

NEXO NEXOTUR

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

NÚMERO 1.126 / AÑO XXV / SEMANA DEL 16 AL 22 DE MARZO DE 2020 / PRECIO: 2 EUROS

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**



URSULA VON DER LEYEN
Apoyo al sector aéreo
PÁG. 11 / La CE actúa ante la posible pérdida de los slots aéreos



ZURAB POLOLIKASHVILI
Previsión a la baja
PÁG. 10 / OMT prevé un descenso del Turismo de hasta el 3%



ALEXANDRE DE JUNIAC
Pérdidas en el aéreo
PÁG. 10 / Las pérdidas podrían estar entre 56.000 y 101.000 millones



LUIS GALLEGO
Ultimando detalles
PÁG. 12 / Iberia cedería slots a Volotea para facilitar compra de Air Europa



AGUSTÍN ALMODÓBAR
Medidas urgentes
PÁG. 8 / El Partido Popular reclama medidas urgentes para el Sector

El Sector entiende las medidas del Gobierno ante el covid-19

Las principales Organizaciones piden medidas urgentes y que se les tenga en cuenta

El Sector Turístico entiende los pasos que está dando el Gobierno central ante la propagación del Covid-19, aunque critica haberse enterado de la suspensión de

los viajes del Imsero durante un mes por las noticias. El Sector había solicitado una mesa de mediación al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.



Augusto Hidalgo preside SCB.

En el MICE, España está bien posicionada

"España está muy bien posicionada en los mercados internacionales", asegura el presidente del Spain Convention Bureau. Pág. 4

Suspendida negociación del Convenio Colectivo

La crisis del coronavirus ha provocado la cancelación de la negociación del Convenio Colectivo Estatal de Agencias. Pág. 9

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 23

Entre las medidas del Gobierno para contener la propagación del Covid-19 están la cancelación por un mes de los viajes del Imsero y la prohibición de vuelos entre Italia y España durante 14 días. Como explica el presidente de CEAV, Carlos Garrido, entienden la medida y "esperamos que con el cambio de tiempo y la llegada de la primavera



Carlos Garrido

se vuelva a la normalidad lo antes posible". Aunque como subraya el presidente de ACAVE, Martí Sarrate, se han tenido que enterar por las noticias y no les han consultado, a pesar de haber pedido una mesa de mediación. Por su parte, CEHAT solicita conocer la operativa y un paquete de medidas económicas.

Escaparate en pág. 7

La agentes, indefensos ante las cancelaciones

La anulación por miedo no es causa de fuerza mayor

Gran descontento por parte del Sector de las agencias por la indefensión que están sufriendo debido a las numerosas cancelaciones por el coronavirus. "Hay que recordar que somos intermediarios, una agencia no puede predecir el miedo de



José Luis Méndez

los clientes, ni actuar en consecuencia cuando una aerolínea o cadena no puede prestar el servicio por el miedo". De esta manera, explica a NEXOTUR el

presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Méndez, su desacuerdo con que las cancelaciones por el miedo a viajar por el covid-19 reciban el reembolso íntegro. Como señala, algunas organizaciones de consumo están promoviendo una "alarma social" cuando informan de que las anulaciones por el coronavirus son "una causa de fuerza mayor".

Escaparate en pág. 9

UNAV aplaza hasta septiembre el XXIII Congreso de Cádiz y CEAV las Jornadas Técnicas de Viena

Pese a contar con la confirmación de asistencia de 180 profesionales, la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) aplaza hasta el próximo mes de septiembre el XXIII Congreso Nacional de Turismo, que debía haberse celebrado en el Parador de Cádiz del 19 al 21 de marzo, a causa de la extensión de la amenaza del covid-19, que afecta especialmente a Madrid, donde están radicadas la mayoría de sus agencias de viajes asociadas.

Por su parte, también la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), de forma conjunta con la Oficina de Turismo de Austria, se ha visto obligada a posponer las Jornadas Técnicas para Agentes de Viajes, que debían haberse inaugurado el jueves 12 de marzo en Viena, "debido a la situación y a la saturación de trabajo de nuestras agencias, cuya máxima prioridad a día de hoy es atender a sus clientes en estos momentos".

Ante el peor de los escenarios

Es la mayor crisis del Turismo. La pandemia del coronavirus es, sin duda, la amenaza más importante que ha sufrido el Sector en toda su historia. Paradójicamente, el Covid-19 actúa con las empresas de forma similar a como lo hace con las personas. Lleva a la quiebra a compañías en situación crítica, al igual que

ocurre con los enfermos con cuadros previos graves. Ya sean grandes compañías (Alitalia está a punto de colapsar) o pequeñas empresas (muchas minoristas están ya al límite).

Madrid está sufriendo un duro golpe al alcanzar la epidemia nivel cuatro.

Siguen en Editorial en pág. 3

2020 ABRIL

Semana Santa

por Europa

<p>749€</p> <p>Estambul desde Madrid *consultar otras ciudades 8-12 abril (5D/4N)</p>	<p>770€</p> <p>Bruselas desde Madrid *consultar otras ciudades 9-12 abril (4D/3N)</p>	<p>1.248€</p> <p>Rusia desde Madrid *consultar otras ciudades 5-12 abril (8D-7N)</p>	<p>694€</p> <p>Belgrado desde Madrid *consultar otras ciudades 8-12 abril (5D/4N)</p>	<p>660€</p> <p>Creta desde Madrid 8-12 abril (5D/4N)</p>	<p>794€</p> <p>Dubrovnik desde Madrid *consultar otras ciudades 8-12 abril (5D/4N)</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

POLITOURS

■ CLAVES

Quien viene a Madrid...

QUIÉN VIENE A Madrid es de Madrid. Este es un eslogan turístico de la ciudad de Madrid, pronto echado en desuso por las autoridades turísticas de la ciudad que ocupa el centro de la península ibérica. En esta ciudad, que acoge a todos sin preguntarles de dónde vienen o preguntándoles si acaso qué saben hacer o qué pueden aportar si es que vienen a vivir en ella



☞ ANTONIO CABALLOS

y deseándoles que lo pasen bien cuando la disfrutan en sus vacaciones, sean cortas o largas, de España y sus habitantes estarán encantados en acogerlos siempre, aunque esta Comunidad autónoma uniprovincial, recibe tan bien al turista como a las industrias que quieren instalarse entre nosotros.

Uno de nuestros alcaldes dijo en un encuentro con las gentes del Turismo que en esta ciudad cosmopolita como pocas, habitaban gentes de todas partes del mundo menos dos países, a nadie se nos ocurrió preguntar cuáles, y desde luego sí de todas partes de esta heterogénea península.

Madrid es la frontera número uno de España y sus dos empresas más importantes son: el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, nuestra primera empresa, e IFEMA, nuestro parque ferial, pues la ciudad estaba vetada para celebrar ferias industriales desde los años 40 del siglo pasado hasta hace 40 años. Desde ese pistoletazo de salida las ferias pasaron de 10 a 100.

Su riqueza cultural y monumental es imposible de abarcar en un fin de semana; y en verano cuando todo está lleno, Madrid es una ciudad tranquila para disfrutarla a tope.

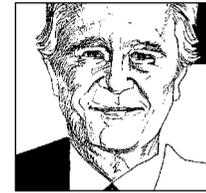
Pero Madrid es mucho más, pues está rodeada por pequeñas y grandes ciudades y también pueblos serranos con ambiente rural que merecen ser conocidos así como sus bellezas y sus parques naturales; la provincia es también una buena base para visitar los monumentos, pueblos y ciudades de las Comunidades autónomas vecinas.

Escoge Madrid, programa Madrid, pero incita a tus clientes a visitar también el resto de su Comunidad: ¡no se arrepentirán! Pues ese es uno de los valores añadidos, que el agente de viajes puede ofrecer a sus clientes para fidelizarlos sorprendiéndolos.

☞ Antonio Caballos García es agente de viajes.

E'España ya es el país europeo donde más aumenta proporcionalmente el caravanning. Nuestro parque móvil ya supera los 300.000 vehículos y nos hemos convertido en la oferta de ocio vacacional en contacto con la naturaleza más demandada', señala el presidente de ASEICAR

TRIBUNA



☞ JOSÉ MANUEL JURADO

Caravanning: el Turismo del siglo XXI

POR SEXTO AÑO consecutivo, la Asociación Española de la Industria y Comercio del Caravanning (ASEICAR) está de enhorabuena. El pasado mes de enero conocimos los datos oficiales facilitados por la Dirección General de Tráfico (DGT) sobre el número de autocaravanas y campers matriculados en España en 2019 y la cifra es realmente positiva. En total, 8.903 nuevas matriculaciones o lo que es lo mismo, una media de 742 mensuales o casi 25 diarias. Estamos ante una subida de más de un 19,2% respecto a 2018. Unas cifras inimaginables hace unos años cuando el sector se vio sacudido, como tantos otros, por la crisis económica. Y no se trata de una subida puntual o de una Comunidad autónoma concreta. Por ejemplo, en Cataluña, Andalucía, Euskadi, Valencia o Madrid, el caravanning es un fenómeno ya consolidado y puntero y son las Comunidades donde tradicionalmente más vehículos se venden año tras año. Sin embargo, existen otras Comunidades que están despertando ante esta oferta de Turismo itinerante. Por ejemplo, en La Rioja se ha incrementado más de un 56%, un 45% en Castilla La Mancha, Asturias (42,8%), Castilla y León (31,6%), Cantabria (21%) o Aragón (12%).

También, la tradicional caravana que parecía en desuso y condenada al olvido, vuelve a recuperar las cifras de matriculaciones precrisis pasando de 1.402 matriculaciones en 2017 a 2.399 en el pasado 2019.

Además, son cada vez más las parejas deportistas o aventureras, que descubren el caravanning, no solo a través de la caravana o autocaravana sino también de las furgonetas campers, vehículos customizados más pequeños, con un precio medio entre 35.000 y 45.000 euros pero que pueden ser utilizadas durante el día a día como vehículo particular. En el último año, se han vendido casi 2.000 de estos vehículos, unos 167 mensuales.

Gracias a estas cifras, España ya es el país europeo donde más aumenta proporcionalmente el caravanning. Nuestro parque móvil ya supera los 300.000 vehículos, entre autocaravanas (60.000), caravanas (230.000) y campers (10.000) y nos hemos convertido en la oferta de ocio vacacional en contacto con la naturaleza más demandada actualmente.

Y es que para iniciarse en el mundillo del Turismo itinerante tan de moda, no es necesaria la adquisición de alguno de estos vehículos. Son cada vez más las familias que, en lugar de alquilar un apartamento en la playa o una casa rural en la

portación de autocaravanas por particulares. De las 8.903 matriculaciones en 2019, 2.969 provenían del mercado de segunda mano europeo, principalmente de Alemania y con destino, muchos de ellos, Andalucía. Es un grave problema del que hemos



montaña, optan por alquilar una autocaravana o camper para disfrutar de esos días de descanso, pudiendo un día estar haciendo senderismo y al día siguiente, si nos cansamos o nos hace mal tiempo, poder irnos a

tomar el sol a la costa. La mayoría de las empresas asociadas a ASEICAR están ya trabajando para redoblar sus flotas de vehículos de alquiler de cara a la Semana Santa y el verano ya que en 2019 hubo momentos puntuales en los que la demanda, superó a la oferta. De hecho, en junio ya teníamos más del 80% de los vehículos reservados. Es por ello de la importancia de planificar nuestras vacaciones con antelación y reservar varios meses antes de ponernos en ruta, y sobre todo, desconfiar de empresas de dudosa legalidad o vehículos de particulares, que no suelen aportar las garantías necesarias. Todos esperamos las vacaciones con mucha ilusión como para jugarlas tomando una decisión equivocada. Para ello ASEICAR ha editado el manual Consejos del buen alquiler (<https://aseicar.org/manuales-para-caravanistas>).

Todo este auge que vive el sector también puede acarrear serios problemas, por ejemplo, en la im-

advertido a las administraciones pertinentes, ya que son vehículos muy viejos, altamente contaminantes, sin garantía de ningún tipo y con pagos opacos al fisco español. En muchos casos, estas autocaravanas son de

tercera o cuarta mano, auténticas chatarras con más de 15 años de antigüedad, que nadie quiere ya en sus países de origen. Es al llegar a nuestro país cuando el nuevo propietario acude a pasar la ITV y matricular el vehículo

y se encuentra en muchas ocasiones con graves deficiencias de seguridad, problemas de homologación y documentación, fallos en su funcionamiento, sin repuestos originales ni accesorios... un sinfín de problemas que convierten la inversión en una ruina y la ilusión en una pesadilla.

Tampoco se escapa a esta problemática, como hemos indicado con anterioridad, el alquiler sin control entre particulares. Por ejemplo, una autocaravana con documentación para uso particular, no puede destinarse bajo ningún concepto al alquiler. Además, el beneficio económico que puede suponer alquilar la autocaravana varias veces al año, debe obligatoriamente declararse a Hacienda y por último, el riesgo que conlleva

el alquiler del vehículo antiguo y desconociendo su estado real. ¿Qué ocurre si la autocaravana que hemos reservado a un particular ha sufrido una avería importante o un accidente en el anterior viaje? ¿Nos avisarían o nos ocultarían el problema? ¿Cancelarían nuestra reserva con suficiente antelación para que buscáramos una alternativa o nos quedaríamos sin vacaciones? Y si nosotros mismos tuviéramos un contratiempo mientras estamos de viaje, ¿qué capacidad tiene ese particular para podernos dar una solución y continuar con nuestro viaje? Preguntas fáciles con respuestas complejas.

Son muchas las familias que se están animando a descubrir el caravanning y, obviamente, como primer paso, lo hacen a través del alquiler. Es por eso que les recomendamos que acudan a una empresa profesional para que tengan una experiencia inolvidable, absolutamente gratificante y repitan cuando quieran de nuestro principal aliciente: la naturaleza.

Y para estos nuevos aficionados al caravanning y para los de toda la vida, hemos puesto en marcha Eco-vanning, un programa de colaboración y apoyo al medioambiente para combatir los efectos de la llamada basuralidad y apoyar a las zonas más castigadas por la despoblación o afectadas por fenómenos naturales. En las próximas semanas, docenas de autocaravanistas de todo el país van

Son cada vez más las familias que, en vez de alquilar un apartamento, optan por una autocaravana

a colaborar en las labores de reconstrucción y limpieza de la localidad leridana de Albí afectada por las riadas del pasado mes de octubre y la borrasca Gloria de hace unos días. Durante un fin de semana se mezclará la ayuda

solidaria con el turismo itinerante rural. También, ASEICAR ha apadrinado la localidad aragonesa de Torralba de Ribota de apenas un centenar de vecinos, con el objetivo de fomentar el turismo y organizar actividades lúdicas y culturales.

