importancia del alojamiento

Respecto a los viajeros pragmáticos, el 56% dice que participa de programas de fidelidad, mientras que el 90% afirma que la calidad del alojamiento es importante para mantenerse fieles a una marca de viaje. Asimismo, el 85% de los encuestados destaca que la fiabilidad de un servicio es importante para mantenerse fiel a una marca.

Por último, los viajeros que pertenecen a la categoría de fidelidad latente son más propensos a reservar con una compañía co-



Han analizado tres factores.

nocida en su entorno. El 49% de los encuestados dice que las recomendaciones de familia y amigos son importantes para ellos cuando se trata de elegir unas vacaciones.

## Kiwi.com facilita a los usuarios la búsqueda de vuelos en clases mixtas

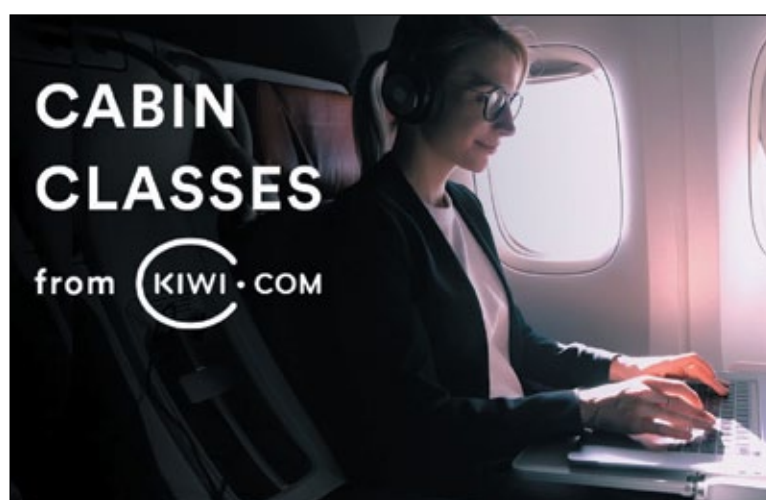
La plataforma asegura que esta tecnología ayuda a ahorrar tiempo y dinero

Kiwi.com ha introducido la posibilidad de realizar búsquedas de vuelos combinando en un solo itinerario las clases *First*, *Business*, *Premium Economy* y *Economy Class*, gracias a que incluye la oferta de "más de 750 transportistas que normalmente no cooperan entre sí", según afirman desde la plataforma.

"Al entrelazar las clases de cabina, los viajeros tienen la flexibilidad de encontrar su itinerario óptimo", destacan desde la plataforma. "Los viajeros pueden beneficiarse de mejores tarifas, ya que volar únicamente con *First* o *Business Class* resulta más caro que alternarlo con *Premium Economy* o *Economy*, y se crean más posibilidades teniendo en cuenta que el número de vuelos con itinerarios en clases más económicas es mayor", añaden.

### 'Abren nuevas posibilidades'

El vicepresidente de búsqueda BE, investigación y analítica en



Los viajeros disponen de una mayor flexibilidad.

Kiwi.com, Andrej Makovicky, ha explicado que "la combinación de clases abre nuevas posibilidades para todos nuestros clientes, especialmente para aquellos que tienen necesidades de viaje cambiantes. En viajes de negocios, los horarios varían de forma muy

dinámica y el tiempo ahorrado en los viajes es muy valioso para estos clientes". Además ha señalado que las clases mixtas "les ayudan a utilizar el Virtual Interlining y a combinar las clases de cabina sin complicaciones, así como también a economizar en costes de viaje".

## Fira Barcelona mejora la conectividad vía wifi

Fira de Barcelona continúa con su proyecto de digitalización y conectividad con el despliegue de la tecnología wifi 6 en el recinto de Gran Vía. Con esta nueva mejora, el recinto que alberga grandes eventos tecnológicos y corporativos como MWC Barcelona, Cisco Live!, IOT Solutions World Congress, Smart City Expo World Congress, SAP o VM World, entre otros dispondrá de la mejor red wifi de Europa en espacios feriales.

Wifi 6 (802.11ax) es un innovador estándar de tecnología inalámbrica que se caracteriza por tasas de transferencia de datos cuatro veces mayores que el wifi actual en lugares con una alta densidad de dispositivos, una latencia un 75% menor, mejor cobertura y la optimización del uso de la batería. Además, con el despliegue de Access Points (APs) de doble antena, la red de Fira será óptima para eventos de muy alta densidad como muchos de los salones y congresos internacionales que acoge la institución ferial.



Disponible ya en ocho pabellones.

El despliegue de wifi 6 se ha realizado ya en tres de los ocho pabellones del recinto ferial con la instalación de APs de la serie 9100 Cisco, socio tecnológico de Fira de Barcelona en materia de conectividad. Cuando se complete la implantación de esta nueva tecnología, la red del recinto podrá conectar a 128.000 usuarios simultáneamente. Esta empresa también ha proporcionado los nuevos *switches* y controladores Cisco Catalyst, así como las tecnologías Cisco DNA Center y Cisco DNA Spaces que permiten una innovadora gestión y análisis de las redes.

# MOSTRADOR



Está dirigida a empresas y viajeros frecuentes.

## Etihad crea una solución de viajes en suscripción

Etihad Airways ha llegado a un acuerdo con la empresa tecnológica Braathens IT para crear TravelPass, una innovadora solución de viajes dirigida a empresas y viajeros frecuentes, que se lanzará a finales de este año, y que permite a los clientes suscribirse a una determinada cantidad de viajes o a un periodo de viaje específico particular en lugar de comprar los vuelos uno por uno.

Con esta tecnología, Etihad Airways ofrecerá una solución de viajes completa con mayor flexibilidad y facilidad para sus

pasajeros. Esta modalidad de viajes por suscripción da la posibilidad a los clientes de elegir entre viajes prepagados y opciones de pago por vuelo, satisfaciendo así las demandas del viajero actual con flexibilidad, facilidad de reserva y reducción de costes.

TravelPass estará disponible para reservar en la web de Etihad, ofreciendo a los clientes una experiencia digital mejorada que ahorra tiempo al evitar los procesos repetitivos que conllevan la gestión de cada reserva.

✉ [www.etihad.com/es-es/](http://www.etihad.com/es-es/)

## Kuoni ofrece nuevas ofertas con salidas especiales para novios

El turoperador dispone de cinco itinerarios para viajar a destinos de todo tipo

Los usuarios que deseen realizar una escapada con su pareja podrán elegir entre las cinco nuevas opciones que ha lanzado el turoperador Kuoni.

Los viajeros disponen de opciones en los continentes africano y asiático, en las Maldivas y en Centroamérica, con un itinerario en Costa Rica.

Kuoni ha presentado cinco grandes nuevas ofertas especiales para aquellos usuarios que decidan vivir una nueva experiencia en pareja. En primer lugar, el turoperador ofrece el itinerario 'Sudáfrica y Cataratas Victoria', un viaje de 11 días y ocho noches en el que los viajeros visitarán Johannesburgo, Área de Kruger, Ciudad del Cabo y Livingstone, por 2.250 euros por persona en habitación doble.

También en el continente africano, Kuoni propone 'Tanzania Esencial', una propuesta de ocho días y seis noches por 1.950 euros para conocer lugares tan exóticos como Arusha, Tarangire, Serengeti y Ngorongoro. Otra de las salidas es 'Sri Lanka Esencial y Maldivas'. En este caso los usuarios tendrán la oportunidad de visitar, durante 12 días y nueve noches Negombo, Dambulla, Kandy, Yala, Colombo y Maldivas, por 2.950 euros.



Disponen de dos itinerarios para conocer las Maldivas.

Cruzando hacia territorio asiático está disponible el itinerario 'Vietnam y Maldivas', la opción de mayor duración. Durante 14 días y 11 noches, los viajeros disfrutarán de la capital vietnamita, Hanoi, la Bahía de Halong, Hoi An, Hue, Ho Chi Minh y las Maldivas por 3.150 euros por persona.

La última, y la más tropical de todas las salidas es 'Costa Rica, Naturaleza, Aventura y Playa'. Los usuarios dispondrán de nueve días y siete noches para conocer San José, Tortuguero, Arenal, y Manuel Antonio por 1.980 euros. Tasas no incluidas en los precios.

✉ [www.kuoni.es](http://www.kuoni.es)

## Pullmantur lanza su primer Crucero 'Wellness' con grandes profesionales

Esta salida especial contará con un programa exclusivo de talleres y actividades para todos los públicos

El relax, la armonía y la desconexión marcará la temporada primaveral de Pullmantur Cruceros. Del 9 al 16 de mayo, la naviera

incorporará un Crucero Wellness a su itinerario 'Malta, Sicilia y sabores del sur de Italia'. Esta nueva propuesta contará con

la presencia de grandes profesionales como Xuan Lan, Joana Maso, Nimuhhood, Alf Mota u Oriol Ballu, entre muchos otros.

Pullmantur Cruceros apuesta por el nuevo Crucero Wellness para esta temporada de primavera, concretamente del 9 al 16 del próximo mes de mayo en el itinerario 'Malta, Sicilia y sabores del sur de Italia', con el que los pasajeros podrán combinar el relax con el disfrute y el descubrimiento de nuevos destinos.