Con el esfuerzo y el trabajo de las 140 empresas que integran ASEICAR, estamos posicionando al sector donde se merece. Aún estamos lejos de países como Francia, Alemania u Holanda en imagen social, respeto institucional, servicios...pero nadie puede negar que el caravanning ha llegado a España definitivamente y con la clara intención de quedarse.

☞ José Manuel Jurado es presidente de la Asociación Española de la Industria y Comercio del Caravanning (ASEICAR).

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: ALEJANDRO CUENCA (ESCAPARATE), ARIADNA NOHALES (MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA BÁEZ (REUNIONES), DANIEL GALLEGU ALIAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), PAULA VACAS (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALUACIÓN), JOSEP MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORÍA (INDICADORES), GERGAÑA ORLINOVA (EVENTOS), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN), MAMEN MARTINEZ (DISEÑO) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR).

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

CONSEJO ASESOR (DIRECTORES): FRANCISCO VÁZQUEZ (CONFERENCIA CI-MET), 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 INFORMATIZACIÓN Y PROCESOS: JOSÉ MANUEL DÁVILA
DIRECTOR DE PLATAFORMA DIGITAL Y WEBSITE: JOAQUÍN ABAD

DEPARTAMENTOS | PROPIEDAD INDUSTRIAL: HERRERO Y ASOCIADOS
FACTURACIÓN: MARÍA JOSÉ GONZÁLEZ / **PERSONAL:** ALEJANDRO LÓPEZ
DISTRIBUCIÓN: MERCEDES LEÓN / **ADMINISTRACIÓN:** 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**

Ante el peor de los escenarios

ES LA MAYOR CRISIS DEL TURISMO. La pandemia del coronavirus es, sin duda, la amenaza más importante que ha sufrido el Sector en toda su historia. Paradójicamente, el covid-19 actúa con las empresas de forma similar a como lo hace con las personas. Lleva a la quiebra a compañías en situación crítica, al igual que ocurre con los enfermos con cuadros previos graves. Ya sean grandes compañías (Alitalia está a punto de colapsar) o pequeñas empresas (muchas minoristas están ya al límite).

Madrid está sufriendo un duro golpe al alcanzar la epidemia nivel cuatro, lo que sitúa a la capital de España en un riesgo similar al de China o el norte de Italia. La suspensión de clases en todos los grados de enseñanza, desde preescolar a la universidad, por parte del Gobierno autonómico, sumada a la prohibición de reuniones de más de 1.000 asistentes y la reducción a un tercio de los aforos para el resto, que ha decretado el Gobierno de España, además de la recomendación de "evitar los viajes que no sean estrictamente necesarios", pone al Turismo en una situación tan grave como insólita. La cascada de anulaciones de rutas aéreas a/o desde diversos destinos, además de chinos e italianos, se une a la orden de desinfección diaria de transportes públicos en Madrid, la celebración a puerta cerrada de partidos de fútbol o la suspensión de conciertos o espectáculos, que dejan vacíos estadios como el Santiago Bernabeu y el Camp Nou, o el Teatro Real, el Auditorio Nacional y el Liceo de Barcelona. Sin hablar de los restaurantes semivuidos en gran parte de España.

La suspensión de las Fallas de Valencia, a las puertas de la Semana Santa y de la Feria de Abril en Sevilla (que reúne a un millón de personas en el día de más afluencia) anticipa una Semana Santa que el Sector da por perdida.

Dos grandes eventos sectoriales se han suspendido. Pese a contar con la confirmación de asistencia de 180 profesionales, la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) ha aplazado ya hasta septiembre el XXIII Congreso Nacional de Turismo, que debía haberse celebrado en Cádiz del 19 al 21 de marzo, a causa de la extensión del Covid-19 en la Comunidad de Madrid, donde están radicadas la mayoría de sus agencias. También la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) se ha visto obligada a posponer sus Jornadas Técnicas para Agentes de Viajes, que debían haberse inaugurado el jueves 12 de marzo en Viena, "debido a la situación y a la saturación de trabajo de nuestras agencias", apuntan desde CEAV, "cuya máxima prioridad es atender a sus clientes".

Con unas ventas en encefalograma plano, la suspensión de los viajes del Imsero ponen a las agencias al límite de la subsistencia, hasta el extremo de que una parte del Sector tendría serias dificultades para pagar las nóminas de abril. Hasta la negociación del Convenio Laboral del Sector se ha debido suspender. Todo con la vista puesta en el control de la epidemia antes de la temporada de verano, cuyo fracaso abocaría a la economía española a una situación crítica. Queda la esperanza de que el cambio climático adelante el calor y, con ello, se frene la expansión de la pandemia.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Con la Semana Santa perdida, la clave está en el control de la pandemia antes de la temporada de verano, cuyo fracaso abocaría al conjunto de la economía española a una situación crítica

▲ CHECK-IN / EXIGENCIAS DE CEHAT

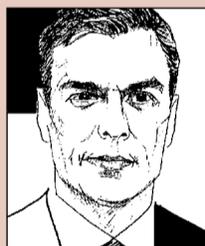
El Sector reclama medidas de apoyo

La Confederación Española de Hoteles (CEHAT) asume la cancelación temporal del programa del Imsero y pide al Estado aclarar su operativa. Asimismo, considera que debe aparcarse de forma temporal el cobro de tasas turísticas locales y otros impuestos. La hotelería española se reunió el 10 de marzo a su Comité Ejecutivo con carácter extraordinario para valorar las medidas aprobadas por el Consejo de Ministros horas antes respecto a la propagación del Coronavirus. La patronal hotelera ha mostrado su respaldo absoluto al conjunto de medidas sanitarias que recomienda el Gobierno del Estado a través del Ministerio de Sanidad. "Somos conscientes de que estamos ante un episodio de salud pública nacional y de carácter mundial y los hoteleros somos corresponsables con una situación de esta magnitud, porque en este ámbito debemos estar codo con codo con la Administración", explica el presidente de la Confederación, Jorge Marichal.

No obstante, ante el impacto económico que la crisis sanitaria tiene sobre el Sector Turístico, CEHAT exige al Estado un paquete de medidas urgentes que permitan paliar los escenarios negativos que se están produciendo desde el comienzo de la crisis: garantizar la liquidez de las empresas, mediante el aplazamiento de los pagos a la Seguridad Social por un periodo no inferior a tres meses sin recargos ni intereses a todo el Sector Hotelero. De igual forma, se solicita también el aplazamiento de otros impuestos de carácter local, como el IBI, el IAE o las tasas municipales. Unas demandas que comparten los agentes de viajes.

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Pedro Sánchez

El presidente del Gobierno —que ha brillado por su ausencia en la crisis sanitaria— prometió medidas ante la situación creada por la epidemia del coronavirus, entre las que no se encuentra un plan de apoyo urgente a las



empresas del Turismo y el Transporte, especialmente afectadas por el parón de los viajes y reuniones, que el Gobierno considera esencial para frenar la propagación de la enfermedad. Esperemos que el Gobierno esté a la altura.

● LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / CRISIS DEL CORONAVIRUS

Ayuda ante el desplome de ventas

El presidente de CEAV está haciendo una excelente labor mediática, al "poner en valor" el trabajo de las agencias de viaje "para reubicar y restablecer los programas de viajes", así como el de sus trabajadores, destacando "su magnífica profesionalidad, siempre dentro del cumplimiento de las recomendaciones dadas". Un quehacer que merece el apoyo de las Administraciones, como reclama el presidente de ACAVE, Martí Sarrate, quien informa de que "habíamos solicitado una mesa de mediación a la ministra de Turismo" y reclama "mantener próximamente una reunión con la Secretaría de Estado de Turismo, para pedir medidas de ayuda al Gobierno".

Por su parte, empresas de transporte muestran su preocupación por el impacto económico de la crisis creada por el covid-19 para el Sector de Transporte de Viajeros. Al igual que ocurre con las agencias de viajes y otras empresas turísticas, el Transporte señala la necesidad de asegurar la liquidez de las compañías cuyo volumen de negocio ha decrecido de forma sustancial, en gran medida a causa de la epidemia.

El Turismo en general y el Sector del Transporte de Viajeros por Carretera en particular, están viéndose notoriamente afectados por las numerosas cancelaciones de servicios de forma esencial en tráficos discrecionales y, aunque sea en menor medida, en regular especial, y ello en los meses de mayor facturación del año. Una situación crítica que exige de apoyo tangible, en forma de ayudas, por parte del Estado al Turismo y al Transporte.

«Son muchos mercados potenciales en los que aún no hemos trabajado / El SCB trabaja de manera coordinada con TurEspaña/ Nuestros principales objetivos son la mejora continua e introducir innovaciones/ Además de promoción, el SCB organiza otras actividades dentro de su plan anual / El SCB cuenta con 57 destinos asociados»

«Es necesario diversificar y apostar por otro tipo de Turismo»

Augusto Hidalgo / Presidente de Spain Convention Bureau

El presidente de Spain Convention Bureau (SCB) y alcalde de las Palmas de Gran Canaria, Augusto Hidalgo, analiza la situación actual del Turismo de reuniones en España y expone las distintas actividades que realiza la entidad a lo largo de todo el año.

P.- Recientemente han presentado el informe anual sobre Turismo de Reuniones en España. ¿Qué cifras ha dejado?

R.- Las cifras correspondientes a 2018 han sido muy positivas, el impacto económico del Turismo de reuniones sigue incrementándose año tras año, en 2018 superó los 6.600 millones de euros, un 7% más que en 2017. Respecto al número de reuniones, el ejercicio cerró también con buenos datos, se celebraron 25.804 reuniones, un 3,4% más que el año precedente, con una participación de más de 4,3 millones de personas.

P.- Estas cifras confirman la buena salud que goza la actividad congresual española. ¿Qué previsiones tienen para 2019 y 2020?

R.- Aunque aún no tenemos datos definitivos, por la percepción del Sector pensamos que 2019 ha sido un buen año y la actividad congresual y de reuniones se ha mantenido estable en la mayoría de las ciudades españolas.

Para 2020 resulta muy aventurado hacer proyecciones. A priori, las perspectivas son halagüeñas, pero no debemos obviar muchos factores que influyen en este Sector y son aquellos que tienen que ver directamente con nuestra economía.

El Brexit afectará de manera sensible, la anunciada desaceleración económica en Europa también. Sin olvidar la inestabilidad política que también deja sentir sus efectos en el Turismo de reuniones.

P.- Durante los últimos años se ha mejorado la promoción de España como destino de Turismo MICE, tanto a nivel nacional e internacional. ¿Qué acciones ha realizado el SCB?

R.- Las acciones que hacemos desde el SCB, los destinos y TurEspaña han ido aumentando. No hacemos grandes campañas, pero si muy segmentadas y de manera constante, sobre todo en los mercados prioritarios como son el francés, el británico, el alemán y el norteamericano. En 2018 y 2019 estuvimos en Holanda y Bélgica, en 2020 estaremos, además, en Italia. El objetivo es que esos mercados nos tengan cada vez más presentes para organizar eventos y reuniones.

El Brexit afectará de manera sensible, la anunciada desaceleración económica

España tiene potencial para competir con otros tipos de Turismo como el cultural, el rural...

P.- Los profesionales del Sector han manifestado en muchas ocasiones que la promoción que se hace es insuficiente. ¿Se podría mejorar esta?

R.- El objetivo debe ser siempre seguir mejorando. Aún hay mucho por hacer: son muchos mercados potenciales en los que aún no hemos trabajado, y hay que potenciar las herramientas de marketing, como las redes sociales, que aún utilizamos de manera muy tímida. Sería necesario disponer de más recursos, tanto humanos como presupuestarios.

P.- ¿Cree que desde las distintas Administraciones se da apoyo real a este Sector?

R.- Creo que desde las Administraciones se apoya al Sector, pero también creo que aún nos queda camino por recorrer porque como el turismo de sol y playa representa un porcentaje muy importante del Turismo que llega a nuestro país, es donde más se vuelcan las Administraciones. Es necesario diversificar el producto y apostar más por otro tipo de Turismo como el Turismo urbano y de reuniones, sin olvidar el gran potencial que tiene España para competir con otros tipos de Turismo como el cultural, el de naturaleza, el rural, el gastronómico...

P.- ¿Cómo trabaja el Spain Convention Bureau en asociación con TurEspaña?

R.- El Spain Convention Bureau trabaja de manera coordinada con TurEspaña. Todas las acciones en el



exterior las llevamos a cabo en colaboración con las respectivas OET's puesto que algunas ya cuentan con personal especializado en este tipo de turismo. Es una relación de colaboración que tenemos desde hace casi dos décadas y va mejorando.

P.- ¿Qué objetivos se marca el SCB para los próximos años?

R.- Nuestros principales objetivos son la mejora continua e introducir innovaciones en nuestras actividades, mejorando e incrementando la comunicación a través de las redes sociales. Este año hemos lanzado una nueva

newsletter y estamos trabajando en la elaboración de vídeos para difundir a través de los canales digitales. También continuaremos fomentando actividades más novedosas e innovadoras que puedan satisfacer la demanda de los organizadores y los animen a venir a España a organizar sus reuniones.

Otro objetivo es mejorar el conocimiento del Sector, para ello seguiremos trabajando mano a mano con las asociaciones profesionales, TurEspaña y la Secretaría de Estado de Turismo para elaborar un informe sobre el

impacto económico que tiene el Turismo de reuniones en España.

P.- En el SCB están integrados los principales destinos españoles para la organización de eventos. ¿Cuántos miembros componen actualmente la red? ¿Cuenta con solicitudes de incorporación?

R.- Actualmente el SCB cuenta con 57 destinos asociados y está representada casi un 90% de la oferta de destinos, podemos decir que prácticamente están todas las ciudades que cumplen los requisitos para acoger de manera satisfactoria congresos y eventos.

Aún hay algunos destinos que podrían formar parte de la Red con la que ya contamos y que próximamente daremos a conocer.

P.- Además de la promoción de los destinos, ¿qué otras acciones está realizando el SCB?

R.- El SCB organiza otras actividades dentro de su plan anual. Una de las que más acogida tiene, es la organización de cursos y jornadas de formación, la última de ellas en Vigo el pasado mes de diciembre, centrada en comunicación. Las Jornadas de formación, junto con las Jornadas de promoción, son las principales acciones que el SCB lleva a cabo. También elaboramos anualmente un informe estadístico sobre el Turismo de Reuniones que sirve de referencia al Sector para conocer la evolución de este tipo de turismo. Además, atendemos peticiones de información para realizar eventos y reuniones internacionales y colaboramos con las Oficinas Españolas de Turismo en el Exterior, entre otras actuaciones.

P.- ¿Qué importancia tiene el Turismo de reuniones y eventos para los destinos españoles?