Esta nueva opción incluye un exclusivo programa con actividades impartidas por reconocidos profesionales del mundo wellness entre las que destacan sesiones de yoga vinyasa, impartidas por la gurú del bienestar y alma máter del movimiento free yoga Xuan Lan, así como de acroyoga y yogonchelo lideradas por Joana Maso y Nimuhhood, respectivamente.

Según destaca el presidente & CEO de Pullmantur Cruceros, Richard J. Vogel, con esta salida, "anclada en nuestro deseo de innovar en todas las áreas del ne-

gocio, damos un paso más allá en la apuesta por enriquecer nuestra propuesta a bordo, ofreciendo a los clientes experiencias temáticas e individualizadas acordes a las tendencias actuales y a los intereses del viajero de hoy".

Por otra parte, también contará con una serie de talleres relacionados con la alimentación a cargo de Alf Mota, y clases de entrenamiento funcional con el reconocido coach y entrenador personal Oriol Ballu. Asimismo, los participantes podrán asistir a las innovadoras Suco Sessions.

### Actividades muy variadas

Respecto a las diferentes sesiones que pueden escoger los pasajeros destacan Yoga Vinyasa. Dirigido por Xuan Lan se trata de yoga dinámico para gente urbana y activa que necesita desconectar de



Iniciativa incluida en el itinerario 'Malta, Sicilia y sabores del sur de Italia',

su rutina. Combina respiración y movimiento para alcanzar un estado de consciencia y respiración.

Otra de ellas es Suco Sessions, con la presencia de Jaime y Lydia, consiste en un viaje de movimiento, respiración y música a través de unos auriculares inalámbricos.

Por último, otro de ellos es Yogonchelo, con Nimuhhood, permitirá a los usuarios disfrutar de una experiencia que combina movimientos fluidos basados en yoga físico dinámico con el poder de la música del chelo en directo.

✉ [www.pullmantur.es](http://www.pullmantur.es)

## Alsa añade servicios de Galicia a Portugal

El pasado 1 de marzo, Alsa comenzó la operativa de dos nuevos servicios que conectarán Galicia con Oporto y Lisboa los fines de semana durante esta temporada de invierno.

Los nuevos servicios están siendo operados los viernes y domingos de manera nocturna, efectuando su salida a las 20:30 desde A Coruña; a las 21:30 desde Santiago; a las 22:15 desde Pontevedra y a las 23:00 horas desde Vigo, realizando una parada en el Aeropuerto Sa Carneiro de Oporto.

Los viajeros que realicen esta salida pueden beneficiarse de las tarifas de lanzamiento en las dos primeras semanas, pudiendo adquirir sus billetes anticipadamente con un descuento del 50%, a partir de 10 euros el trayecto. Estos dos nuevas expediciones se añaden a la salida diaria que Alsa ya opera de lunes a domingo entre estas ciudades gallegas y las de Oporto y Lisboa.

✉ [www.alsa.es](http://www.alsa.es)

# Norwegian Cruise Line presenta el nuevo Norwegian Spirit tras una gran renovación

Se trata de la renovación más extensa realizada en un barco en la historia de la naviera

El Norwegian Spirit sale del dique seco tras 43 largos días de renovación y una inversión de más de 100 millones de euros. Así lo han anunciado recientemente desde

Norwegian Cruise Line, añadiendo que cuenta con 14 nuevos espacios, camarotes adicionales y actualizados, áreas públicas mejoradas y un nuevo diseño en el casco.

El nuevo Spirit se encargará de itinerarios de 17, 20 y 28 días por Sudáfrica y las islas Griegas, Turquía e Israel, abarcando hasta ocho puertos de gran renombre.

Norwegian Cruise Line (NCL) ha anunciado la reincorporación de su Norwegian Spirit a la operativa tras una larga fase de renovación de 43 días. Con una inversión de 100 millones de euros, el barco dispone de hasta 14 nuevos espacios, camarotes adicionales y actualizados, áreas públicas mejoradas y un nuevo diseño en el casco. "Es realmente emocionante celebrar la salida del Norwegian Spirit del dique seco a destinos increíbles después de su importante renovación", ha afirmado el *managing director* en Europa de Norwegian Cruise Line, Kevin Bubolz.

Por otro lado, la revitalización de proa a popa es la más extensa realizada en un barco en la historia de la compañía. Las mejoras incluyen un Mandara Spa, el cual ha duplicado su tamaño con una nueva *suite* termal y área de relajación; un centro de *fitness* Pulse que ha sido

ampliado; y el segundo restaurante en el mar de Onda by Scarpetta.

En este sentido, los nuevos restaurantes gratuitos incluyen un comedor principal adicional para poder disfrutar de un gran número de nuevos restaurantes como The Local Bar and Grill o Garden Café. Además, el Spirit cuenta con una zona solo para adultos, Spice H2O, que se trata de un espacio diurno que cuenta con dos nuevas bañeras de hidromasaje y un bar, que se transforma en un espacio para el entretenimiento fuera del horario laboral o un lugar para eventos.

Otro detalle muy significativo es que NCL es la única crucerista que ha eliminado en su totalidad el uso de recipientes de plástico. Esto conlleva que el Norwegian Spirit sale del dique seco sin tener a bordo una sola botella de plástico de un solo uso como parte de un esfuerzo muy significativo para propor-

cionar a los huéspedes opciones más sostenibles en el mar.

## Operará en las islas griegas

Respecto al inicio de las operaciones, el barco realizará una serie de exóticos e inmersivos trayectos de 17, 20 y 28 días que cubrirán hasta tres continentes, partiendo de Ciudad del Cabo (Sudáfrica), el 22 de marzo de 2020, antes de trasladarse a Atenas (Pireo), Grecia, por primera vez el 19 de abril de 2020.

Además de ello, el barco ofrecerá una temporada de viajes de siete días a las islas griegas, Turquía e Israel hasta el 8 de noviembre de 2020. Los billetes están ya a la venta y los nuevos itinerarios, con grandes destinos, muchos con horarios de puerto más amplios, abarcarán siete u ocho puertos en siete días. Algunos de estos son Rodas, Mykonos; Santorini y Corfú, (Grecia);



Dispondrá de hasta 14 nuevos espacios entre camarotes y áreas públicas.

Kusadasi y Estambul, (Turquía); Ashdod y Haifa, (Israel); Limassol, (Chipre), así como dos nuevos

puertos de escala para la naviera, Patmos y Volos, (Grecia).

✉ [www.ncl.com](http://www.ncl.com)

## ÚNICO GRUPO CON DEPARTAMENTO DE DESARROLLO I+D+I PROPIO



NUEVA  
WEB



NUEVO  
COMPARADOR AÉREO



NUEVA  
INTRANET

Únete al grupo de gestión de agencias independientes líder con mas de 900 asociadas

iContacta con nosotros!  
[info@ditgestion.com](mailto:info@ditgestion.com)

DITGESTION *Mucho más que un grupo de gestión*

## ■ CLUB NEXOTUR

## La Hospedería de la Iglesuela del Cid lanza una promoción

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

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

alojándose por 54,09 euros por persona y noche. Oferta sujeta a disponibilidad del establecimiento.

Para más información y realizar reservas puede llamar al siguiente número de teléfono: 964 44 34 76.

## ■ FAM TRIP



Los visitantes conocieron la oferta de la capital leonesa.

## Viaje de profesionales en León

Una docena de turoperadores nacionales e internacionales visitaron León a finales del pasado mes de enero para conocer en primera persona las instalaciones que ofrece la ciudad para la organización de congresos y convenciones. Asimismo, los profesionales del Sector Turístico conocieron la oferta patrimonial, cultural y gastronómica de la capital leonesa.

## Futuroscope estrena este año su primera montaña rusa llamada 'Objetivo Marte'

Cierra la temporada de 2019 rozando los dos millones de visitantes

Con una inversión de 20 millones de euros Futuroscope lanzará en la temporada de 2020 su primera montaña rusa 'Objetivo Marte', que permitirá al visitante ponerse en la piel de un futuro astronauta y medir sus habilidades para partir a una misión al planeta Marte. "En los próximos años, vamos a concentrar nuestros esfuerzos en ofrecer atracciones mayores y de gran calidad, capaces de posicionarse en el top 5 para los próximos 20 años" ha comentado el presidente del parque, Rodolphe Bouin. "Esta es una apuesta de desarrollo decisivo y un desafío inevitable para aumentar la satisfacción de nuestros visitantes". En este sentido también ha aprovechado para anunciar que su próxima gran atracción debutará en el 2021.

### Estrategia global

Por otra parte, también presentarán algunas novedades en términos de comunicación, ya que 2020 marcará una nueva etapa en la estrategia global del parque. Futuroscope situará a



Presentarán una nueva atracción en el año 2021.

las familias en el centro de su nueva campaña publicitaria, permitiéndoles proyectarse en su experiencia en Futuroscope.

Futuroscope ha finalizado el año 2019 con grandes cifras. Concretamente ha registrado 1,9 millones visitantes, que corresponde a un crecimiento de 50.000 visitantes en relación con el año anterior. Estos casi dos millones

de visitantes se complementan, además, con una facturación de 105 millones de euros, con 6,6 millones de euros de resultado neto y con un gasto medio por visita de 55 euros. Esto es fruto principalmente de una gestión muy rigurosa y de un mayor gasto en el parque por parte de nuestros visitantes.

[es.futuroscope.com](mailto:es.futuroscope.com)

# Especialistas en Agencias de Viajes

## Asesoría Turística

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



Augusto Figueroa, 39-1º  
28004 Madrid

☎ 91 521 53 15 - 521 46 92  
[aconfisa@aconfisa.es](mailto:aconfisa@aconfisa.es)  
[www.aconfisa.es](http://www.aconfisa.es)

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

# 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                                                |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| <b>GUAMA</b>                              | <b>Descuento del 20%</b> 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<br>☎ 91 564 16 22                              |
| ■ C. RESERVAS                             | CONDICIONES ESPECIALES                                                                                                                                                | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES                                                                                                         | VIGENCIA   | CONTACTO                         | TELÉFONO / FAX                                                |
| <b>OCTOPUSTRAVEL</b>                      | <b>15% de descuento</b> para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público                                                                                    | Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.                                                        | Abierto    | Central de Reservas              | ☎ 91 523 78 54<br>☎ 91 531 34 90                              |
| ■ CADENAS HOTELERAS                       | CONDICIONES ESPECIALES                                                                                                                                                | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES                                                                                                         | VIGENCIA   | CONTACTO                         | TELÉFONO / FAX                                                |
| <b>ACCOR HOTELES</b>                      | Hasta <b>30% de descuento</b> 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.<br>accorhotels.com                        |
| <b>HUSA HOTELES</b>                       | <b>45% de descuento</b> sobre tarifa para miembros del Club.                                                                                                          | Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.                                                | Abierto    | ☎ 952 54 72 46<br>☎ 952 54 15 43 | ☎ 956 66 04 08<br>☎ 956 65 49 01                              |
| <b>OCA HOTELS</b>                         | Consultar condiciones especiales en cda uno de los hoteles de la cadena.                                                                                              | Alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad en el momento de efectuar la reserva.                           | 30-12-2014 | En cada hotel                    | Teléfono en<br>cada hotel<br>www.ocahotels.com                |
| <b>PARADORES</b>                          | <b>50% de descuento</b> a miembros del Club en temporada baja y <b>25%</b> en temporada alta.                                                                         | Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.                                          | Abierto    | Central de Reservas              | ☎ 91 516 66 66<br>☎ 91 516 66 57                              |
| <b>PLAYA SENATOR</b>                      | <b>50% de descuento</b> para miembros y acompañantes en temp. baja y <b>25%</b> en temp. alta.                                                                        | Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.                                                               | Abierto    | Central de Reservas              | ☎ 950 62 71 60<br>☎ 901 10 12 10                              |
| <b>WORLDHOTELS</b>                        | <b>50% de descuento</b> 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<br>www.worldhotels.com/<br>beconnected |
| ■ COCHES                                  | CONDICIONES ESPECIALES                                                                                                                                                | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES                                                                                                         | VIGENCIA   | CONTACTO                         | TELÉFONO / FAX                                                |
| <b>HERTZ</b>                              | Descuentos <b>15%</b> fin de semana, <b>10%</b> resto semana (España), <b>5%</b> Internacional, <b>22%</b> furgonetas.                                                | Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576                                                                  | 31-12-2008 | Central de reservas              | ☎ 902 402 405<br>www.hertz.es                                 |
| <b>EUROPCAR</b>                           | Hasta un <b>15%</b> en alquiler de coche en oficinas en España. Hasta un <b>20 %</b> en furgonetas en España. Hasta un <b>5%</b> en el resto de oficinas en el mundo. | Descuentos no aplicable para vehículos especiales. Sujeto a disponibilidad de flota. Resto de condiciones según Normativa General de Europcar. | 31-12-2014 | Para realizar reservas           | ☎ 902 50 30 10<br>www.europcar.es                             |
| ■ HOTELES                                 | CONDICIONES ESPECIALES                                                                                                                                                | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES                                                                                                         | VIGENCIA   | CONTACTO                         | TELÉFONO / FAX                                                |
| <b>HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO</b>            | Oferta disponible sólo para agentes de viajes.                                                                                                                        | Precio por noche en habitación doble 35 euros (más IVA). Régimen alojamiento y desayuno. Tarifa disponible todo el año.                        | 31-12-2014 | Web Beatriz Hoteles              | www.beatrizhoteles.com<br>'Acceso a Profesionales'            |
| <b>HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID</b> | <b>50% de descuento</b> sobre tarifa para miembros del Club.                                                                                                          | Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.                                                          | Abierto    | Dirección del Hotel              | ☎ 964 44 34 76<br>☎ 964 44 34 61                              |
| <b>HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL</b> | Oferta disponible para agentes de viajes, siempre según disponibilidad. Cupo máximo 2 hab./día.                                                                       | Hab. Dui (Alojamiento, Desayuno y plaza de parking), 40 euros. Hab. Doble (alojamiento y plaza de parking), 40 euros.                          | 31-03-2015 | Pedro Bellón                     | ☎ 926 22 85 45<br>www.santacecilia.com                        |
| ■ SEGUROS                                 | CONDICIONES ESPECIALES                                                                                                                                                | DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES                                                                                                         | VIGENCIA   | CONTACTO                         | TELÉFONO / FAX                                                |
| <b>ERGO Seguros de Viajes</b>             | <b>85% de descuento</b> 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                                                |
| <b>INTERMUNDIAL SEGUROS</b>               | <b>40% de descuento</b> 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                                                |

## Deberes

## La distribución de seguros de viajes

**Pregunta.-** En ciertos casos no sé cómo actuar con los clientes de mi agencia de viajes con respecto a los seguros. ¿Cuáles son mis deberes en la distribución de estos?

**Respuesta.-** Las agencias de viajes están obligadas a informar sobre la existencia de seguros de viajes con coberturas de cancelación, gastos médicos y de repatriación y traslado al lugar de origen del viajero; algo especialmente importante para aquellos desplazamientos realizados a países en los que es obligatorio contar un seguro de viaje, como Rusia o Cuba.

Además de esto, es necesario mantener el contenido de los documentos que la aseguradora o el corredor os facilite y no realizar una interpretación de la literalidad a la hora de informar sobre los seguros de viaje. Asimismo, debéis conservar las referencias y los signos distintivos de la aseguradora o el corredor responsable del seguro para que el cliente sepa quiénes son y tenga los datos de contacto para consultas o tramitación de incidencias, con independencia de que acordéis con vuestro proveedor de seguros que tu marca también figure en los certificados de seguro.

También es necesario que entreguéis a vuestros clientes una copia del seguro que acaba de contratar en vuestra agencia y, si les entregáis solo el resumen de coberturas, en este debe constar el modo en que los viajeros pueden acceder al condicionado general y particular completo y, si lo necesitaran, facilitarles una impresión en papel de la póliza.

En el caso de que descubráis algún error tipográfico en la reserva del viaje, los certificados, los billetes o cualquier otro documento, es necesario que informéis a la aseguradora, pues pueden ser datos cruciales para gestionar una posible incidencia.

Otro aspecto a tener en cuenta es que, según lo establecido por ley, no se pueden comercializar los seguros con ningún tipo de porcentaje adicional al precio. Es fundamental que

## Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

\*Sección ofrecida con la colaboración de  InterMundial [www.intermundial.es](http://www.intermundial.es)

el viajero sepa cuánto ha pagado por su seguro de viaje, y esta cifra debe constar sin ningún cambio en la factura que le entreguéis.

En caso de producirse una incidencia, debéis informar a vuestros clientes de la dirección y teléfonos de contacto de la aseguradora o del corredor y ayudarles, en la medida de lo posible, además de trasladar la documentación necesaria para la tramitación del expediente en caso de que sea necesario.

En cuanto a los datos de carácter personal a los que tuvisteis acceso, debéis mantener el deber de conservación y seguridad, no pudiendo utilizarlos en ningún caso para una finalidad distinta a la que originó su facilitación por parte del viajero (posiblemente, la ayuda en la tramitación de un siniestro).

## Cancelaciones

### Derechos de los pasajero

**Pregunta.-** A la luz de las numerosas cancelaciones de vuelos de las últimas semanas, nos preguntamos cuáles son los derechos que tiene el viajero ante situaciones de este tipo. Desde la agencia, ¿qué responsabilidades tenemos con el viajero?

**Respuesta.-** Para conocer los derechos del pasajero debemos acudir al Reglamento europeo (CE) 261/2004, que recoge los derechos de este en caso de denegación del embarque contra su voluntad, la cancelación y el retraso de su vuelo.

de las políticas sobre cancelaciones si vuestros clientes van a volar entre países que no sean miembros de la Unión Europea.

Según esta normativa, ante la cancelación de un vuelo por parte de la compañía aérea, los pasajeros tienen tres derechos: a la información, a la asistencia y al reembolso o a transporte alternativo.

De esta manera, en primer lugar, la compañía aérea está obligada a entregar a los pasajeros afectados por la cancelación un documento que recoja las condiciones de asistencia y compensación. Además, la compañía deberá asistir al pasajero durante la espera de un transporte alternativo: tendrá que proporcionar comida y bebida suficiente, permitirle hacer dos llamadas telefónicas y tener acceso al correo electrónico y, si fuese necesario, costear el alojamiento así como el transporte entre este y el aeropuerto.