R.- Para los destinos españoles el Turismo MICE es esencial por muchos factores, algunos de ellos de sobra conocidos, aunque siempre es necesario repetirlos para que no se nos olviden. El nivel de gasto de un turista que asiste a una reunión es muy superior al del turista convencional, dependiendo del destino puede ser el doble o el triple. Según datos del INE relativos a 2018, un turista que viaja por ocio y vacaciones gasta de media 147,41 euros por día, mientras que el turista que viaja para asistir a una feria, congreso o convención gasta 339,35 euros por día.

El Turismo MICE contribuye a paliar la estacionalidad, tanto la de la temporada estival como la de los fines de semana, ya que este tipo de turismo se realiza en días laborables y normalmente en la denominada 'temporada baja'. De igual manera, fomenta la diversificación de la actividad turística, ya que permite planificar las acciones de marketing por segmentos. Y no olvidemos que ayuda a mantener la estabilidad y la calidad en el empleo del sector turístico, precisamente por la baja estacionalidad.

‘Continuar con la profesionalización’

Las oportunidades están muy relacionadas con nuestra capacidad como destino y como país para realizar los cambios en tecnologías que demanda este Turismo que, al ser muy profesional, siempre es el primero en adoptar los últimos avances. Otra oportunidad que no debemos desaprovechar es nuestro alto nivel de competitividad en Europa, España es un país muy atractivo por nuestras excelentes infraestructuras y la relación calidad-precio que sigue teniendo muy buen nivel. Los retos, por ello, serán mantener la com-

petitividad, avanzar en la digitalización y los cambios tecnológicos y continuar con la profesionalización del Sector. Este último aspecto nunca nos cansamos de repetirlo porque las exigencias del mercado son muy altas y, como



© AUGUSTO HIDALGO

indican muchos informes y estudios sobre el tema, nuestro país está muy bien posicionado en los distintos mercados internacionales lo que exige disponer de personal con un alto nivel de cualificación, tanto en las empresas como en las instituciones, que avale este hecho.

EXPO

GALERIA

Somos una empresa dedicada, desde hace más de 60 años, a la venta de todo tipo de **productos filatélicos y numismáticos**.

Gestionamos la venta de grandes piezas y colecciones a través de todos los canales de venta actuales.

Realizamos entre 5 y 6 **grandes subastas anuales**. Póngase en contacto con nosotros y le informaremos sobre cómo incluir sus lotes.

Filatelia
Numismática
Coleccionismo

fundada en 1964

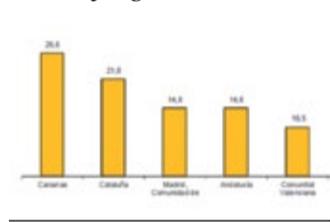
C/ Los Centelles 43, 1
46006 Valencia (España)
Telf.: 96 392 34 31 - 96 392 16 25
Fax: 96 392 53 66
info@expoegv.com
www.expoegv.com

ESCAPARATE

Baja más de un 1% la llegada de turistas en enero

Según la encuesta Frontur, España recibió durante el primer mes del año 4,1 millones de turistas internacionales, lo que supone un descenso del 1,4% en comparación con el mismo mes de 2019. **Pag 32**

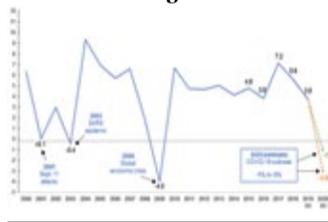
Porcentajes según CC.AA. de destino



OMT prevé un descenso del Sector de hasta el 3%

OMT estima que las llegadas de turistas internacionales caerán entre un 1% y un 3% en 2020. Esto supondrá una pérdida de entre 25.000 y 45.000 millones de euros para el Sector por el impacto del coronavirus. **Pag 10**

Pronóstico de llegadas de turistas



El tráfico de pasajeros aumenta más de un 3%

Las compañías aéreas han cerrado el 2019 con un incremento del 3,4% en el número de pasajeros. Esto supone una tendencia moderada, ya que en 2018 la subida fue de un 6,4%, según datos de ACI. **Pag 12**

PRONTUARIO

¿Alquiler turístico o alquiler corporativo?

EL BOOM DE LOS pisos turísticos ha derivado en una situación un tanto caótica que se ha empezado a regular de forma restrictiva. Ciudades como Barcelona y Madrid han aprobado normativas para limitar el uso de estas viviendas, restringir la adquisición de nuevas licencias y endurecer las penalizaciones para quienes dan un uso turístico a su inmueble sin contar con la acreditación correspondiente.

La razón por la que un propietario se lanza al alquiler turístico frente al tradicional de larga estancia es sacar más rentabilidad a su segunda vivienda, pero esta modalidad incluye una serie de complicaciones de gestión. Más allá de lograr la licencia y pagarla, hace falta tener un servicio permanente de limpieza, gestionar procesos de *check-in/check-out* constantes, y arriesgarse a que utilicen la vivienda de forma poco adecuada o no cuiden como deben las instalaciones.

Sin embargo, existe otra alternativa al alquiler de larga estancia que ofrece a los propietarios más beneficios, y evita los quebraderos de cabeza del turístico. Se trata del alquiler corporativo, dirigido a empresas que necesitan alojar a empleados desplazados a otras ciudades por necesidades profesionales durante periodos de corta o media estancia.

Permite al propietario ganar un 27% más que el alquiler de siempre; garantiza la solvencia del inquilino, ya que detrás de hay una empresa que firma el contrato, asume los pagos y los tramita de forma regular; asegura que volverá a tener el piso a su disposición en la fecha de finalización del contrato; y por el perfil del ocupante cabe suponer un uso limitado y responsable del inmueble. Merece la pena tenerla en cuenta.

⇒ Ángel Mayoral es *chief executive officer* (CEO) de Homyspace.

Correos dice que 'no es una agencia de viajes' y CEAV insiste en que incumple la legislación

La normativa vigente exige disponer de una garantía de insolvencia y de una póliza de responsabilidad civil

El operador postal correos se define de las acusaciones de "competencia desleal" realizadas en una declaración conjunta por

CEAV, ACAVE y UNAV, y niega tener la intención de convertirse en una agencia de viajes. Ante las acusaciones de intrusismo en

el Sector de la distribución turística, correos responde de forma tajante que "no es ni quiere ser una agencia de viajes".

Asimismo, Correos apunta que únicamente promociona la venta de billetes de tren de Renfe en sus oficinas "a través de agencias de viajes autorizadas". También ha querido aclarar que la promoción de viajes combinados, que se hace también desde la red de oficinas y de la web de correos, se realiza de igual manera a través de agencias autorizadas. En ambos casos, la agencia con la que correos tiene este acuerdo es 'Viajes Trenpy' y deja claro en la misma página web que la relación contractual "será siempre entre el comprador y esa agencia de viajes".

CEAV no ha tardado en responder de forma contundente a estas últimas declaraciones del operador postal, aludiendo que "la práctica totalidad de las agencias de viajes

comercializamos productos de terceros y con ese razonamiento ninguna agencia tendríamos responsabilidad por la normativa en viajes combinados".

Desde la patronal de las agencias de viajes insisten en que correos está incumpliendo la normativa vigente. Dicha normativa exige disponer de una garantía de insolvencia y de una póliza de responsabilidad civil, por lo que no está justificado que realice esta actividad. Para CEAV, esta práctica sitúa a los consumidores en una situación de "absoluta desprotección". Además, esta supone "una competencia desleal para todas las agencias de viajes que sí que están cumpliendo con esta normativa".

La Asociación hace especial hincapié en que, en su declaración,

correos reconoce que vende viajes en sus oficinas y en que "la acción de venta la hacen los mismos funcionarios sin cualificación para ello y ajenos a la responsabilidad que les impone la restrictiva ley de viajes combinados y vinculados".

Piden una sanción

Representantes de CEAV, ACAVE y UNAV se reunieron hace ya unos días con la subdirectora General de competitividad de la Comunidad de Madrid, Asunción Estellés. El motivo de esta reunión fue tratar las actuaciones que se estaban llevando a cabo como consecuencia de la denuncia por intrusismo interpuesta por ACAVE contra correos el pasado mes de noviembre. Además, instaron a la Subdirección General



Carlos Garrido preside CEAV.

de Turismo de Madrid a que agilice las inspecciones que ya se están realizando. También solicitan que se tomen medidas con carácter urgente para que correos cese de inmediato esta actividad y sea sancionado por incumplir la normativa establecida.

ACAVE se muestra satisfecha al mantenerse el estatus de las agencias catalanas

'Supondría la exclusión de la normativa turística de las agencias de viajes', asegura la Asociación

La consejera de Empresa y Conocimiento, María Angels Chacón, ha confirmado la eliminación de la modificación de la Ley de Turismo de Cataluña, que retiraba el estatus de empresas turísticas a las agencias. De esta manera, atienden las demandas realizadas por ACAVE.

Tras la decisión de la Generalitat de Cataluña de mantener la condición de empresa turística de las agencias de viajes, la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) se ha mostrado agradecido de que hayan atendido las peticiones realizadas por el sector y hayan rectificado en su postura. Desde ACAVE destacan que "favorecerá la seguridad jurídica tanto para los consumidores

y dichos establecimientos". Este proyecto establecía la restricción de la consideración de empresas turísticas exclusivamente a aquellas que hacen mediación en alojamientos turísticos.

Además, también incluía la eliminación de la definición de agente de viajes y la exclusión de las agencias de viajes del Registro de Turismo de Cataluña. Esto sería realmente perjudicial ya que este Registro facilita que los consumidores puedan comprobar si las empresas que organizan o comercializan viajes combinados o servicios de viaje vinculados disponen de las garantías que se establecen dentro de la legislación establecida por Europa.

La Asociación presentó en el mes de febrero un pliego de alegaciones ante el Proyecto de Medidas Fiscales, Administrativas, Financieras y del Sector Público para el año 2020. Consideraban que "serían muy perjudiciales también para los consumidores", ya que "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" añaden.

Por otra parte, desde la Organización que preside Martí Sarrate, advertían que este acción "supondría la exclusión de la normativa turística catalana de las agencias de viajes". Asimismo, denunciaban que "contribuiría



Martí Sarrate preside ACAVE.

decisivamente a un agravamiento sin freno del intrusismo y a crear inseguridad jurídica tanto para las empresas como para sus clientes".

El Sector entiende la cancelación de los viajes del Imsero, pero critica que no hayan contado con ellos

CEHAT solicita al Gobierno que detalle la operativa que se debe llevar a cabo para saber actuar ante los clientes

El Consejo de Ministros del pasado 10 de marzo aprobaba la cancelación de los viajes del programa de Turismo Social del Imsero durante un mes ante la expansión

del brote de coronavirus, ya que las personas mayores forman parte del grupo de riesgo. Las grandes Asociaciones de agencias de viajes han querido compartir con

NEXOTUR sus primeras reacciones. Aunque entienden y respetan la medida, muestran su malestar por no haber contado con ellas para tomar las diferentes medidas.

"Los viajes del Imsero se suspenden por un mes". Así lo ha anunciado el ministro de Sanidad, Salvador Illa, durante su comparecencia antes los medios para promulgar las nuevas medidas llevadas a cabo tras la reunión del Consejo de Ministros del 10 de marzo. Entre estas medidas se incluye también la suspensión de los vuelos directos con Italia durante 14 días y de los eventos de más de 1.000 personas en espacios cerrados.

Con la cancelación de los viajes del Imsero durante el mes de abril se pretende evitar desplazamientos del conjunto de población "frágil por lo que se refiere a este tipo de enfermedad". Los primeros grupos de la temporada del Imsero 2019-2020 comenzaron a viajar el pasado noviembre y, según la programación, deberían continuar hasta junio, aunque la mayoría de los viajes suelen realizarse antes del mes de mayo.

Como explica el presidente de CEAV, Carlos Garrido, a NEXOTUR, entienden la medida y "esperamos que con el cambio de tiempo y la llegada de la primavera se vuelva a la normalidad lo antes posible". Igualmente, también ha querido "poner en valor" el trabajo de las agencias de viajes "para reubicar y restablecer los programas de viajes", así como el de sus trabajadores, destacando "su magnífica profesionalidad, siempre dentro del cumplimiento de las recomendaciones dadas".

Por otro lado, el presidente de ACAVE, Martí Sarrate, admite que "nos hemos quedado perplejos al conocer la suspensión del Imsero, no nos han consultado". También ha aclarado a NEXOTUR que desde ACAVE "habíamos solicitado una mesa de mediación a la ministra de Turismo" y que "deberían haber hablado con las agencias". Sin embargo, y en vista de que

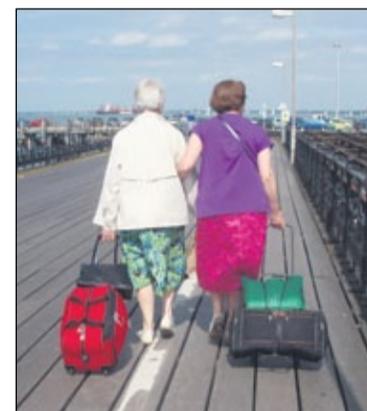
la situación puede alargarse en el tiempo, Sarrate señala que está previsto "mantener próximamente una reunión con la Secretaría de Estado de Turismo, para pedir medidas de ayuda al Gobierno".

Dar a conocer la operativa

Por su parte, la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) entiende la naturaleza de esta decisión y la asume con responsabilidad, pero solicita al Gobierno que detalle la operativa que se debe llevar a cabo para saber cómo actuar en todo momento con los clientes, así como conocer la política de cancelaciones que se debe aplicar por parte de las empresas. Actualmente, en el programa del Imsero participan en España unos 320 establecimientos hoteleros y 110 balnearios, que de forma conjunta ofertan casi un millón de plazas.

El Gobierno, igualmente anunciaba tras el Consejo de Ministros del martes 10 de marzo que en el caso de que se prolongue la situación de cancelaciones en el Sector Turístico por el coronavirus, "adoptaría medidas" para evitar la pérdida de empleo o para que las empresas puedan atender a sus obligaciones de pago, como explicaba la ministra de Hacienda y portavoz del Gobierno, María Jesús Montero.

Por ello, ha señalado que el Ejecutivo está "preocupado" por el Turismo por las cancelaciones o afectaciones de los "eventos o fiestas de primavera". Debido a ello están en continuo contacto con el Sector a través del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. No obstante, Montero ha resaltado que el Gobierno atendería la posible "falta de liquidez" de las empresas turísticas, aunque esa situación "hoy por hoy no se ha producido".



Se cancela en principio por un mes.

Al cierre de esta edición, se estaba pendiente de las medidas de choque que preveía aplicar el Ejecutivo tras el Consejo de Ministros extraordinario del jueves 12 de marzo, en el que previsiblemente se anunciarán medidas concretas para el Sector Turístico.

cogeloalvuelo.com

Tu compañero de viaje



Avión



Tren



Seguro de viaje

Ventajas:

- Ahorros
- Tecnología
- Simplicidad
- Flexibilidad
- Profesionalidad
- Solvencia



Cogeloalvuelo.com es un consolidador aéreo dirigido a profesionales del sector cuya misión fundamental consiste en cubrir las necesidades de las agencias de viajes.