El pasajero afectado tiene también derecho a ser compensado económicamente salvo que: haya sido informado de la cancelación con al menos dos semanas de antelación a la hora del vuelo, se le haya infor-

mado con entre una y dos semanas y se le haya ofrecido un transporte alternativo que salga con no más de dos horas de antelación llegue al destino con un retraso máximo de cuatro horas con respecto al vuelo inicial, o que, habiendo sido informado con menos de siete días, se le ofrezca un transporte alternativo que salga con menos de una hora de antelación y llegue con menos de dos horas de retraso respecto a la hora de llegada prevista.

Asimismo, la aerolínea no tendrá que compensar al pasajero si la cancelación se da por circunstancias extraordinarias como las condiciones meteorológicas, los riesgos para la seguridad, los casos de inestabilidad política o las huelgas.

En lo que respecta a la responsabilidad de la agencia de viajes, el Reglamento contempla que si por la cancelación de un vuelo los viajeros pierden cualquier servicio incluido dentro del contrato de viaje combinado, la responsabilidad del correcto cumplimiento del mismo recaerá sobre el organizador del viaje y el detallista. Si el viajero cuenta con un seguro de viaje, podrá reclamar directamente a la aseguradora.



La primera plataforma de gestión integral de seguros de viaje para Agencias



[safer.intermundial.com](http://safer.intermundial.com)

# HOTELERIA

## El RevPAR de los hoteles españoles se incrementa más de un 6% durante 2019

El ligero incremento en ocupación ha impulsado también el precio medio diario por habitación ocupada

El sector hotelero se encuentran en uno de los mejores momentos. Así lo ha reflejado el Barómetro del sector hotelero respecto al

ejercicio del pasado año 2019. Destaca que el RevPAR de los establecimientos españoles ha aumentado por encima del 6%. Además,

la propia capital del país ha sido la que ha conseguido mejores datos con un aumento de más del 10% en ADR y RevPAR.

El Barómetro del sector hotelero del ejercicio 2019 confirman el excelente momento que atraviesa la industria hotelera española. El conjunto del territorio peninsular español registra datos en positivo en 2019 (si exceptuamos el ligero descenso en Bilbao) con crecimientos sólidos en los principales indicadores por encima del 5% en muchas de las ciudades, principalmente en Barcelona y Madrid, pero también otras capitales como San Sebastián, Sevilla, Málaga, Valencia o Alicante. Para el country manager de STR, Javier Serrano, "la industria hotelera está en un momento idóneo con crecimientos de ocupación incluso en ciudades donde se han abierto nuevos hoteles. En cuanto al rally alcista de los precios se puede mantener con la entrada de nuevos perfiles de turistas atraído por la nueva oferta".

Madrid es la ciudad que ha cerrado el ejercicio con mejores resultados, con incrementos superiores al 10% tanto en ADR como RevPAR (ingresos por habitación disponible). En el conjunto del año, el precio medio de la habitación vendida en la capital de España ha sido de 120 euros. Por otra parte,

tanto Islas Canarias como Baleares son destinos que cierran el ejercicio con ligeros descensos en ocupación (-1,7% y -0,9%, respectivamente) que también ha afectado en leves correcciones a la baja de ADR y RevPAR. Los principales destinos en Andalucía han cerrado un ejercicio excelente con crecimientos en todos los indicadores, especialmente en Sevilla y Málaga.

En 2019 también se ha confirmado la tendencia correctora tanto en Baleares como en Canarias, un cambio de ciclo motivado por diferentes razones como la competencia de otros destinos mediterráneos en algunos de los principales mercados emisores como Alemania y las posibles consecuencias de hechos como la quiebra de Thomas Cook o el Brexit.

Volviendo a Madrid y Barcelona, estas han sido motor de crecimiento en RevPAR con subidas del 12,7% y del 11,6%, respectivamente. Aunque la ocupación en ambas ciudades ha crecido solo alrededor del 2%, la consistencia de la demanda ha impulsado los precios. Barcelona ha situado su RevPAR en los 114,67 euros en 2019, el tercero más alto de España, tras San Sebastián y

Comparativa RevPar 2018-2019



Fuente: Barómetro del Sector Hotelero.

© NEXOTUR

Marbella, con 133 y 130 euros, respectivamente. Por su parte, Madrid cierra 2019 con 91,01 euros en RevPAR, por encima de los 80,76 euros de 2018. Los únicos descensos en RevPAR en 2019 se han producido en Canarias (-2,5%), Baleares (-1%) y Bilbao (-0,5%).

### Crecen los hoteles

Las cifras de ocupación crecen mayoritariamente en aquellos destinos españoles peninsulares tanto urbanos como vacacionales, aunque lo hacen de forma moderada ya que en los últimos ejercicios

las cifras ya eran excelentes. La ocupación media llega casi al 75% en el conjunto del país, con destinos en muy buena forma como Málaga (82,9%), Canarias (78,9%) y Barcelona (78,6%).

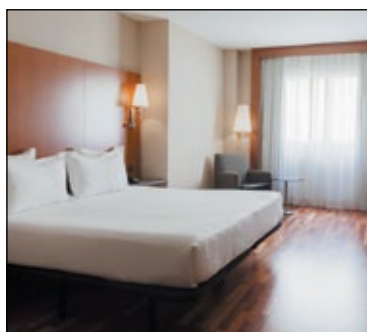
Por último, respecto al precio medio diario, el ligero ascenso de la ocupación ha permitido aumentar precios a los hoteleros que, en conjunto, han vendido sus habitaciones en 2019 con un precio un 5,3% superior al del año 2018. Marbella encabeza el ranking de precios con 204 euros y le siguen Donostia, con 172 euros, Barcelona con 146 euros y Baleares con 135 euros.

## Hoteles Silken cierra 2019 con un crecimiento de más del 4%

La cadena Hoteles Silken ha cerrado el ejercicio del 2019 con un crecimiento en su facturación del 4,3% respecto al ejercicio anterior, de manera que continúa con paso firme la estrategia de crecimiento y expansión para los próximos años.

La facturación total de la compañía ascendió así a un total de 93,348 millones de euros, algo que el director general de Hoteles Silken, Javier Villanueva, considera "un reflejo del gran trabajo y esfuerzo que estamos haciendo para mantener un crecimiento sostenido que nos permita seguir mirando al futuro con optimismo".

La cadena hotelera ha visto crecer también el porcentaje de ocupación de sus establecimientos, destacando especialmente los gestionados en la zona de la cornisa cantábrica, con un aumento del 2,1% respecto al 2018. Asimismo, el resto de las regiones en las que opera Hoteles Silken vivieron incrementos en el porcentaje de



El precio medio sube.

ocupación, con la única excepción de Cataluña, donde se produjo un ligero descenso del 0,6%.

El precio medio por habitación se ha visto además incrementado en un 3,6% respecto al ejercicio anterior, debido al aumento del 12,2% de los establecimientos madrileños, lo que se traduce en un precio de casi ocho euros más por habitación en esta región. Datos que, unidos al aumento de la ocupación, confirman el buen momento que vive la cadena.

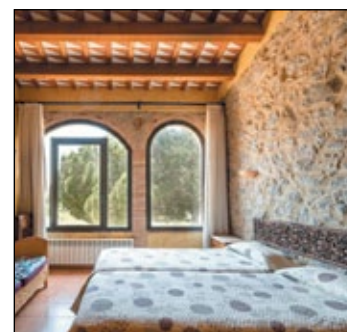
## El volumen de negocio de Logis supera los 150 millones de euros

Durante el año 2019, las reservas tanto en la web de Logis como en su aplicación para móviles han aumentado más del 22%. En el mismo periodo, la progresión de los e-distribuidores se ha quedado en un 11%. La cadena hotelera de afiliados voluntarios de Logis recupera así cuotas de mercado a los OTA gracias a una estrategia digital omnicanal positiva.

Además, consolidan su crecimiento y sus ambiciones en Europa cerrando un gran año 2019 con un notable crecimiento del volumen de negocio consecuencia de las reservas directas (+22%), de una red dinámica con 197 nuevos afiliados y de 46.000 nuevos miembros titulares de la tarjeta de fidelización.

### Afluencia de América

Destacar a nivel europeo, España incluida, la afluencia al alza de la clientela americana (+23%) y



Alcanzan los 168 millones de euros.

suiza (+17%) que compensa la menor progresión de la clientela inglesa (+5%) que, no obstante, sigue siendo la segunda nacionalidad en clientela de la cadena solo superada por los franceses.

Con un volumen de negocio de 168 millones de euros, las seis marcas propias de la cadena representan a nivel europeo más de 16.000 empleos directos, 30.000 estacionales y más de 3.000 puestos de aprendices.

### ■ PRODUCTO

## El nuevo hotel Hyatt Regency Barcelona Tower abre sus puertas

Hesperia World ha presentado el nuevo Hyatt Regency Barcelona Tower tras llevar a cabo una profunda remodelación en la que ha invertido 10 millones de euros. La cadena mantiene la propiedad y la gestión operativa del hotel, mientras que se alía con Hyatt para la gestión comercial. Se trata del segundo hotel de la marca Hyatt Regency en España, tras la apertura el año pasado de Hyatt Regency Hesperia Madrid. Este destaca por su emblemática torre de 105 metros de altura y su ubicación, en uno de los accesos a la ciudad, y muy cerca del aeropuerto y del recinto Gran Vía de Fira de Barcelona.