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

Airmet-Cybas celebra su Convención en Sevilla

En medio de todo el revuelo por el coronavirus, Airmet-Cybas ha celebrado entre el 6 y 8 de marzo VII Convención anual en el Hotel Silken Al Ándalus de Sevilla, con una participación de cerca de 400 profesionales del Sector. Según señala su presidente, Juan José Oliván, su objetivo es que sea "un importante punto de encuentro con nuestras agencias y proveedores".

Mínima afectación en los eventos de ICCA

La División de Investigación de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) sigue monitorizando el impacto del coronavirus en las reuniones de su base de datos, que, según los últimos datos recogidos, el nivel de afectación es mínimo. Así, de las 1.079 reuniones que tienen contabilizadas en la región de Asia-Pacífico para 2020, solo 84 eventos se han visto afectados.

El coronavirus 'pone a prueba al sector aéreo'

El año 2020 "ha tenido un comienzo trágico y desafiante" para el sector aéreo, como avisaban desde IATA. Y las sospechas se han confirmado tras el incremento de solo un 2,4% del tráfico en enero respecto al mismo mes de 2019. Desde el lobby aéreo señalan que las restricciones en China desde el 23 de enero "fueron suficientes para causar nuestro crecimiento más bajo en casi una década".

Pérdidas millonarias por la suspensión del MWC

La Federación Catalana de Autotransporte de Viajeros (Fecav) muestra total respeto a la Fira de Barcelona y GSMA por la cancelación del Mobile, pero no puede dejar de plasmar la realidad del sector del autobús, que cuantifica las pérdidas en más de dos millones de euros. De hecho, el transporte, junto con el sector hotelero, la restauración y el comercio, es uno de los más afectados.

Grandes compañías apuestan por eliminar los gastos de cancelación

Globalia, Avoris, TUI o Viajes el Corte Inglés son algunas de ellas

La crisis sanitaria provocada por el covid-19 ha hecho que grupos turísticos, agencias, turoperadores, hoteleras y transportistas tomen ciertas medidas para

que sus negocios no se vean tan duramente golpeados. Eliminar los gastos por cancelación es una de las opciones que más están incorporando estas compañías.

El grupo Globalia ha dado a sus clientes la opción de reservar sus viajes evitando el miedo a los gastos de cancelación, con el objetivo de ofrecer una mayor confianza dentro del entorno de incertidumbre creado por el covid-19. Halcón Viajes y Viajes Ecuador ofrecen la posibilidad de formalizar reservas hasta el próximo 31 de marzo, para viajar desde el 1 de mayo y durante todo el año, sin gastos de cancelación hasta 15 días antes de la salida. Esta acción ha sido posible gracias al acuerdo alcanzado con sus principales proveedores, entre ellos, Travelplan, perteneciente igualmente a Globalia. Por su parte Be Live Hotels permite contratar una estancia para alojarse hasta el próximo 31 de octubre en cualquiera de los establecimientos de la cadena hotelera del grupo. Las cancelaciones son gratuitas hasta una semana antes de la fecha de entrada.

Con anterioridad, Avoris, división de viajes del Grupo Barceló, ya había puesto en marcha una nueva campaña de viajes sin gastos de cancelación para todas las reservas que se realicen hasta el 31 de marzo. La nueva campaña estará disponible en la mayoría de los turoperadores del grupo como Catai, Special Tours, Jolidey o Quelónea, con vigencia para todos aquellos viajeros que quieran realizar sus viajes hasta el día 30 de octubre.

Ante esta coyuntura de crisis sanitaria actual, Viajes El Corte Inglés también se suma a las actuaciones del Sector encaminadas a responder a las necesidades de sus clientes fomentando campañas sin gastos de cancelación con sus principales turoperadores. Desde la agencia que lidera Miguel Ángel de la Mata confirman que "siguiendo la política de la mayoría de las compañías aéreas, navieras y de otros proveedores del sector, en muchos casos se admiten las modificaciones de fechas para evitar los gastos de cancelación".

Otra de las compañías que se ha animado a lanzar una campaña de reservas sin gastos de cancelación ha sido TUI. A lo largo de este mes de marzo, los viajeros podrán reservar con absoluta libertad y tranquilidad,



En muchos casos se admiten las modificaciones de fechas.

ya que la cancelación del viaje será gratuita hasta el 30 de abril y hasta 72 horas antes de la salida. Quedan excluidas las reservas para destinos de América y África, así como reservas de grupos y/o más de seis pasajeros.

Otros proveedores

Asimismo, para paliar los efectos que está teniendo el coronavirus Meliá Hotels International también ha puesto en marcha una promoción de 72 horas durante la cual, todos los clientes, individuales o del sector de las agencias y la distribución, han podido hacer sus reservas con derecho a libre cancelación. Los clientes podrán ejercer el derecho de cancelación hasta 24 horas antes de su llegada prevista, incurriendo tan solo en el abono de la primera noche si no hubieren cancelado y no se presentarán.

En la misma línea, el grupo Magic Costa Blanca amplía su 'tarifa segura' e incluye este tipo de epidemias como causa de cancelación con el objetivo de animar a los visitantes a viajar con garantías.

Por su parte, Costa Cruceros ha garantizado que todos aquellos que reserven su próximo viaje en crucero entre el 2 y el 31 de marzo, podrán cancelar su reserva sin ningún tipo de gasto hasta el 30 de abril. Igualmente, todas las reservas hechas con anterioridad y con salida en los meses de marzo, abril y mayo que necesiten cancelar su reserva por cualquier motivo,

podrán hacerlo hasta 30 días antes de la salida con un coste de sólo 50 euros, en lugar de hasta 45 días.

Igualmente, Norwegian Cruise Line ha lanzado 'Peace of Mind', una nueva política de cancelación con la que anima a los viajeros a planificar sus próximas vacaciones hasta el 30 de septiembre de 2020, con la posibilidad de cancelar hasta 48 horas antes de la fecha de salida y recibir un reembolso del 100% en forma de crédito, basado en la cantidad abonada para la reserva, que se podrá utilizar para adquirir cualquier viaje antes del 31 de diciembre de 2022. Esta promoción beneficia a los nuevos viajeros, así como aquellos que hayan reservado su viaje a partir del 10 de marzo de 2020.

Cabe recordar también que compañías aéreas de todo el mundo están comenzando a flexibilizar su política comercial para que los pasajeros que tengan viajes a zonas de riesgo por el coronavirus puedan solicitar la devolución de su importe o la reprogramación de su viaje. Aerolíneas como Iberia, Iberia Express, Air Nostrum, Air Europa, Aerolíneas Argentinas o Ryanair están ofreciendo cambios de billete e incluso algunas están empezando a autorizar devoluciones por cancelaciones. Una de las últimas en realizar este anuncio ha sido Air France. La compañía aérea francesa realizará cambios y cancelaciones sin cargo en los vuelos de toda su red que hayan sido reservados antes del 31 de marzo y para volar hasta el 31 de mayo ante la extensión del brote.



Piden la eliminación de la nueva tasa del transporte aéreo.

Partido Popular reclama medidas más urgentes

El Grupo parlamentario Popular ha presentado una proposición no de ley en apoyo al Sector Turístico. Las medidas que solicitan tienen como objetivo mitigar los efectos provocados por el ambiente inestable y de incertidumbre. El portavoz de Turismo del grupo parlamentario Popular, Agustín Almodóbar, ha presentado ante el Congreso de los Diputados una proposición no de ley de apoyo al Sector Turístico para su debate en la Comisión de Industria, Comercio y Turismo. Las reclamaciones a las que insta al gobierno son varias y concisas.

En relación con la situación actual de crisis sanitaria, el partido popular (PP) desea reforzar las acciones promocionales y de comunicación, tanto en el mercado internacional como nacional, lanzando mensajes de tranquilidad. Su objetivo es paliar los efectos que las cancelaciones de la Feria ITB de Berlín, el Salón Mundial de Turismo de París, así como de reuniones y congresos previstos en nuestro país, puedan tener para el Sector. De esta manera, pretenden reforzar España como destino turístico de máximo nivel y calidad.

Almodóbar ha expresado que, "el ritmo de las cancelaciones va en aumento, se ha generado demasiada alarma y el Sector Turístico lo está notando, desde el PP no podemos quedarnos de brazos cruzados". "Lo fundamental y necesario en estos momentos es intentar transmitir un mensaje de serenidad y de confianza en España y sus destinos tanto en el exterior como dentro del propio país, está en juego toda una temporada con todo lo que ello conlleva", ha aclarado.

Por otro lado, también piden que se retire la propuesta del ejecutivo de la creación de una nueva tasa o impuesto especial que grava el uso del transporte aéreo. Por otro lado, quieren una rebaja de la carga fiscal en tributos estatales, autonómicos y locales que gravan hechos imposables de servicios prestados por operadores pertenecientes a la industria hotelera. Esto permitirá minimizar los efectos negativos del coronavirus en el Sector.

Asimismo, solicitan incrementar la cooperación con el Sector y los destinos turísticos españoles ante las consecuencias del Brexit. Se refieren a cuestiones relativas al acceso de los británicos a España, la aviación civil y las conexiones aéreas, entre otras cuestiones. Por último, pero no menos importante, el PP exige constituir de manera urgente una mesa de trabajo anunciada por el gobierno y formada por hoteleros, agencias y empresas de transporte. Esta mesa tendrá como misión iniciar los trabajos destinados a rediseñar, actualizar y mejorar el programa del Imsero.

Transmitir serenidad

Para el portavoz de Turismo del Grupo Popular, el Sector Turístico "es un Sector tremendamente resistente y siempre consigue salir de las situaciones comprometidas". Sin embargo, ha argumentado que "ante el avance de esta situación urge poner en marcha medidas que les ayuden, no es momento de nuevos impuestos o tasas, es momento de facilitar las cosas al Sector y remar todos juntos para recuperar la normalidad lo antes posible".

Suspendida la negociación del Convenio Colectivo

Tras la reunión de urgencia de la mesa negociadora del Convenio Colectivo Estatal de Agencias de Viajes, en la que la parte empresarial ha suspendido temporalmente las negociaciones por el coronavirus, desde el Sindicato Profesional de Viajes (SPV), su secretario de organización, Andrés Bermejo, explica a NEXOTUR que se encuentran "preocupados" por este nuevo contratiempo. Consideran que la llegada de la crisis del covid-19 "era lo peor que podía pasar".

Así, los 14 meses que se han cumplido desde el inicio de las negociaciones se prolongarán hasta que finalice la crisis del coronavirus, ya que según subraya Bermejo, "no es el mejor entorno". Bermejo ha manifestado su deseo de que "las negociaciones se retomen lo antes posible" ya que, según destaca "eso querría decir que la crisis del coronavirus habría finalizado". Además, he hecho hincapié en que es un "aplazamiento temporal" y que están dispuestos a negociar.

UNAV señala que 'no hay que culpar a las agencias' por las cancelaciones

Méndez: 'Somos intermediarios, una agencia no puede predecir el miedo de los clientes'

Gran descontento por parte del Sector de las agencias de viajes debido principalmente a la indefensión que están sufriendo debido a

las numerosas cancelaciones causadas por la reciente crisis del coronavirus. Desde UNAV, su presidente, José Luis Méndez,

pide, por el momento, "prudencia y sentido común" a las organizaciones que siembran una "alarma social" como la OCU.

"Hay que recordar que somos intermediarios, una agencia no puede predecir el miedo de los clientes, ni tomar en consecuencia cuando una compañía aérea o cadena no puede prestar el servicio por el miedo". De esta manera, explica a NEXOTUR el presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Méndez, su desacuerdo con que las cancelaciones por el miedo a viajar por el covid-19 reciban el reembolso íntegro de la salida. Según señala, algunas organizaciones de consumo están promoviendo una "alarma social" cuando informan de que las anulaciones por el coronavirus son "una causa de fuerza mayor".

De esta manera, la responsable de la asesoría jurídica de UNAV Legal Deireum, María Dolores Serrano, explica a NEXOTUR que "la normativa prevé la cancelación sin gastos por parte del viajero cuando concurren circunstancias

inevitables y extraordinarias en el lugar de destino o en las inmediaciones que afecten de forma significativa a la ejecución del viaje combinado". De ahí que el Sector se sienta indefenso, ya que "se les hace culpables a las agencias de cosas a las que somos ajenas", a la vez que se sienten sometidas "a unas grandes exigencias", porque "la gente nos reclama a nosotros".

'Parón total'

Respecto al riesgo de que algunas agencias puedan ir a quiebra, Méndez destaca a este periódico que "hay un parón total", y que el grado de riesgo es "alto". En cambio, muestra cierto optimismo, ya que entiende que las cancelaciones "se van a circunscribir a las áreas de riesgo y por un período limitado en el tiempo, y que poco a poco recuperaremos la normalidad

a medida que el nivel de contagios comience a remitir como ya está pasando en China".

En lo que confiere a la postura y decisiones que están adoptando desde el Gobierno, el presidente de UNAV, reclama que "debe informar como es debido, no culpabilizar a nadie y dar información contrastada". Pero sobre todo, como explica a NEXOTUR, pide que haya un acuerdo en las informaciones entre el Ministerio de Sanidad y el Ministerio de Asuntos Exteriores, porque así "todo se haría de forma coordinada por parte de los diferentes Ministerios al margen de su cooperación a la hora de hacer entender a los viajeros la gran labor que desarrollan y las garantías que ofrecen las agencias de viajes".

Sin embargo, entiende que el Gobierno tiene que afrontar el mismo problema que el resto de



José Luis Méndez preside UNAV.

organizaciones. "Nunca habíamos pasado una situación como esta, y el Gobierno está intentando actuar" indica. Para calmar la situación, Méndez demanda "prudencia y sentido común" tanto a la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), como a las diferentes asociaciones, Ayuntamientos, Secretarías de Estado, y resto de entidades y organismos.

GRUPO GEA CERCA DE TI

Servicio Personalizado y de Calidad

DELEGACIONES:

NORTE

CATALUÑA Y BALEARES

CENTRO

SUR, LEVANTE Y EXTREMADURA

ISLAS CANARIAS

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



www.grupogea.com
952 37 66 55

25
años

Maroto espera datos positivos pese al covid-19

"Este año se podrá cerrar con datos positivos a nivel mundial y en particular para España si se controla bien el brote de coronavirus". Así ha analizado la situación actual la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, aprovechando el marco de la XII Reunión Iberoamericana de Ministros de Turismo, celebrada a inicios de este mes Andorra.

AirEuropa plantea ERTE por el impacto del covid-19

El Sindicato Independiente de Tripulantes de Cabina de Pasajeros de Líneas Aéreas (Sitcpla) y el Sindicato Español de Pilotos de Líneas Aéreas (Sepila) han asegurado que Air Europa ha planteado a sus trabajadores un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) debido al enorme impacto del coronavirus. La empresa había contemplado cuatro escenarios de actuación.

Los recintos feriales 'seguimos trabajando'

El presidente de la Asociación de Ferias Españolas (AFE), Xabier Basañez, hace un llamamiento a la calma a toda la sociedad, en general, y a la industria ferial y congresual, en particular, en relación al coronavirus. En una entrevista con CONEXO, Basañez cree que el covid-19 tiene un mayor impacto en la economía que en la salud, y que "las ferias se deben y pueden seguir celebrándose".

Los palacios de congresos resisten al coronavirus

Los palacios de congresos españoles no se están viendo demasiado afectados por la evolución del coronavirus en nuestro país. Así lo asegura el presidente de la Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE), Iker Goikoetxea, recalando que "la actividad no se está viendo afectada de forma significativa", aunque sí reconoce el impacto en los congresos médicos.

Desde la OMT esperan que se produzca un descenso del Turismo internacional de entre el 1% y el 3%

Desde la organización han demandado la necesidad de un apoyo financiero y político para el Sector

La Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) estiman que las pérdidas económicas provocadas por la

crisis sanitaria del coronavirus que acecha a todos los países del mundo, podrían ascender hasta los miles de millones de euros. Esto, supondrá un fuerte mazazo en

los resultados del Sector Turístico, siendo el continente asiático y la zona del Océano Pacífico las partes que registren un mayor grado de afección.

La OMT estima que las llegadas de turistas internacionales caerán entre un 1% y un 3% durante este año 2020. Esto supondrá una pérdida de entre 25.000 y 45.000 millones de euros para el Sector debido al impacto del coronavirus.

Esta nueva revisión de sus perspectivas para este año por el covid-19, contrasta con el crecimiento positivo en la llegada de turistas internacionales de entre el 3% y el 4%, que había estimado a principios de año. En esta primera evaluación, prevé que Asia y el Pacífico sean las regiones más afectadas, con una caída prevista de las llegadas de entre el 9% y el 12%.

Por su parte, IATA también ha actualizado sus perspectivas financieras sobre la industria mundial de transporte aéreo. Prevé que las pérdidas debido a la expansión mundial del virus podrían situarse entre más de 56.000 y 101.000 millones de euros dependiendo del escenario.

Para paliar el impacto que la enfermedad está teniendo sobre el sector, desde la OMT solicitan apoyo financiero y político para el Sector. Asimismo, pide que el Turismo se incluya en los planes de recuperación de las economías afectadas. El secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, subraya que "las pequeñas y medianas empre-

sas constituyen alrededor del 80% del Sector Turístico y están particularmente expuestas". Además, hace especial hincapié en que son "millones las personas afectadas, muchas de ellas en comunidades vulnerables, para las que el Turismo es su medio de vida".

Dos escenarios posibles

Igualmente IATA ha estimado el posible impacto en los ingresos de los pasajeros basándose en dos posibles escenarios. El primero de ellos incluye mercados con más de 100 casos confirmados de covid-19 que experimentan una fuerte caída

y que les seguirá un perfil de recuperación en forma de 'V'. Los mercados a los que se refiere son: China, Japón, Singapur, Corea del Sur, Italia, Francia, Alemania e Irán.

El segundo de los escenarios según IAT aplica una metodología similar pero a todos los mercados que actualmente tienen 10 o más casos confirmados de Covid-19. El resultado es una pérdida del 19% en los ingresos mundiales de pasajeros, lo que equivaldría a casi 102 millones de euros. Financieramente, eso sería en una escala equivalente a lo que la industria experimentó en crisis financiera de 2008, según la IATA.



OMT e IATA revisan sus estimaciones.

Las agencias francesas exigen apoyo por el impacto del covid-19

Solicitan una serie de propuestas para contribuir a la mejora de la situación

Asociaciones como Entreprises du voyage (EDV) y el Syndicat of Tour Operating Companies (SETO) demandan a las autoridades francesas una mayor protección y colaboración con las agencias para paliar los efectos del covid-19.

Alertan a los miembros del Gobierno sobre los posibles riesgos económicos y sociales que amenazan a las empresas del Sector que tienen que enfrentarse a recesiones en la actividad.

Consideran que desde la llegada del covid-19 se ha producido una caída en los viajes de negocios, donde la demanda ha descendido un 40%; en los viajes escolares y lingüísticos, debido a las prohibiciones de viaje para menores decretadas por el Ministerio de Educación Nacional sin posibilidad de ofrecer aplazamientos; o en los operadores, que descienden un 25%, con una bajada mayor en la última semana (-60%). Además, la distribución ha sufrido un colapso en las reservas en los últimos ocho días de un 60% menos en destinos



Jean-Pierre Mas

asiáticos y un 45% menos en el resto de destinos.

En este sentido, solicitan una serie de propuestas para contribuir a la mejora de la situación. Estas son: la suspensión del pago de las cotizaciones a la seguridad social de los empleadores durante la duración de la

crisis; iniciar un recurso simplificado a la actividad parcial para todas las empresas del sector; en el marco del BPI, establecer un fondo de apoyo financiero y reinicio de actividad; y, por último, realizar una consulta de profesionales antes de cualquier decisión y cualquier comunicación que tenga un impacto en los viajes y el Turismo.

Reacciones de ABTA y DRV

Pero EDV no es la única Asociación del Sector en Europa que está intentando paliar los efectos del coronavirus. Así el director ejecutivo de la Asociación de Agentes de Viajes Británicos (ABTA),

Mark Tanzer, subraya que están "estableciendo contactos con la Oficina de Asuntos Exteriores y de la Commonwealth para actualizar periódicamente nuestros consejos para los miembros". Además, señala que están colaborando con "los departamentos gubernamentales sobre los pasos que podrían tomar para apoyar a la industria si la situación se deteriora". Igualmente, ha colgado en su web diferentes recomendaciones para los viajeros.

Por su parte, la Asociación Alemana de Viajes (DRV) ya ha hecho también sus primeras demandas concretas al Gobierno federal para prevenir los efectos del virus en la industria de viajes. Además, durante esta semana tienen previstas algunas conversaciones con el Ministerio Federal de Economía para "pedirles más información específica con el fin de corroborar nuestras inquietudes y demandas ante el Gobierno Federal" según señalan. "Es por eso que estamos realizando una encuesta sobre los 'Efectos del virus Corona en la industria de viajes'" y solicitan la participación de sus asociados.

ECTAA teme las excesivas restricciones en los viajes

La Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) solicita que las medidas que se tomen para frenar la incesante propagación del covid-19 y proteger la salud de los viajeros y empleados del Sector Turístico "no se realicen de manera desesperada".

Así, el lobby europeo pone como ejemplo, la cancelación de la ITB Berlín, que ha tenido un enorme impacto en los miles de profesionales del Turismo de 180 países que se preparaban para reunirse.

El presidente de, ECTAA, Pawel Niewiadomski, ha señalado que "es esencial apoyar a las instituciones científicas internacionales y europeas para que trabajen con todas las comunidades y países afectados por la actual emergencia sanitaria". Además, ha destacado que no hay que restarle atención a que se apliquen restricciones excesivas, ya que "pueden causar reducciones innecesarias en los viajes internacionales".

Teniendo en cuenta todos estos factores y el volumen de los viajes



Pawel Niewiadomski.

intraeuropeos, ECTAA pide a las autoridades europeas, nacionales y locales que "cooperen entre sí y con el Sector Turístico", con el objetivo de "reducir al mínimo los daños en los viajes y el Turismo en la medida de lo posible", ya que

"la razón de ser de los agentes de viajes y los operadores turísticos es facilitar las actividades de negocios, placer y ocio fuera del entorno doméstico".

Grupo de expertos

ECTAA asegura que continuará trabajando, pero al mismo tiempo pide a la Comisión Europea que establezca un grupo de trabajo oficial con todo el colectivo sobre cuestiones relacionadas con el coronavirus. Considera que permitiría reunir a expertos en diferentes campos para adoptar un enfoque holístico de la cuestión, anticiparse a los próximos acontecimientos, considerar medidas de socorro para las empresas turísticas más afectadas y preparar las condiciones para una rápida recuperación.

La prohibición de vuelos desde Italia a España afectará a 100 trayectos diarios

Italia es el tercer mercado aéreo internacional por importancia para España

La suspensión temporal de los vuelos entre Italia y España provocará, según Aena, "alrededor de 100 vuelos diarios afectados". Y es que en 2019 se registraron

106.000 operaciones comerciales, y cerca de 16 millones de pasajeros llegaron desde territorio italiano, un 9% de todo el tráfico internacional desde tierras españolas.

Un total de 100 trayectos diarios se verán afectados por la prohibición del Consejo de Ministros del pasado 10 de marzo para volar desde Italia a los aeropuertos españoles como medida extraordinaria para contener la expansión del coronavirus. Y es que, según ha informado Aena, cada día se operan una media de 100 vuelos desde Italia a España. Italia representa el tercer mercado aéreo internacional por importancia para España, con más de 106.000 operaciones comerciales registradas en 2019 y alrededor de 16 millones de pasajeros, lo que supone aproximadamente un 9% de todo el tráfico internacional desde el territorio español.

La prohibición durante 14 días, que se podrán prolongar, con el acuerdo de la Comisión Europea por periodos adicionales no superiores a 14 días, se justifica en que "las comunicaciones existentes entre Italia y España por vía aérea

son numerosas, con un importante número de vuelos y de viajeros procedentes de las zonas afectadas". La medida entraba en vigor a las 00.00 horas del miércoles 11 de marzo y hasta las 00.00 horas del miércoles 25 de marzo

Devolución de los billetes

Como reacción tras esta nueva restricción, Facua-Consumidores en Acción exigía que se devuelva íntegramente el precio de los billetes de vuelos a Italia "de manera inmediata" a aquellos usuarios que ya los hayan adquirido con anterioridad. La asociación se apoya en el artículo 8 del Reglamento Europeo 261/2004, que refleja que los transportistas aéreos deben ofrecer a los pasajeros que sufran la cancelación de un vuelo "el reembolso en siete días".

Por otro lado, la organización también ha hecho hincapié en que si el viajero contrató un viaje



Se cancela por 14 días.

combinado, el artículo 161.5 del Texto Refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios sostiene que tiene derecho "sin coste adicional alguno para el viajero" a "fórmulas alternativas adecuadas, de ser posible de calidad equivalente o superior a las especificadas en el contrato, para la continuación del viaje combinado".

La CE actúa ante la posible pérdida de los 'slots' aéreos

La Comisión Europea ha anunciado que implementará medidas sobre el cumplimiento de las franjas horarias de las aerolíneas. Su presidenta, Ursula von der Leyen, ha avanzado que habrá cambios legislativos para que las compañías no pierdan sus slots en los aeropuertos debido a la caída del tráfico aéreo debido a la crisis del coronavirus.



La presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen.

Como ya publicó NEXOTUR, la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), tachó de "inapropiada" la aplicación de la regla del 80% durante la próxima temporada, ya que subrayó que "no se está realizando en circunstancias normales". En este sentido, solicitaron la suspensión de los slots que rigen el uso de las franjas horarias de los aeropuertos, ya que consideraban que es "esencial que la comunidad reguladora trabaje con nosotros para asegurar que las aerolíneas puedan operar de la manera más sostenible, tanto económica como ambientalmente, para aliviar los peores impactos de la crisis".

De esta manera, la Comisión atiende las demandas realizadas por la asociación. Von der Leyen ha destacado que las normas

propuestas serán de carácter "temporal" para poder "facilitar que las aerolíneas conserven sus slot incluso si no operan vuelos por la caída del tráfico", ya que "vemos que la situación empeora a diario y se espera que el tráfico caiga más", lamenta.

Por otra parte, la jefa del Ejecutivo comunitario ha defendido que además de "aliviar" la presión a la que se enfrenta el sector de la aviación por el brote de coronavirus, esta medida ayudará también a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero evitando que las aerolíneas sigan operando los llamados "vuelos fantasma", aquellos sin o casi sin pasajeros que las compañías mantienen para no perder su slot.



avasa
TRAVEL GROUP
SIEMPRE MÁS LEJOS

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

Mejora de la rentabilidad

de la agencia gracias a nuestra tecnología y negociaciones

+5%

aumento de la productividad gracias a nuestra tecnología

Central de reservas

avión, tren y barco con tarifas especiales negociadas

Negociación con proveedores

consiguiendo las mejores condiciones del mercado

24 h

servicio 24 horas para ti y para tus clientes corporativos

+38

años de experiencia y un equipo de 25 profesionales

Formación continua

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

Asesoramiento para tu empresa

constante para que tu empresa esté a otro nivel

Herramientas de marketing

y tecnológicas para la captación de clientes e incremento de ventas

Desde **1980**

grupo vacacional y corporativo pionero a nivel nacional



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

Territorios insulares, exentos del impuesto

Ante la preocupación del presidente de Canarias, Ángel Víctor Torres, por el nuevo impuesto aéreo impulsado por el Ejecutivo, la ministra de Hacienda, María Jesús Montero, le ha respondido. Montero garantiza al presidente que "cuando se redacten las normas que regulen los impuestos planteados, la voluntad del Gobierno es excluir de su aplicación a las Islas".

Las jornadas de CEAV se retrasan indefinidamente

CEAV ha decidido, de forma conjunta con la Oficina de Turismo de Austria, posponer las Jornadas Técnicas en Viena que se celebraban del 12 al 15 de marzo. El motivo principal, "la situación y la saturación de trabajo de nuestras agencias, cuya máxima prioridad a día de hoy es atender a sus clientes en estos momentos", reconocen desde la Confederación.

Nace la nueva 'low cost' Wizz Air Abu Dhabi

El acuerdo entre Wizz Air y Abu Dhabi Developmental Holding Company ha promovido la creación de nueva compañía aérea de 'bajo coste', Wizz Air Abu Dhabi. Esta aerolínea apoyará la iniciativa gubernamental 'Ghadan 21' para convertir a la capital de los Emiratos Árabes en un destino globalmente atractivo para negocios, Turismo y ocio.

El tráfico de pasajeros crece más de un 3%

Las compañías aéreas han cerrado el ejercicio 2019 experimentando un incremento del 3,4% en el número de pasajeros. Esto supone una tendencia moderada, ya que en el año 2018 la subida fue de un 6,4%, según datos emitidos por el Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI). El tráfico mundial de pasajeros internacionales ha crecido un 4,1% en 2019.

Jumbo Tours crece por encima de un 5% durante el pasado año 2019

El 75% del TTV del turoperador proviene de clientes ajenos al grupo

Jumbo Tours, la división española de Alpitour, ha concluido el año 2019 registrando unos muy buenos resultados. Desde el Grupo internacional

reconocen que el trabajo realizado en el mercado español está siendo un elemento clave en el crecimiento experimentado por la empresa.