## Ilunion Hotels finaliza la reforma de tres de sus establecimientos

Ilunion Hotels ha llevado a cabo reformas en tres de sus establecimientos, en concreto en los hoteles Ilunion Barcelona, Ilunion Málaga e Ilunion Alcalá Norte, este último situado en Madrid. La reforma en el Ilunion Barcelona ha mejorado la recepción, las zonas comunes, los salones, el restaurante, los aseos y el gimnasio. En el caso del hotel Ilunion Málaga, el objetivo de las obras ha sido reformar tanto las habitaciones como los pasillos de acceso a las mismas. La última, en el Ilunion Alcalá Norte de Madrid, ha sido realizada en las zonas comunes, la recepción, el salón privado, y el restaurante cafetería.

## Playa Montroig recibe la nueva temporada con diversas mejoras

Playa Montroig Camping Resort renueva sus instalaciones para ofrecer una mejor experiencia vacacional a sus clientes durante la nueva temporada 2020, que comenzará el próximo 27 de marzo. Una temporada más, la gastronomía, la conectividad y la modernización de los espacios continúan siendo el principal foco de atención de la dirección del establecimiento para realizar reformas de una temporada a otra. El director del establecimiento, Alejandro Giménez, ha indicado que "estamos preparados para continuar demostrando que los campings pueden ser un referente en el turismo de calidad".

# Ashotel pide que haya una mayor firmeza en el traspaso de competencias de costas

Marichal lamenta la 'nula complicidad' de la Dirección General de la Costa y el Mar con el litoral insular

Desde Ashotel continúan mostrando su disconformidad con el tema del traspaso de competencias de la costa y exige al ejecu-

vo que sea más "firme" en este sentido. Su presidente, Jorge Marichal, ha manifestado que desde la Dirección General de la Costa

y del Mar, dependiente del Ministerio de Transición Ecológica no entienden que "en Canarias vivimos del Turismo".

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, Ashotel, insta al Gobierno de Canarias a ser firme con el Ejecutivo estatal en el traspaso de competencias al archipiélago, especialmente las de costas. Ha pasado más de un año desde que Canarias asumiera competencias en varias materias, entre ellas en ordenación y gestión del litoral.

El presidente de la patronal hotelera tinerfeña, Jorge Marichal, lamenta la "nula complicidad" con las Islas que hasta la fecha ha demostrado la Dirección General de la Costa y del Mar, dependiente del Ministerio de Transición Ecológica, "que no entiende que en Canarias vivimos del Turismo".

En este sentido, son varios los proyectos para un desarrollo sostenible del Turismo y de la costa, entre ellos, varias mejoras en playas existentes, otras de carácter artificial, puertos y marinas deportivas y otras propuestas públicas y privadas. En el caso concreto de Tenerife, continúan paralizados proyectos de gran interés como la Playa de Martiánez o la marina deportiva de Puerto de la Cruz; también, en el sur

de Tenerife, las playas de Los Tara-jales, Las Salinas o San Salvador y San Blas, entre otras.

Asimismo, mejoras necesarias en playas turísticas ya existentes, como El Camisón o Fañabé, con proyectos privados presentados hace ya dos años, siguen a la espera. Marichal apunta que desde el Sector Turístico se desconocen los motivos de esta paralización, pero indica que "es evidente la falta de personal técnico en la Dirección provincial de Costas".

Por otra parte, cabe destacar que la asociación ya ha solicitado en varias ocasiones que Canarias asumiera esas competencias, desde que se aprobó el Estatuto de Autonomía de Canarias el pasado 6 de noviembre de 2018, en cuyo artículo 157 se recoge precisamente "la competencia exclusiva en materia de ordenación del litoral, respetando el régimen general del dominio público". De este modo, el Ejecutivo regional puede establecer y regular los planes territoriales de ordenación y uso del litoral y de las playas; la gestión de los títulos de ocupación y uso del dominio público marítimo-terrestre,



Playa de Martiánez, en Puerto de la Cruz, pendiente de un proyecto de Costas.

especialmente el otorgamiento de autorizaciones y concesiones; la ejecución de obras y actuaciones en el litoral canario cuando no sean de interés general; o la atribución de los servicios en playas y demás lugares del litoral, en coordinación con las entidades locales.

## Agilización de proyectos

Ashotel espera que tras el anuncio de la ministra de Política Territorial, Carolina Darias, de que avanzará en la transferencia de las competencias en Costas, Hacienda y conectividad aérea, comiencen a agilizarse cuanto antes los proyec-

tos paralizados que tan necesarios son para Canarias y para Tenerife en particular. Marichal considera urgente que "durante el tiempo que se haga efectiva esa transferencia de competencias, los expedientes que llevan años esperando se podrían agilizar desde Madrid".

Asimismo, confía en que se resuelvan las solicitudes de los servicios jurídicos de muchas empresas turísticas ante la Consejería de Transición Ecológica del Gobierno de Canarias para la prestación de los servicios de temporada, es decir, los servicios de hamacas, quioscos o servicios náuticos que se prestan en muchas playas.

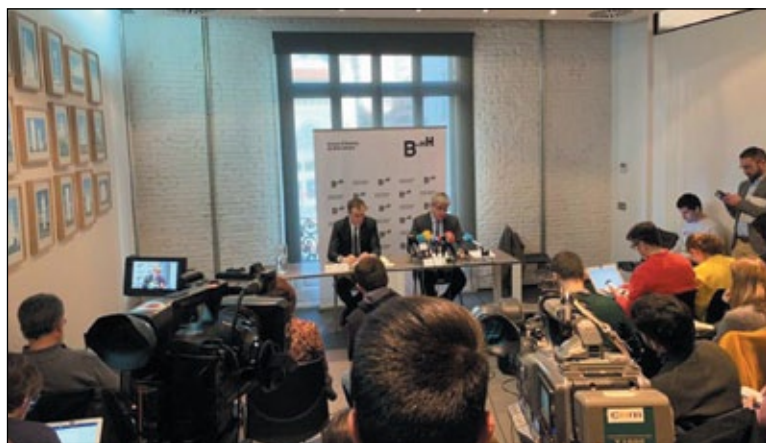
## Los hoteles de Barcelona reclaman un esfuerzo para potenciar el Sector MICE

Alertan de la desaceleración que está sufriendo este mercado en hoteles

El Gremi d'Hotels de Barcelona prevé un año complicado para los establecimientos de la ciudad debido a circunstancias que afectan al contexto global de la actividad turística, como el coronavirus, el Brexit o la quiebra de Thomas Cook, así como consecuencia de la desaceleración que está sufriendo la organización de reuniones y eventos en los hoteles de la ciudad.

El presidente de la entidad, Jordi Mestre, ha destacado los esfuerzos que realizan desde el Barcelona Convention Bureau y desde Fira de Barcelona para la promoción de la ciudad como destino MICE y en la captación de eventos. A pesar de ello, ha advertido de la reducción de reuniones respecto a los últimos años, sobre todo de aquellos eventos que se realizan en los hoteles.

Mestre ha explicado que los grandes eventos se confirman con años de antelación, pero son las pequeñas y medianas reuniones las que tienen más facilidad para cambiar de sede ya que se confirman con solo algunos meses de antelación. En este sentido, según el presidente del Gremi, "hace falta hacer un esfuerzo para mantener



El presidente del Gremi d'Hotels de Barcelona, Jordi Mestre, ante la prensa.

este segmento de negocio, ya que es estratégico y vital para Barcelona. No en vano, el impacto económico del Turismo de Reuniones en la ciudad de Barcelona es de más de 1.900 millones de euros al año".

## Un contexto poco favorable

Jordi Mestre ha recordado los últimos datos disponibles sobre la actividad MICE en la ciudad condal. Durante el año 2018, Barcelona albergó 1.728 reuniones

durante, un 19% menos respecto a las celebradas en 2017 (2.134 reuniones), un 12,5% menos respecto a las celebradas en 2016 (1.974 reuniones) y un 23,8% menos respecto a las celebradas en 2015 (2.268 reuniones). Además, bajaron los datos de asistentes un 3,5% respecto 2017. Todo ello, según han asegurado desde el Gremi, provocado por la situación vivida en los últimos años, donde no se ha favorecido un contexto favorable para la captación de estos eventos.

## Meliá lidera el 'ranking' de Merco

Meliá Hotels International vuelve a encabezar, por tercer año consecutivo, el *ranking* de Responsabilidad y Gobierno Corporativo de Merco, el monitor empresarial que señala a las 100 empresas españolas con mejor reputación corporativa.

Se trata de una evaluación global que integra la percepción y valoración de diferentes colectivos, entre los que figuran expertos en RSC, analistas financieros, periodistas o sindicatos, entre muchos otros. El informe recoge y compara algunas de las opiniones de dichos *stakeholders* sobre diferentes variables, tales como la transparencia y buen gobierno, la responsabilidad con los empleados, la calidad de la información, el compromiso con la comunidad y el medioambiente o el respeto a los derechos del consumidor.

Con este resultado, Meliá consolida el reconocimiento externo a su modelo de gestión responsable, tal y como queda reflejado en la opinión de los diferentes grupos consultados.