El grupo Alpitour considera que Jumbo Tours, la división en España del grupo internacional, está siendo fundamental para su progreso. La empresa española ha cerrado la facturación de 2019 con 420 millones de euros, lo que ha supuesto un crecimiento del 5,6% en comparación con los resultados obtenidos en el 2018.

Según los datos a los que recientemente ha tenido acceso el periódico NEXOTUR, se trata de su décimo año de crecimiento consecutivo. La última caída se produjo en el año 2009, momento en el que la cifra de negocio descendió hasta un 10,7%.

Su consejero delegado, Ginés Martínez, atribuye estas cifras a estrategias bien diseñadas y a que cada división del grupo trabaja de forma integrada y conectada, aunque manteniendo siempre su autonomía a través de terceros clientes. De hecho, el 75% del TTV de Jumbo Tours proviene de clientes ajenos al grupo como turoperadores, agencias de viajes y operadores turísticos de diversos mercados emisores.

Además, Martínez destaca el liderazgo y la capacidad para la integración de los equipos que ha



El consejero delegado de Jumbo Tours, Ginés Martínez.

demostrado el presidente del Grupo Alpitour, Gabriele Burgio, "marcando las líneas de desarrollo para consolidarse como uno de los principales grupos turísticos de la Unión Europea". Algo que ha supuesto para Jumbo Tours una gran ventaja competitiva que dota de contenido y solvencia al proyecto. Por su parte,

Burgio señala que Jumbo Tours "es fundamental para el Grupo

Alpitour "porque permite al primer turoperador italiano controlar directamente todos los servicios que gestionan en destino para sus clientes. De hecho, Alpitour Group, ha señalado 2019 como el mejor de su historia en términos económicos con una facturación de 1992 millones de euros teniendo un margen de explotación del 15,5% y un EBITDA de 70,5 millones de euros.

Iberia cederá activos y 'slots' a Volotea para abrir sus bases

Como ya publicó NEXOTUR, IAG acordó con Globalia, el pasado mes de noviembre, la adquisición de todo el capital social emitido de Air Europa por un capital 1.000 millones de euros. Esta cantidad se abonaría en efectivo una vez de establezca el cierre de la operación. Desde IAG esperan que "el hub de Madrid de IAG se transforme en un verdadero rival para los cuatro hubs más grandes de Europa, como son los de Ámsterdam, Frankfurt, Londres Heathrow y París Charles De Gaulle".

En este sentido, Iberia ultima los detalles del proceso de compra. La compañía aérea de International Airlines Group (IAG) ha firmado un memorándum de entendimiento (Mou, por sus siglas en inglés) con Volotea por el que le cedería operaciones en algunas Comunidades autónomas para permitir la creación o expansión de las bases relevantes de la *low cost* en España. Asimismo, la aerolínea de 'bajo coste' operaría las rutas que la Comisión Europea pudiera considerar problemáticas.

Esperan cerrarlo este año Recientemente, coincidiendo con la presentación de los resultados de IAG, el consejero dele-



La Comisión valora la idoneidad.

gado de Iberia, Luis Gallego, ya señalaba que la compra de Air Europa "sigue su curso", y que están haciendo lo necesario en Bruselas "con la mayor celeridad". De este modo, esperan que las autoridades de competencia anuncien la aprobación la adquisición aproximadamente para la segunda mitad del año.

Por el momento, desde la Comisión Europea se encuentran en un proceso de deliberación sobre la propuesta para valorar la idoneidad de Volotea como posible candidato. En este sentido, tienen motivos para mostrarse muy optimistas ya que cuentan con algunos antecedentes positivos, porque este modelo 'Fix-it-First' ha sido usado y aceptado por la Comisión en el pasado en otras operaciones de concentración en distintos sectores de la industria.

IAG7 y Konecta presentan un nuevo proyecto para promover la inserción laboral en el Sector Turístico

Los alumnos podrán obtener titulaciones oficiales a través de 390 horas lectivas y 40 de prácticas

IAG7 se ha embarcado junto a la Fundación Konecta en un novedoso proyecto de formación a través de la Escuela de Capacitación Profesional Fundación Konecta-IAG7. Para ambos grupos, el objetivo principal es el de fomentar la capacitación con titulaciones oficiales y facilitar la inserción laboral de personal con discapacidad. La formación, que incluye 390 horas lectivas y 40 de prácticas, capacitará a los beneficiarios como consultores de viaje, y estará acreditada con un certificado de profesionalidad.

Serán profesionales de Konecta quienes se encarguen de impartir el programa formativo, acreditado con un certificado de profesionalidad, de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional. En el proyecto participan diez personas, seleccionadas a partir de perfiles facilitados por entidades sociales especializadas, siendo en su totalidad personas con discapacidad.

Compromiso con la integración Tras finalizar el curso, los participantes que consigan superar con

éxito todo el proceso formativo, tendrán la oportunidad de incorporarse a trabajar en IntregaIAV, Centro especial de Empleo, y contarán con un seguimiento individualizado especial durante al menos seis meses para ofrecerles el apoyo necesario y potenciar el éxito de su inserción laboral. La Fundación Konecta e IAG7 Viajes, mantienen un firme compromiso con el apoyo a las personas en situación de vulnerabilidad y, especialmente, con las personas con discapacidad ya sea por motivos sociales, económicos o de salud.



Tras finalizar el curso contarán con un seguimiento personalizado.

Nueva página web de Air India en castellano



La nueva versión en castellano de la web de Air India, con cambios

en su diseño *responsive*, reduce la información simplificando la estructura y los contenidos de su página general, pero incluye un área para las agencias de viajes.

Autocares Chaos facilita el alquiler en su página



Autocares Chaos presenta una versión de su web que, con un cambio total de diseño, mantiene la información sobre su flota e instalaciones, ampliando la de sus servicios, aunque sin incluir sus tarifas y con sólo un formulario de presupuesto.

Versión 'responsive' de Turismo en Londres



VisitLondon presenta una versión compatible de su web, que sigue ofreciendo al viajero, con pocos cambios, información sobre todos los temas de interés turístico en la ciudad, manteniendo el enlace con Booking.com para reservar alojamientos.

El Batel informa sobre sus espacios en Internet



El Batel presenta una página *responsive* en la que ofrece una amplia información sobre el palacio, sus espacios para congresos, exposiciones y espectáculos en Cartagena y sobre los eventos programados para los próximos meses.

La plataforma HomeAway cambia su nombre en España a Vrbo pero mantiene sus funciones

El cambio de marca en España obedece a la gran consolidación de Vrbo como la división global de Expedia

HomeAway pasa a llamarse Vrbo. El cambio de nombre en España se integra dentro del proceso de consolidación mundial anunciado en mayo de 2019 por Expedia Group con el fin de posicionar Vrbo como su marca global principal de alojamiento alternativo (hasta ahora bajo el nombre de HomeAway).

Como plataforma *online* de alquiler vacacional, Vrbo se centrará en ayudar a familias de todo el mundo a encontrar y reservar, de manera sencilla y segura. La

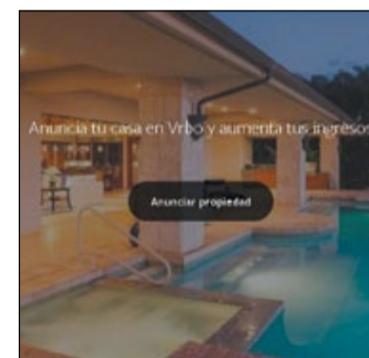
nueva identidad de la marca está inspirada en la idea que tienen los viajeros cuando piensan en Vrbo: vacaciones. Para el concepto creativo, se han unido los temas que a menudo los viajeros asocian a las vacaciones con elementos fundamentales de conexión entre ellos.

Mismas funciones

La plataforma mantiene el objetivo de conectar al propietario con el viajero. Los propietarios y gestores profesionales disponen de las

herramientas necesarias para gestionar su anuncio y tener una gran visibilidad internacional en todas las páginas web de Expedia Group, que reciben más de 750 millones de visitas al mes. Éstos seguirán teniendo el control sobre su anuncio, acceso a herramientas para gestionar sus reservas, estadísticas para gestionar su negocio respecto a otras propiedades similares, canales seguros para comunicarse con los viajeros y el mismo equipo de expertos a su disposición 24/7.

Asimismo, los viajeros seguirán realizando la reserva y pago *online* de manera completamente segura, beneficiándose de la Garantía Reserva con Confianza (que les cubre en caso de hechos cubiertos ante posibles incidencias relacionadas con su reserva) y una atención al cliente 24/7. Además, tantos viajeros como propietarios podrán acceder a sus cuentas con sus credenciales actuales tanto a la versión web, como a la aplicación móvil específica de Vrbo.



Inspirada en la idea de los viajeros.

Volvemos a ser el **GRUPO DE GESTIÓN** con **MAYOR CRECIMIENTO** en oficinas físicas

Más de 900
agencias
asociadas

Nuevo
Consolidador
Multi GDS

Comparador
hotelero con 17
proveedores
integrados

Nueva Intranet
multi-Actividad
con APP

Programa de
gestión y CRM
multioficina

¡Contacta con nosotros!

info@ditgestion.com

DITGESTION

Mucho más que un grupo de gestión

Semana Santa

Incidencia en viaje en Semana Santa

Pregunta.- ¿Cuáles son las incidencias más comunes que se producen durante los viajes de Semana Santa, y los seguros más adecuados para estas fechas?

Respuesta.- La Semana Santa es, junto con el verano, el periodo del año preferido por los españoles para viajar. Los tipos de viaje que se realizan en estas fechas son muy variados, desde escapadas a ciudades europeas, a destinos de 'sol y playa'. Muchos aprovechan los últimos coletazos de la temporada de esquí para pasar unos días en la nieve. Otros animados por el buen tiempo, se lanzan a realizar actividades de aventura en la naturaleza. Dos tendencias crecientes en los últimos años son los cruceros cortos y el Turismo experiencial, ya sea gastronómico, cultural o de naturaleza. Son pocos los que se resisten a hacer una excursión, aunque sea de un solo día, para aprovechar esos días de vacaciones.

En cuanto a las incidencias durante la Semana Santa del pasado año, la mayor parte fueron cancelaciones, seguidas por los problemas con los equipajes, pérdida de servicios, problemas de salud y accidentes y contratiempos con los medios de transporte. En el caso de los viajes de esquí, la mayor parte de las incidencias fueron los accidentes en pistas, seguidos de la enfermedad de los viajeros, la pérdida de servicios contratados —clases de esquí y forfait y el rescate en pistas—. En los cruceros, los problemas con los equipajes supusieron la mayoría de los casos, seguidos de los problemas de salud, accidentes y cancelaciones. En cuanto a los viajes de aventura, los más comunes son los accidentes, desde los menores hasta los que dan lugar a rescates y repatriaciones.

Por ello, es indispensable que los viajeros vayan cubiertos con un seguro especializado en su tipo de viaje. InterMundial cuenta con

Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

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

una amplia gama de seguros para los viajes de Semana Santa, desde el seguro Escapadas, para viajes de hasta nueve días, que cubre gastos médicos por enfermedad o accidente, gastos ilimitados de repatriación de heridos o enfermos y cobertura en caso de pérdida de equipajes, demoras y cancelación del viaje, hasta el seguro Multiasistencia Plus, que es en realidad diez seguros en uno, incluyendo novedosas garantías como la quiebra de proveedores o fuerza mayor. El seguro Multiasistencia Elite incluye, además, la causa de anulación por libre desistimiento o por cualquier motivo.

Para los esquiadores y practicantes de otros deportes de nieve, y los que realizan actividades de aventura, el seguro Ski Aventura Plus cubre asistencia sanitaria, rescate en trineo o helicóptero, y repatriación, problemas en medios de transporte, con equipajes, y responsabilidad civil. Además, anulación, pérdida de servicios, extravío o demora del equipaje facturado en línea aérea, y prolongación del viaje, y se puede contratar en modalidad anual o familiar.

Los viajeros que realicen cruceros cortos en estas fechas quedarán bien cubiertos con Cruceros Basic, que cubre viajes de hasta nueve días, asistencia médica y sanitaria, repatriación, envío de medicamentos y problemas con el equipaje, responsabilidad civil y anulación.

Y para aquellas personas que estén pensando en realizar una escapada por España el seguro Radiales es la opción ideal.

Cursos de idioma

Responsabilidad de la agencia

Pregunta.- Tengo una agencia que organiza cursos de idiomas en el extranjero. Por ahora, no he tenido ninguna incidencia grave, pero ¿qué pasa cuando los problemas que tienen los alumnos no son responsabilidad directa de la agencia?

Respuesta.- Lo primero que tienes que tener en cuenta es si el curso es

para menores de edad o no. Si se trata del primer caso, es fundamental que, sea cual sea la incidencia, la comunicación con los padres y los niños sea fluida y constante. Es importante que el padre y el niño no se sientan "solos": la atención al viajero puede ser una solución y debes saber que somos muchas las empresas especializadas que ofrecemos servicios de atención al cliente 24 horas.

Lo segundo que tienes que tener en cuenta es que cuando organizas viajes de idiomas al extranjero, siempre subcontratas los servicios de otros proveedores o empresas. Por ejemplo, el colegio, el catering o manutención y el transporte. Aunque el problema lo genere uno de estos proveedores, la responsabilidad final recaerá sobre tu agencia, por ser el máximo responsable del viaje. Por lo tanto, el seguro de Responsabilidad Civil es imprescindible. En InterMundial, además de tener seguros adaptados para la actividad de cada empresa, tanto si estás constituido como agencia de viaje o como organizador de idiomas, el Seguro de Responsabilidad Civil incluye la garantía de quiebra de proveedores, que te cubrirá en caso de que tener un problema con

algún proveedor justo antes de comenzar el curso.

También es importante que tengas un control absoluto de toda la documentación de los alumnos y de las empresas que trabajan en la organización del curso: teléfono del alumno, horarios de vuelos y conexiones, dirección del alojamiento y del centro de estudios donde se imparte, persona de contacto de la empresa que imparte el curso, *planning* del viaje, actividades complementarias y empresas que las organizan, etc. Esto, como el resto de cosas que hemos señalado a tener en cuenta, cobra especial importancia cuando el curso es para menores de edad, ya que los padres quieren saber que su hijo está *cuidado* en todo momento y, ante un problema, es importante que transmitas que todo está bajo control.

En resumen, es importante una buena planificación y control de todos los agentes que entran en juego, ya que no deja de ser un viaje combinado en el extranjero y, por lo tanto, confluyen muchas empresas y, en último término y de cara a las personas que han contratado el curso, el responsable es la agencia organizadora.



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



safer.intermundial.com

Avasa Travel Group concluye con gran éxito su 23ª Convención "Siempre Más Lejos"

El Foro Debate inicial marcó el alto nivel y profesionalidad de todo el evento

Bajo el lema "Siempre Más Lejos", **Avasa Travel Group ha celebrado su 23ª Convención anual** durante los días 28 y 29 de febrero en Sitges con una asistencia de más de 600 profesionales del turismo.

El evento anual más importante de Avasa arrancó el viernes por la mañana con la celebración de su **Foro Debate**, abierto a todos los asistentes a la Convención consiguió una participación de más de 200 directivos de agencias y proveedores.

Este año como novedad, **el Foro se dividió en dos partes** de una hora de duración cada una. **La primera centrada en un debate sobre el valor de la intermediación ante la venta directa y la segunda, un cara a cara entre la venta offline vs venta online.**

A las 11:30 daba comienzo el debate moderado por David Vidal (director comercial de Amadeus España), que inició el Foro abordando con los primeros ponentes el tema más candente y de actualidad, el brote del coronavirus.

Los términos "cautela", "preocupación controlada" y "sensibilización" se repitieron en los mensajes de todos ellos para referirse a este tema que está afectando de forma directa al sector turístico.

Posteriormente entraron en profundidad en el tema principal del Debate organizado por el Grupo, "El valor de la intermediación ante la venta directa", en el que se trataron principalmente aspectos como:

la intervención de nuevos actores y plataformas en el sector de la distribución, la evolución de los modelos de negocio y valor añadido en el ámbito concreto de la intermediación, así como la posible convivencia entre la venta directa y la intermediación.

Frente a la aparición de nuevos "jugadores" en el ámbito de la distribución, los 4 ponentes coincidieron en que no hay inconveniente en que aparezcan nuevos actores siempre que se respeten las "reglas del juego".

Guillermo González Vallina (director de ventas en España de Iberia y British Airways), destacó "Que te saquen de tu zona de confort es positivo para cualquier empresa, pero siempre con límites normativos".

Por su parte Luigi Stefanelli (director

general de Costa Cruceros en España y Portugal) manifestó que "no jugar limpio no es una estrategia rentable a largo plazo"

Y Carlos López Bahillo (director general de Avasa Travel Group) fue contundente con sus declaraciones al advertir que no trabajarán con quien no cumpla las reglas.

Por otra parte, Rubén Casas (director comercial de NH Hotel Group) dijo que las AAVV son fundamentales por su capacidad de adaptación a las necesidades de los consumidores de hoy en día.

Al tratar el tema de NDC, González Vallina defendió la legitimidad de todos los modelos de distribución en igualdad de condiciones para todos los canales.

Todos los ponentes han destacado la profesionalidad de las AAVV y su capacidad de adaptación aportando valor al cliente final.

Asimismo, defienden la multicanalidad respetando las mismas reglas de juego para todos.

La conclusión del debate fue que se augura un prometedor futuro a las AAVV aportando valor al cliente final.

A las 12:30h tuvo lugar el esperado cara a cara "venta offline vs venta online" entre Gabriel Subias (CEO de W2M) y Amuda Goueli (CEO y fundador de Destinia).

Subias, por su parte, evidenció que la venta online no transmite otro valor aparte del precio. Considera que la intermediación tiene mucho futuro mejorando la propuesta de valor. Ante la pregunta sobre su nuevo proyecto profesional declaró la necesidad de crear un nuevo grupo vertical.

Amuda destacó que la velocidad de la tecnología es mayor a los cambios que se producen en las tendencias.

También destacó la dependencia de su modelo de negocio de actores como Google.

Ambos concluyeron que tanto el mundo online como el offline tienen los mismos problemas y garantizan un largo futuro a la intermediación.

Los dos debates satisficieron las expectativas del público tal y como reaccionaron ante los temas que se trataron.



Más formación para sus agencias asociadas en esta 23ª Convención

Durante la tarde del mismo viernes se impartieron 9 cursos, la mayoría en sesión doble, a los que asistieron cerca de 300 agentes de viajes.

La temática de estos talleres de formación fue variada y de gran interés para sus asociados:

HERRAMIENTAS AVASA

Curso multitemático donde se explicaron algunas de las herramientas más importantes que ofrece Avasa y cómo utilizarlas.

- **RTS Y BOOKING:** Cómo utilizar el RTS (entorno puramente Amadeus) enlazándolo con la operativa del Booking de Avasa Travel Group.

- **AVASA&GO Y BOOKING:** Formación sobre cómo hacer presupuestos a medida y reservas de vuelos en general centrándose en la particularidad del NDC, todo ello unido a la operativa del Booking de Avasa.

- **INTRANET Y WEB AVASA:** Taller enfocado a cómo sacar partido de las herramientas más destacadas que se encuentran en la intranet y a la gestión de la web y la carga de contenidos propios.

- **FIRMA DIGITAL:** Se explicó el nuevo servicio exclusivo de Avasa Travel Group para la aplicación de la gestión documental con firma electrónica. Un Módulo totalmente integrado en su Intranet.

CÓMO ACTUAR ANTE RECLAMACIONES DE CLIENTES

En este curso se resolvieron todas las cuestiones y otras derivadas de casos reales y prácticos.

¿UN SEGURO PARA CADA TIPOLOGÍA DE VIAJERO?

Se dieron a conocer los diferentes tipos de seguros, coberturas especiales y garantías, así como los siniestros más comunes con ejemplos reales y cómo actuar en cada caso.

CAPTACIÓN DE EMPRESAS MÁS ALLÁ DEL FEE. DIRIGIDO A AGENCIAS DEL BUSINESS TRAVEL

Taller con el objetivo de tener una visión global de los viajes de empresa y obtener herramientas para la captación de nuevas cuentas más allá del fee.

CÓMO RENTABILIZAR LOS RECURSOS HUMANOS DE TU EMPRESA

Se analizaron cuáles son las conductas de los empleados, y una vez conocidas sus habilidades tanto personales como profesionales, se explicará cómo acompañarlos en su crecimiento, con el objetivo de obtener la máxima fidelización y rentabilidad de nuestros recursos humanos.

CÓMO RENTABILIZAR LA VENTA VACACIONAL CON PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

Curso en el que explicó detalladamente cómo obtener más rentabilidad a través de la venta cruzada y otros servicios adicionales que ofrece Avasa.



¡Únete a nuestro grupo y apuesta sobre seguro!

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

 **avasa**
TRAVEL GROUP
SIEMPRE MÁS LEJOS

23ª CONVENCION AVASA

El Grupo y sus proveedores siguen estrechando lazos profesionales

El día finalizó con el **encuentro para empresarios y directivos de agencias y proveedores**, en el que se aprovechó para estrechar lazos profesionales y compartir nuevas ideas.

Durante este acto, el presidente de AVASA, **Luis Felipe Antoja**, hizo entrega,

a título personal, del **reconocimiento máximo que posee AVASA**, el Estrabón, (dice la leyenda que fue el 1º viajero de la historia), a **Luis Mata Puyuelo**, por su apoyo, colaboración y amistad con Avasa a lo largo de toda su carrera profesional.



Récord de participación en el workshop de proveedores

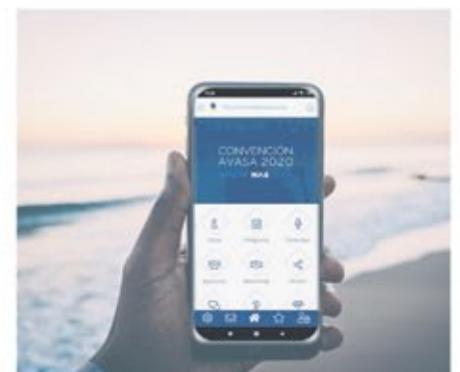


La jornada del sábado comenzó con el tradicional **"Gran Workshop" de Proveedores**, con récord de proveedores participantes (99 empresas), que estuvieron agrupadas por tipología: Cruceros, Hoteles, Rent a Car, Tour Operadores, Transporte, Aseguradoras y Oficinas de Turismo y Tecnología.



Una App exclusiva para la Convención

De nuevo, el Grupo apostó por su propia tecnología y **contó con una App exclusiva para esta Convención** que además de las funciones habituales le sirvió para retar en modo juego a sus agentes con preguntas relacionadas con servicios y datos relevantes de Avasa Travel Group.



23ª CONVENCION AVASA

La presentación de la Dirección de Avasa se caracterizó por el buen humor



Durante la tarde del sábado, el director general de AVASA, Carlos López Bahillo, expuso **frente a todas sus agencias y proveedores** los resultados económicos de 2019 y destacó todos los proyectos y acciones más relevantes realizados durante el año.

Condujo esta sesión junto al humorista Txabi Franquesa, con el objetivo principal de dar a conocer todos los servicios del Grupo para que sus agencias asociadas consigan mejorar su rentabilidad y productividad.



Tanto las agencias como los proveedores participantes elogian el gran trabajo realizado por el Grupo

El evento finalizó con la **cena de clausura** y posterior intervención de nuevo de Txabi Franquesa.

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

Las expectativas puestas en esta 23ª edición se cumplieron con creces, siendo un éxito y reforzando las relaciones profesionales entre todos los que forman parte del Grupo.



¿Quieres unirte a uno de los grupos de agencias de viajes más importantes del sector?

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

 **avasa**
TRAVEL GROUP
SIEMPRE MAS LEJOS

MOSTRADOR

Binter añade una nueva conexión entre las islas

Binter ha presentado una nueva conexión entre Mallorca y Canarias que se está haciendo efectiva durante este mes de marzo, sumando seis vuelos directos semanales. Hasta el momento la aerolínea operaba diez vuelos regulares a la semana directa entre Mallorca y Canarias. A partir de ahora, los miércoles y sábados conecta con el Aeropuerto de Tenerife Norte y los lunes, jueves y domingos con Gran Canaria, manteniendo ambos archipiélagos conectados de forma directa durante cinco días a la semana. El precio de los billetes ronda los 42 euros.

✉www.bintercanarias.com

Tourmundial propone nuevas salidas especiales durante la Semana Santa

El turoperador dispone de hasta seis diferentes ofertas por España y otras grandes ciudades europeas

Tourmundial ha lanzado recientemente un gran número de viajes, en hoteles de tres y cuatro estrellas, por las islas de los archipiélagos españoles, así como por grandes ciudades del continente europeo. Las fechas de salida abarcan desde el 4 hasta el 10 de abril.

Distintas opciones

En España, el turoperador ofrece salidas de ocho días y siete noche hacia Tenerife, Gran Canaria y Lanzarote, por 593, 596 y 759

euros, respectivamente, solo el alojamiento. La fecha de partida de estas opciones son los días 4 o 5 de abril excepto el itinerario de Lanzarote que solo ofrece la posibilidad de viajar el día 5.

Por su parte, en Europa, los usuarios pueden viajar a Londres, París y Amsterdam, con salidas a partir del 9 de abril. El precio se sitúa entre 530 y 624 euros, siendo el viaje a la capital holandesa el de mayor coste. Todas las estancias son en habitación doble.

✉www.tourmundial.es



Seis itinerarios en España, Holanda, Francia y Reino Unido.

TUI presenta un nuevo catálogo para el destino Cuba durante 2020

Ofrece plazas garantizadas en vuelos directos y tarifas exclusivas gracias a Iberia

Tui Group ha publicado recientemente el monográfico, 'Cuba 2020', con propuestas para todo tipo de públicos. Por un lado, estancias y combinados de La Habana y playas paradisíacas, y por otro, circuitos para conocer lo mejor del país, como Cienfuegos, Trinidad, Viñales o Santiago de Cuba. Otra de las novedades son los tres programas especiales: 'La Habana y Santiago'; 'Paisajes de Cuba' y 'Cuba al Completo'. También ha incrementado notablemente el número de programas con salidas regulares.

✉es.tui.com



Proponen tres nuevos programas especiales.

Rafaelhoteles ofrece el nuevo 'paquete' 'Experiencia aventura'

Para cerrar los meses de marzo y abril, Rafaelhoteles by la Pleta propone a sus usuarios, a partir de 650 euros, su 'paquete' de dos noches, 'Experiencia aventura', con un gran número de actividades en la nieve y la montaña, además de otras múltiples opciones.

Concretamente, ofrecen una excursión en moto de nieve biplaza para dos personas con almuerzo o cena en el Balneario Banhs de Tredòs; un circuito de aguas en Occitania Spa; un Menú degustación para dos personas en el Restaurante La Racletterie (bebidas no incluidas); una botella de cava y detalle de bienvenida; y ya por último el



Precio desde 650 euros.

late check-out hasta las 14:00 horas, y upgrade, ambos en función de la disponibilidad.

✉www.rafaelhoteles.com



Habrà un aumento progresivo entre abril y octubre.

Finnair incorpora nuevas frecuencias en Nueva York

Durante la temporada de verano Finnair refuerza su servicio en Nueva York con cinco nuevas operaciones. Entre abril y octubre se incorporarán tres frecuencias los lunes, jueves y sábados. Entre

mayo y octubre, habrá una cuarta frecuencia adicional los martes. Y en temporada alta, junio y agosto, la aerolínea añadirá una quinta frecuencia los domingos.

✉www.finnair.com

MundoAmigo homenajea la muerte del pintor Rafael con dos salidas

La agencia de autor quiere recordar las obras de este personaje histórico

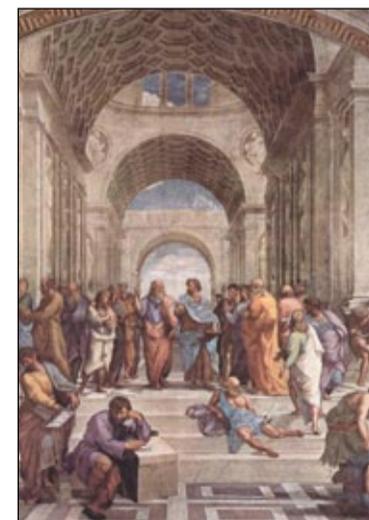
Para celebrar el 500º aniversario del fallecimiento del pintor Rafael, Mundo Amigo ha programado dos exclusivos viajes a Roma (del 30 de marzo al 3 de abril el primero, y del 2 al 5 de abril el segundo) en el que se podrá visitar la primera gran muestra sobre el pintor, bajo el título 'Raffaello', que tendrá lugar en las Caballerizas del Palacio del Quirinale en Roma. Además, esto reunirá una destacada colección de más de cien obras del maestro italiano nunca reunidas hasta ahora, entre la que se encuentran varios tesoros prestados por la florentina Galería de los Uffizi.

Por otra parte, Mundo Amigo ofrecerá la posibilidad de visitar las cuatro Estancias Vaticanas de

Rafael, además de la Capilla Sixtina, y los frescos que pintó el artista italiano en el interior de la Villa Farnesina, uno de los edificios más majestuosos del Renacimiento.