## PRODUCTO

### Radisson Hotel Group anuncia dos firmas en Rusia y Sudáfrica

La cadena Radisson Hotel Group ha anunciado la firma del primer hotel de la marca Radisson, Radisson Hotel Gori-zont Rostov-on-Don, en Rusia; y del Radisson Safari Hotel Hoedspruit en Sudáfrica.

El primero ofrecerá 173 habitaciones y *suites* con un innovador diseño escandinavo, el restaurante abierto todo el día y un bar salón en el vestíbulo, así como un gimnasio, una sala de conferencias y varias salas de reuniones. Por su parte, el segundo, con 138 habitaciones, está programado para abrir a principios de 2022, compuesto por habitaciones y *suites*, junto con la hospitalidad de inspiración escandinava que ofrece Radisson y las características únicas de la marca.

### Sercotel Hotel Group suma un nuevo hotel en Gerona

La cadena hotelera Sercotel Hotel Group incorpora el Sercotel President, ubicado en Figueras, a su portafolio de hoteles en España. El hotel de cuatro estrellas entra a formar parte del grupo en régimen de explotación y cuenta con 77 habitaciones, todas ellas equipadas para cualquier tipo de estancia, tanto de ocio como de negocio. El establecimiento, situado en la Avenida de Salvador Dalí, en el centro de Figueras, cuenta con todos los servicios como wifi gratuito, la posibilidad de reservar plaza de garaje, servicio de lavandería, recepción 24 horas, desayuno bufé, restaurante y cafetería. Además, cabe destacar que todas las instalaciones se encuentran adaptadas para personas con diversidad funcional.

### Coral Hotels certifica su consumo eléctrico 100% renovable

La cadena hotelera canaria Coral Hotels ha introducido en sus once establecimientos hoteleros y extrahoteleros electricidad 100% de origen renovable, certificada por una empresa a la que compra esta fuente de energía. Este nuevo paso en favor de la sostenibilidad es, según el director general de la cadena, Roberto Barreiro, "un claro compromiso de Coral Hotels en favor del medioambiente y el Turismo sostenible". Como muestra de este compromiso con el entorno, Coral Hotels cuenta además con el sello Travelife Gold en siete de sus complejos, un sello de ámbito internacional que evalúa y verifica los logros de las empresas del Sector Turístico en materia de Turismo responsable.

# BOOKING

NEXOTUR

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

☎ 91 369 41 00  
📠 91 369 18 39

## Mayoristas

|                                                                          |                                           |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| VIAJES ABREU<br>Génova, 16 MADRID                                        | ☎ 902-101049-91-7004421<br>Fax 91-3196786 |
| ALONDRA/CALIPSO VACACIONES<br>Avda. Real Academia de Medicina, 1º MURCIA | ☎ 902-355444/968-355444<br>Fax 902-355443 |
| TUI SPAIN<br>Mesena, 22, 2º MADRID                                       | ☎ 91-7597125<br>info@tuispain.com         |
| AÑOS LUZ SA<br>San Bernardo, 97-99 MADRID                                | ☎ 91-4451145-902-101202<br>Fax 91-5939181 |
| AÑOS LUZ SA<br>Berastegui, 4 bajo I BILBAO                               | ☎ 94-4242215-902-101404<br>Fax 94-4235593 |
| A SU AIRE<br>Moreña, 12 esq. a Zarza C. REAL                             | ☎ 926-274157/226259<br>Fax 926-226334     |
| CONDOR VACACIONES<br>Pedro Villar, 12 MADRID                             | ☎ 91-5674242-5674200<br>Fax 91-5674263    |
| COSTA CRUCEROS<br>Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID                   | ☎ 91-5558550<br>Fax 91-5564770            |
| COSTA CRUCEROS<br>Valencia, 245 2º 3 BARCELONA                           | ☎ 93-4875685<br>Fax 93-4874770            |
| DIMENSIONES<br>Mahonia, 2 MADRID                                         | ☎ 91-5310607<br>Fax 91-5214254            |
| DIMENSIONES<br>Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA                     | ☎ 91-5310607<br>Fax 91-5214254            |
| DIAS LIBRES<br>Lagasca, 120 Of. 1 MADRID                                 | ☎ 91-7451111<br>Fax 91-5614469            |
| ENTORNO NATURAL.COM<br>Diputacio, 238 BARCELONA                          | ☎ 93-4827100<br>Fax 93-4827131            |
| EXPO MUNDO<br>Diputacio, 238 BARCELONA                                   | ☎ 93-4827100<br>Fax 93-4827131            |
| HOTELPLUS<br>Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES               | ☎ 902 358358/91-7244747<br>Fax 91-6549977 |
| HOTEL PLAYA VIAJES<br>Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA               | ☎ 93-425 30.66<br>Fax 93.425.38.07        |
| HOTEL PLAYA VIAJES<br>Silva, 2 6º 2º MADRID                              | ☎ 91-5427933<br>Fax 91-5221241            |
| HVALATRAVEL.COM<br>Diputacio, 238 BARCELONA                              | ☎ 93-4827100<br>Fax 93-4827131            |
| INTERMUNDOS<br>Fuencarral, 9 1ºB MADRID                                  | ☎ 91-5320413<br>Fax 91-5422971            |
| MSC CRUCEROS<br>Arequipas, 1 MADRID                                      | ☎ 91 308308<br>Fax 91-3821664             |
| MUNDICOLOR<br>Mahonia, 2 MADRID                                          | ☎ 902-361926<br>Fax 93-4827131            |
| NIZA TOURS-VIAJES NIZA<br>Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)    | ☎ 902-995950<br>Fax 922-793868            |

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

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

## Compañías Aéreas

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

## Compañías Marítimas

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

## Ferrocarril

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

## Alquiler de Automóviles

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

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

## Organismos

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

## Centrales de Reservas

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

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

## Transporte por Carretera

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

## Servicios

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

## Cadenas Hoteleras

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

POSITIVO FRANCÉS NATIVO  
ANGLORICANO: GLOBISH  
SPANISH

COACH  
Busqueda activa de EMPLEO

Excelente PROFESOR Management y Marketing  
ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE

Suiza (”La primera del mundo”)

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

GARANTIZO RESULTADOS

GRATIS 1ª hora

fetisalain@gmail.com

skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71

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

¿ES SU EMPRESA  
UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



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

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

☎ 91 369 41 00

📠 91 369 18 39

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING

Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

NEXOTUR

# NEXOTUR

GRUPO  
**Nexo**

**NEXO**

DIRECTOR  
EUGENIO DE QUESADA

## NEXOTUR®

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES  
NÚMERO 1.000 | Año XXII | Edición ESPECIAL NEXOTUR | PRECIO: 15 EUROS

UNA PUBLICACIÓN  
DEL GRUPO **Nexo**

EDICIÓN

1000

ESPECIAL



**HISTORIA  
DEL TURISMO  
EMISOR EN ESPAÑA**

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

*Casi un cuarto de siglo de actualidad de las agencias de viajes, que es la historia del Turismo Emisor español, contada trimestre a trimestre y en lenguaje periodístico.*

**PVP: 15€**  
(+ gastos de envío)

Formalice su pedido al email:  
[Suscripciones@Nexotur.com](mailto:Suscripciones@Nexotur.com)  
o al teléfono: 91 369 41 00

# Viajes de aventura en la nueva 'web' de diseño compatible de Mugámara

Mugámara presenta una nueva página *web responsive* en la que incluye una amplia información sobre sus viajes de *trekking* y senderismo en gran parte del mundo, aunque para reservarlos ofrece únicamente un correo y un teléfono.



[www.mugamara.com](http://www.mugamara.com)

La agencia **Mugámara**, especializada en la organización de viajes, tanto programados como bajo petición, de senderismo, *trekking*, cultura, naturaleza y grandes expediciones a enclaves remotos e inéditos, presenta una nueva versión en castellano de su página en Internet, en la que, con un diseño compatible para cualquier tipo de terminal, presenta la información sobre sus tipos de viajes y sus destinos, así como la de cada viaje programado, aunque para reservar solo ofrece un correo y un teléfono, mientras sugiere reservar en cualquier agencia de viajes.

## MUGÁMARA / Mayorista

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva versión de la página *web* de Mugámara informa a las agencias sobre las especiales características de sus viajes, aunque para reservar solo ofrece un correo y un teléfono, mientras indica a los viajeros que pueden gestionar su reserva en cualquier agencia de viajes.

5.1

### INFORMACIÓN

Presenta sus viajes por continente, país y programa, del que ofrece su descripción, un completo itinerario, los servicios que incluye y los que no están incluidos, algunas fotografías y el acceso a un área e información sobre sus formas de contacto y sus condiciones.

### RESERVA

Sigue sin gestión de reservas *online*, solo informa sobre su dirección, teléfono, dirección de correo electrónico y el número de cuenta corriente para efectuar los pagos. También recomienda reservar en cualquier agencia de viajes y ofrece un formulario de consulta.

### GENERAL

Ahora solo ofrece una reducida información sobre la empresa y las características de sus viajes y ya no incluye las descripciones de sus destinos de la versión anteriormente analizada. Ofrece un listado de agencias colaboradoras, pero no estaba disponible en la prueba.

### ▲ Lo Mejor / Estética

Su nuevo diseño *responsive* dispone de pantallas claras y una estructura de accesos de fácil uso.

### ▼ Lo Peor / Formulario Reservas

Mejoraría incluyendo un formulario específico con sus viajes y opciones para facilitar la solicitud de presupuestos.

# Las vacaciones de lujo de ClubMed en una nueva página 'responsive'

ClubMed presenta una *web* compatible con una amplia información sobre sus resorts vacacionales en gran parte del mundo y las especiales características de su oferta, así como un completo sistema de reservas, que no es válido para las agencias.



[www.clubmed.com](http://www.clubmed.com)

**ClubMed**, empresa francesa que ofrece resorts de vacaciones, presenta una página muy completa y compatible para cualquier tipo de terminal, en la que informa sobre la empresa, sus *resorts* de lujo en destinos seleccionados y las características de los servicios que ofrecen a los clientes. La página mantiene su útil sistema de reservas en las que se pueden incluir vuelos, traslados y otras actividades, pero que en esta versión no contempla la gestión de agencias. Por otro lado, presenta páginas distintas para varios países, uno de ellos España.

## CLUBMED / Hoteles

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

La versión actual de la página *web* de ClubMed ofrece al cliente final y un completo sistema de información y reservas de estancias y paquetes en sus resorts, pero es de menos interés que la anterior para las agencias de viajes que ya no pueden gestionar en ella sus reservas.

7.2

### INFORMACIÓN

Se accede a cada establecimiento seleccionando por país y destino desde la primera pantalla. Presenta una adecuada descripción del *resort* seleccionado en varias pantallas con todas sus características, incluyendo fotos y vídeos, sus ofertas y algunas excursiones.

### RESERVA

Dispone de un completo sistema de gestión de reservas, que puede incluir vuelos, traslados y actividades, válido para el cliente final, que se registra en la primera reserva. No aparece el área para la gestión de agencias que había en la versión anteriormente analizada.

### GENERAL

La página incluye también una amplia información sobre la empresa, las especiales características de su oferta y el enlace con su información institucional y financiera. También ofrece un área para sus proveedores y otra de gestión de empleo en el grupo.

### ▲ Lo Mejor / Utilidad

Por su diseño y estructura de accesos es una página muy fácil de utilizar desde cualquier tipo de terminal.

### ▼ Lo Peor / Gestión Agencias

En esta versión no aparece la posibilidad de gestión desde las agencias que había en la anteriormente analizada.



**Entrada /** Con un nuevo diseño *responsive* mantiene el acceso a la información de sus viajes por continente y sus salidas próximas.



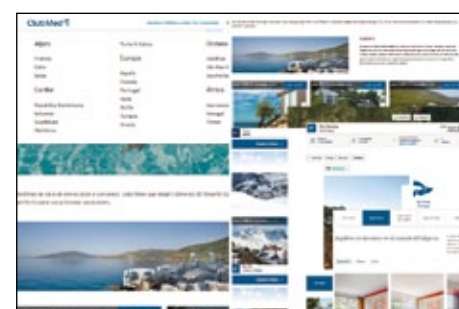
**Producto /** Se accede a una adecuada información de cada viaje accediendo por continente, país y viaje.



**Reserva /** Continúa sin ningún tipo de gestión de reservas, limitándose a ofrecer las formas de contacto y un formulario.



**Entrada /** Presenta el acceso a todas sus áreas de información, sus ofertas y recomendaciones por zona y tipo de hotel.



**Producto /** Accediendo a los resorts por destino, presenta una completa descripción en varias pantallas.



**Reserva /** Mantiene su completo sistema de gestión de reservas de estancias y vuelo más hotel, ahora no disponible para las agencias.

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

## Las agencias de viajes buscan profesionales con experiencia y cartera de clientes

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

■ **Sapphire Viajes.** Madrid. Se busca agente de viajes para servicios de consultoría de viajes exclusivos, elaboración y envío de presupuestos, seguimiento y actualización de presupuestos, gestión de reservas, elaboración y envío de documentación del viaje y seguimiento del viaje en destino y evaluación posterior del mismo. Requisitos: manejo de Excel nivel experto, manejo hábil de nuevas tecnologías, experiencia trabajando en equipos y por objetivos comerciales; interés por los viajes y destinos de larga distancia e inglés alto hablado y escrito.

■ **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 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.

■ **Narixa Trans.** Arroyomolinos. Agencia de viajes busca profesional para trabajar en el sur de Madrid con contrato de autónomo.

■ **Viajes Turcosta.** Gijón. Buscamos agente con mucha experiencia y amplios conocimientos en productos de larga distancia y aplicaciones informáticas.

■ **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.

■ **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.

■ **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 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.

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

■ **Viajes Carrefour.** Majadahonda. Buscamos personas con conocimientos del Sector para contrato de media jornada. Dispo-

nibilidad inmediata y posibilidad de trabajar a turnos y fines de semana (abstenerse si no cuentan con esta disponibilidad).

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

■ **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 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.

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Hoteles de vacaciones

↑ Valentín Hotels vuelve a cambiar su página en la que, otra vez con un nuevo diseño, mantiene la **descripción** de sus establecimientos y cambia su sistema de gestión de reservas por un sistema estándar, ahora disponible para las agencias de viajes.

⇒ Su **utilidad** está limitada por su tipo de oferta.

↓ En esta versión ha incluido la **reserva** desde las agencias.



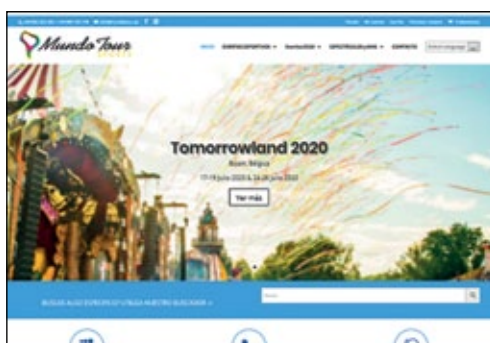
<http://www.valentinhotels.com>

## Eventos deportivos

↑ Mundotour presenta una nueva página de diseño **responsive** en la que **informa** sobre toda su oferta de múltiples tipos de eventos deportivos y algún espectáculo, incluyendo diversas opciones y algunos paquetes y permite reservarlos solo al cliente final.

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

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



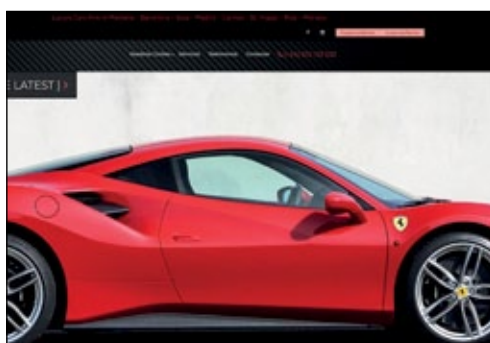
<http://www.mundotout.es>

## Coches de gran lujo

↑ Super Cars Rentals presenta una nueva versión **responsive** de su página web en la que ofrece **información**, precios y destinos disponibles para el alquiler de coches de gran lujo, aunque para la gestión de reservas solo ofrece un formulario.

⇒ Es de poca **utilidad** por lo limitado de su oferta.

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



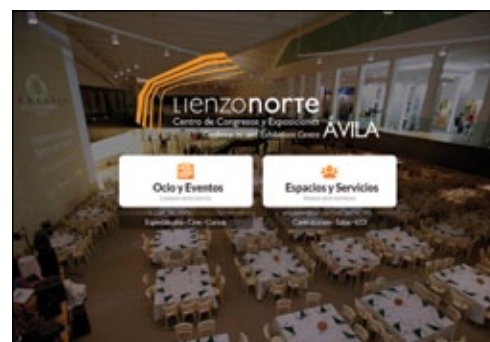
<http://www.supercarsrentals.com>

## Congresos en Ávila

↑ El Centro de Congresos y Exposiciones de Ávila presenta una nueva versión de su página en la que, mejorando sensiblemente su diseño, mantiene una **información** adecuada de sus espacios, pero sigue ofreciendo muy poca sobre sus servicios.

⇒ Sería de más **utilidad** mejorando la información sobre sus servicios.

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



<http://www.lienzonorte.es>

## Turismo rural

↑ Sensación Rural presenta una nueva versión de su página que, con pocos cambios pero disponible para todo tipo de terminales, mantiene su completo sistema de **información** de alojamientos rurales, aunque sigue sin gestión **online** de reservas.

⇒ Puede ser de **utilidad** por su amplia cobertura.

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



<http://www.semsacionrural.es>

## Turismo en Guadalajara

↑ La nueva versión de la página oficial de Turismo en Guadalajara amplía, con un diseño **responsive**, la **información** sobre los temas de interés para un viajero en la provincia, incluyendo buscadores de alojamientos y restaurantes, pero sin gestión de reservas.

⇒ Es una página de **utilidad** por su buen nivel de información.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece un buscador de alojamientos.



<http://www.turismoenguadalajara.org>

## LEGISLACIÓN

## Turismo de excesos

## Balears

✓Recientemente se ha aprobado el Decreto-ley 1/2020, de 17 de enero, contra el Turismo de excesos para contribuir en la mejora de la calidad en zonas turísticas. Esta norma afectará a miles de establecimientos hoteleros y extrahoteleros ubicados en la Platja de Palma, s'Arenal, Magaluf y Sant Antoni de Portmany (Eivissa), ya que prohíbe la venta masiva de alcohol. Esto se debe también a que en los últimos tiempos, se han producido numerosos comportamientos incívicos en determinadas zonas turísticas de Mallorca e Ibiza, la mayor parte de los cuales se debe al abuso del consumo de bebidas alcohólicas que, además de crear mucha inseguridad en los ciudadanos que viven en estos lugares, ha mermado considerablemente la calidad turística de estas zonas y ha contribuido a su deterioro y al surgimiento de una mayoría de negocios dirigidos al ocio nocturno.

Boletín Oficial del Estado.  
www.boe.es

## CURSO

## Curso de experto de AEGVE y UNED

Inician la edición 2020 con responsables de cada área de formación

La Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresas (AEGVE) ha organizado en las oficinas de la UNED la presentación de su Curso Experto Profesional en Gestión de Viajes de Empresa, cuyo objetivo es aportar conocimientos a futuros *travel managers*.

El acto principal comenzó con la inauguración por parte del actual director del curso de la UNED, Rubén Gómez, el cual mostró su agradecimiento a todos los alumnos por la confianza prestada en esta nueva edición de la formación, destacando la

importancia de continuar formando constantemente a los *travel managers* del futuro.

Posteriormente, el responsable del área de eventos corporativos, Alberto Malpartida; Cristina Corral, de viajes corporativos; André Ibáñez, de tecnología; y el propio Rubén Gómez, de RSC, presentaron algunos de los contenidos de cada asignatura así como la manera en la que se van a desarrollar. Por último, Rubén presentó la metodología a tener en cuenta para el desarrollo de las temáticas.



## LIBROS

## Manual de Semántica

Título: 'Manual de Buenas Prácticas en Semántica aplicada al Turismo'

Segittur ha publicado un 'Manual de Buenas Prácticas en Semántica aplicada al Turismo', basado en la Norma UNE 178503, orientado a gestores turísticos locales, así como a los equipos de desarrolladores tecnológicos que acompañan a los destinos. Desde la sociedad estatal señalan que esta publicación explica que, en la actualidad, debe existir una interacción completamente perfecta entre los aparatos tecnológicos de los destinos, y los usuarios. En este ámbito, aparece la semántica con la que señalan que se dota a todos los componentes del hecho turístico de un significado comprensible para las máquinas, y se facilita la interoperabilidad.



## CALENDARIO

## Eventos cercanos

●Durante los días 20, 21 y 22 de marzo, se celebrará, en Nápoles, la 24ª edición de la feria Borsa Mediterranea del Turismo (BMT). Esta dedicada al sector *Business to Business* (B2B), y enfocada a toda la red de agencias italianas, registrando más de 20,000 visitantes profesionales y aloja a 500 expositores distribuidos en un área de exhibición de 20,000 metros cuadrados y se divide en dos áreas principales: BMT, dedicado a los destinos *outgoing*; y BMTI, dedicado a los destinos *incoming*. Más información en [www.bmtnapoli.com/](http://www.bmtnapoli.com/)

●Del 27 al 29 de marzo se celebrará, en el Fira de Barcelona, una nueva edición de la feria B-Travel, una plataforma de negocios para establecer contactos con otros profesionales y descubrir lo que hay de nuevo en la industria. El evento incluye una serie de debates, conferencias y seminarios sobre las últimas tendencias y temas de actualidad en el Turismo. Más información en [www.saloturisme.com](http://www.saloturisme.com).

# Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

## CONEXO



PVP: 18€

Solicite su ejemplar: [suscripciones@nexotur.com](mailto:suscripciones@nexotur.com)

## SUBEN

### ▲ M<sup>a</sup> José Rallo

María José Rallo ha sido designada secretaria general de Transportes y Movilidad, a propuesta del ministro de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana. Perteneció al Cuerpo de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos del Estado desde 1998.



### ▲ Lucía Méndez

B&B Hotels ha nombrado a Lucía Méndez-Bonito nueva CEO para Iberia. Sustituye a Jairo González, que pasa a formar parte del comité ejecutivo del grupo como responsable del negocio del sur de Europa, donde la cadena cuenta con cerca de 80 hoteles.



### ▲ Erica Antony

CWT ha anunciado el nombramiento de Erica Antony como nueva directora de producto. En este puesto de reciente creación, será responsable de proporcionar un nuevo enfoque para impulsar la estrategia de productos y ofertas de CWT en el mercado.



## SUMARIO

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| Tribuna de Opinión / Claves | 2     |
| Protagonista / Marian Muro  | 3     |
| Entrevista / Tobias Zisik   | 4     |
| Escapate                    | 6-19  |
| InfoGEA                     | 15-18 |
| Mostrador                   | 20-22 |
| Club                        | 23    |
| Gestión                     | 24    |
| Hotelería                   | 25-26 |
| Booking                     | 27    |
| Evaluat                     | 29    |
| Ofertas de empleo           | 30    |
| Agenda                      | 31    |

DEL 3 AL 9 DE FEBRERO DE 2020



## BARÓMETRO DE RESULTADOS

## LA SEMANA

### Por debajo de la media y muy superior al SMI

El salario medio en la industria turística y hostelera en España es de 19.593 euros brutos anuales, un 17,4% más bajo que la media nacional. Sin embargo, está un 55% por encima del salario mínimo interprofesional (SMI) de 2019, que se situó en 900 euros (12.600 anuales), y un 47% respecto al recientemente actualizado por el Gobierno, que asciende a 950 euros mensuales (13.300 euros). Según Turijobs, para poder acceder a posiciones mejor pagadas es clave formación y experiencia. El salario de un profesional con estudios universitarios es un 30% más alto que el de los perfiles sin estudios, mientras que el de un profesional con experiencia, aunque sea solo de un año, un 14,1% mayor que el de sin experiencia.



SEMANA DEL 2 AL 8 DE FEBRERO DE 2020

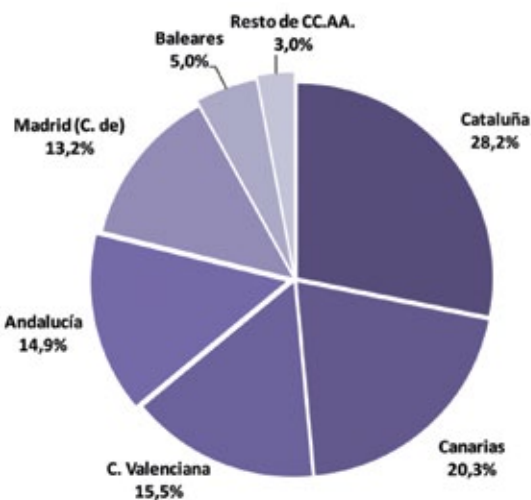
## INDICADOR DE EXPECTATIVAS

## COYUNTURA

### El uso de vuelos 'low cost' se mantiene

En enero, las compañías aéreas de 'bajo coste' se han mantenido estables respecto al mismo mes de 2018, transportando a 2,8 millones de pasajeros procedentes de aeropuertos internacionales, según destaca el estudio elaborado por TurEspana. Los aeropuertos españoles han recibido, en el primer mes del año, alrededor de 5,3 millones de pasajeros internacionales, un 1,8% más que el pasado 2018.

### Distribución de pasajeros en low cost por Comunidad



Fuente: TurEspana.

© NEXOTUR

El país emisor del 13,8% de ellas y manteniéndose estable, de forma que el considerable descenso registrado en Canarias se vio compensado por los crecimientos de Cataluña y Cantabria. Por su parte, Francia ha emitido 413.892 usuarios, aumentando un 6,5%, beneficiando a la mayoría de las comunidades, destacando Madrid, Andalucía, Comunidad valenciana, y Canarias. El tráfico de pasajeros en *low cost* generado por Francia acaparó el 8,7% del flujo total de estas compañías y creció interanualmente un 6%. Este gran avance favoreció fundamentalmente a Canarias.

### Destinos por Comunidades

Entre las Comunidades autónomas con mayores flujos de pasajeros internacionales, destaca la subida de la Comunidad de Madrid, que fue la que más llegadas internacionales recibió, seguida por Cataluña. Ambas concentraron respectivamente el 31,2% y el 22,8% del total del flujo aéreo internacional.

Respecto a los resultados en el sector *low cost* los resultados son diferentes. Cataluña se coloca en primera posición con 799.227 llegadas. La Comunidad de Madrid cae al quinto lugar con 382.049, un 3,8% menos que el anterior mes de enero. En este periodo no se han experimentado grandes crecimientos. Sin embargo, dejando a un lado las seis primeras Comunidades cabe destacar que el global del resto creció por encima del 24%. El mayor descenso se ha visto en Baleares con un 12% menos.

sobre todo a Canarias y Murcia. Entre las más favorecidas destacó la Comunidad valenciana y Canarias y Andalucía. Por lo que respecta a las aerolíneas *low cost*, el número de pasajeros que llegaron desde Alemania supuso el 11,9% del total y se redujo un 12,3%. Del total de turistas alemanes llegados a España,

solo el 49% han llegado con compañías de 'bajo coste'.

Italia y Francia les siguen de lejos con porcentajes cercanos, 9,8% y 7,7% respectivamente, pero muy lejos de los alemanes y los británicos. En relación a las llegadas en compañías *low cost*, Italia se mantiene en segunda posición, siendo

## 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](mailto:suscripciones@nexotur.com)  
(\*) El volumen 12 (años 2018 y 2019) se entregará en enero de 2020