El itinerario incluirá, igualmente, la visita de la colección de la Villa Albani-Torlonia, así como un recorrido recónditas iglesias y joyas escultóricas romanas, como la Columna Trajana y el Panteón de Agripa, donde yacen los restos del genio. Y accesos únicos y exclusivos a la Academia de España, a la Villa Médicis. Como colofón, también ofrece la opción de asistir a algunos de los grandes eventos musicales que durante este año tendrán lugar en Roma.

✉www.mundoamigo.es



Fechas entre marzo y abril.

NEXOTUR

GRUPO
Nexo

NEXO

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

NEXOTUR®

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES
NÚMERO 1.000 | Año XXII | Edición Especial NEXOTUR | Precio: 15 euros

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

EDICIÓN

1000

ESPECIAL



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

**HISTORIA
DEL TURISMO
EMISOR EN ESPAÑA**

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

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

■ CLUB NEXOTUR

Accor Hotels ofrece descuentos del 30% a miembros del Club

Accor Hotels ofrece a los miembros del Club NEXOTUR hasta un 30% de descuento sobre la tarifa oficial. Esta oferta incluye Más de 1.600 hoteles en todo el mundo, marcas Sofitel,

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

Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio... Etcétera. Se puede obtener más información a través de la página web de Accor: www.travelagenciasaccorhotels.com

■ FAM TRIP



El balcón fue habilitado en la plaza del Ayuntamiento de Valencia.

Balcón fallero de Valencia Turisme

Valencia Turisme, antes de la suspensión de las Fallas, celebraba el día 10 de marzo una sesión de trabajo con agentes de viajes nacionales y una delegación del tejido empresarial turístico local en el balcón fallero que fue habilitado para la ocasión, en la plaza del Ayuntamiento de Valencia.

Silversea aumenta y mejora su selección de eventos para el Gran Premio de Mónaco

Tres experiencias que sumergirán a los clientes en la atmósfera de la Fórmula 1

Tras el éxito de Silversea en el cruce del Gran Premio de Mónaco en 2019, la compañía de cruceros de lujo ha aumentado y mejorado su selección de eventos de la carrera para 2020, para así asegurar la diversión de los huéspedes. Tres experiencias a medida sumergirán a los aficionados a los deportes del motor en la atmósfera inimitable de la legendaria Fórmula 1 que se disputará los días 23 y 24 de mayo de 2020. Estas experiencias estarán disponibles para aquellos que reserven el cruce del Grand Prix de Mónaco 2020 de Silversea.

Silversea ha creado una experiencia de dos días en la preciosa Mónaco Dance Academy, que encabeza la oferta del Gran Premio de Mónaco de la naviera. Esta experiencia de dos días incluye una sesión especial de una charla con la leyenda brasileña de las carreras y el 11 veces ganador del Gran Premio de Fórmula Uno, Felipe Massa, en la que los asistentes podrán preguntar sus dudas y curiosidades. Los mejores pilotos del mundo recorren la emblemática pista de Montecarlo y desde este precioso lugar, los pa-



Han creado una experiencia de dos días en la Mónaco Dance Academy.

sajeros disfrutarán de un centro de bienestar con un osteópata, reflexólogo, maquillador, estilista y un *nail bar*; un simulador F1; exposición de arte; cata de vinos, cócteles, almuerzo buffet y música en vivo. El último día de la carrera, los huéspedes se unirán a una conferencia pública organizada por el escocés Allan McNish un expiloto de F1, tres veces ganador de Le Mans 24, y comentarista de automovilismo.

La Dance Academy es uno de los edificios más elegantes del principado, repleto de encanto de la

belle-époque. Situado sobre la esquina de Sainte-Devote, ofrece unas vistas excepcionales del circuito de carreras. Con un precio desde 6.400 euros por huésped, el paquete premier de Silversea Grand Prix incluye el traslado desde el barco.

Silversea llevarán a los pasajeros al corazón de la acción durante una noche en la escala nocturna que se realiza en el cruce a bordo del Silver Spirit: Roma (Civitavecchia) - Barcelona, de 9 días de duración, con salida el 17 de mayo de 2020.

✉ www.silversea.com

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

CONEXO

Periódico Profesional **CONEXO** del Turismo de Reuniones

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

Engenio de Quesada

Volumen I 1998~2018

CONEXO cumple 20 años de agonía interrumpida, primero como periódico mensual impreso y después con su versión digital online, desde la publicación de su primera edición a finales del pasado siglo, en febrero de 1998.

El Turismo de Reuniones e Incentivos, denominado internacionalmente como MICE (siglas en inglés de meetings, incentives, conferences and exhibitions), es el segmento más relevante del Sector Turístico, es el "motor del Turismo", en palabras de Julio Alonso, uno de los pilares y artífices de esta actividad en España.

Este volumen recoge el análisis mensual de la actualidad sectorial,

en forma de opinión editorial, que el director de CONEXO ha venido realizando durante dos décadas, mostrando tanto la gestión y comercialización como la evolución y desarrollo del MICE en España.

El periódico digital del Turismo de Reuniones, alcanza 330 ediciones, con más de 11.000 páginas y miles y miles de ejemplos impresos, siempre bajo la dirección de Engenio de Quesada, periodista especializado de larga trayectoria, que desde hace ya un cuarto de siglo es vicepresidente de los Capítulos Español e Hispanoamericano de la Asociación Internacional de Periodistas Especializados y Turistas (AIPET)", afirma la presidenta de AIPET.

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

Periódico Profesional **CONEXO** del Turismo de Reuniones

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

Engenio de Quesada

Volumen II 1998~2018

CONEXO cumple 20 años de agonía interrumpida, primero como periódico mensual impreso y después con su versión digital online, desde la publicación de su primera edición a finales del pasado siglo, en febrero de 1998.

El Turismo de Reuniones e Incentivos, denominado internacionalmente como MICE (siglas en inglés de meetings, incentives, conferences and exhibitions), es el segmento más relevante del Sector Turístico, es el "motor del Turismo", en palabras de Julio Alonso, uno de los pilares y artífices de esta actividad en España.

Este volumen recoge el análisis mensual de la actualidad sectorial,

en forma de opinión editorial, que el director de CONEXO ha venido realizando durante dos décadas, mostrando tanto la gestión y comercialización como la evolución y desarrollo del MICE en España.

El periódico digital del Turismo de Reuniones, alcanza 330 ediciones, con más de 11.000 páginas y miles y miles de ejemplos impresos, siempre bajo la dirección de Engenio de Quesada, periodista especializado de larga trayectoria, que desde hace ya un cuarto de siglo es vicepresidente de los Capítulos Español e Hispanoamericano de la Asociación Internacional de Periodistas Especializados y Turistas (AIPET)", afirma la presidenta de AIPET.

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

PVP: 18€

Solicite su ejemplar: suscripciones@nexotur.com

República Checa propone un amplio programa de eventos para la próxima Semana Santa

Es habitual que los restaurantes checos se impliquen en la fiesta y preparen unos menús especiales

Pocas fiestas son acogidas con tanto entusiasmo en España como la Semana Santa. Esta celebración religiosa nos brinda unos días de vacaciones para dar la bienvenida a

la primavera y despedir los rigores del invierno. Es, sin duda, una excelente oportunidad para conocer destinos cercanos como República Checa donde los eventos no se

concentran exclusivamente en el entorno religioso, sino que también se extienden a otras actividades como visitar palacios, castillos y mercadillos.

Aunque la celebración, propiamente dicha, en la República Checa se desarrolla entre el Jueves Santo y el Lunes de Pascua, un amplio programa de eventos se despliega semanas antes y después de Semana Santa para festejar el renacer de la vida con la llegada de la primavera. La Semana Santa alarga su brazo también a las artes culinarias en Chequia.

¿Sabías que en este país existe un día llamado 'Jueves Verde'? Ese día hay que comer algo de ese color. Lo más habitual es un plato de espinacas, con cebollino o bien con plantas silvestres como la ortiga. La tradición dicta que si se respeta esta costumbre, se gozará de buena salud durante todo el año. Más reciente, y también más divertido, es la costumbre de tomar cerveza de color verde ese día.

El placer de deambular entre idílicos puestos no se reduce sólo al período de adviento, también

en Semana Santa se puede pasear por mostradores repletos de dulces tentaciones y adornos de Pascua. En algunas ciudades, como Praga, se colocan entre el 28 de marzo y el 19 de abril en diversas plazas como la de la Ciudad Vieja, la de Wenceslao, la de la República y, también, en el Castillo de Praga.

Mercadillos y música

Pero la venta de huevos de Pascua y trenzas checas, o la exhibición de artesanía tradicional, no es exclusiva de la capital, sino que se extienden a otros lugares como Pilsen o Český Krumlov. En esta, el mercadillo se integra en su amplio programa de Semana Santa, donde se da la bienvenida a la primavera con conciertos de música sacra, exposiciones y ricos menús especiales para estas fechas.

La música y la danza son parte esencial en la mayor parte de las

ciudades checas en las fiestas de primavera donde, con diversos festivales, se sacuden las nieves y salen a la calle a bailar y divertirse. En Brno las Fiestas de la Primavera se alargan del 3 al 12 de abril, y durante más de una semana la animación no decae en su Plaza de la Libertad. Los amantes de la música religiosa, incluso alargarán la agenda porque su Festival de Primavera de Música Sacra, el único de centroeuropa, celebrado del 5 al 19 de abril.

La historia se reescribe en los palacios y castillos checos cuando abren sus puertas al público. El antiguo privilegio del que gozaban sus propietarios se deja a un lado para ofrecer al visitante un espacio que, en algunas ocasiones, incluso se puede habitar porque funcionan como establecimientos hoteleros.

El programa que desarrollan en Chequia algunos castillos y palacios durante la Semana Santa, y también



Algunos castillos y palacios también desarrollan un programa especial.

posteriormente, gira en torno a las tradiciones y a la elaboración de adornos. Un buen ejemplo es el Chateau Mcely (10 al 13 de abril), donde incluso tienen un programa especial para toda la familia con menús de Semana Santa. También relacionadas con la gastronomía están las actividades que propone el Castillo Bítov del 9 al 13 de abril.

Las cocinas de esta fortaleza serán el escenario de unos singulares talleres donde se aprenderá a preparar algunos platos típicos de estas fechas. Y si, además de comer, también se es amante del vino, el mejor lugar es el Palacio Valtice, donde se festeja la Semana Santa abriendo la bodega de esta residencia nobiliaria.

✉ www.czechtourism.com

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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

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



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

CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00

☎ 91 369 18 39

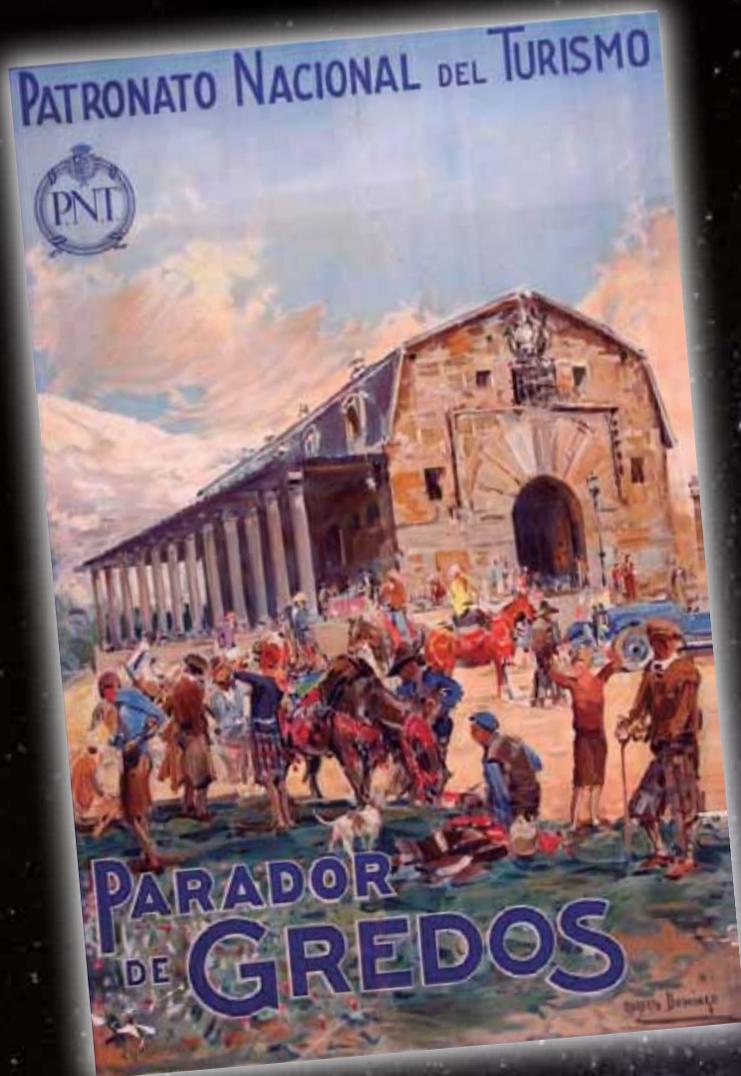
Lope de Vega, 13
28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
GUAMA	Descuento del 20% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para la programación de los folletos de Cuba América	Abierto	Ventas Madrid	☎ 91 782 37 87 ☎ 91 564 16 22
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
OCTOPUSTRAVEL	15% de descuento para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 ☎ 91 531 34 90
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ACCOR HOTELES	Hasta 30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Más de 1.600 hoteles en todo el mundo, marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio...	Abierto	web Accor	www.travelagencies. accorhotels.com
HUSA HOTELES	45% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 ☎ 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 ☎ 956 65 49 01
OCA HOTELS	Consultar condiciones especiales en cada uno de los hoteles de la cadena.	Alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad en el momento de efectuar la reserva.	30-12-2014	En cada hotel	Teléfono en cada hotel www.ocahotels.com
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 ☎ 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo en cinco y cuatro estrellas.	Valido excepto durante periodos altos de ocupación y con limitación de habitaciones a tarifa agente/día. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2014	Departamento Reservas	900 99 49 54 Cod. NTA1 www.worldhotels.com/ beconnected
COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HERTZ	Descuentos 15% fin de semana, 10% resto semana (España), 5% Internacional, 22% furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es
EUROPCAR	Hasta un 15% en alquiler de coche en oficinas en España. Hasta un 20% en furgonetas en España. Hasta un 5% en el resto de oficinas en el mundo.	Descuentos no aplicable para vehículos especiales. Sujeto a disponibilidad de flota. Resto de condiciones según Normativa General de Europcar.	31-12-2014	Para realizar reservas	☎ 902 50 30 10 www.europcar.es
HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO	Oferta disponible sólo para agentes de viajes.	Precio por noche en habitación doble 35 euros (más IVA). Régimen alojamiento y desayuno. Tarifa disponible todo el año.	31-12-2014	Web Beatriz Hoteles	www.beatrizhoteles.com 'Acceso a Profesionales'
HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID	50% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Dirección del Hotel	☎ 964 44 34 76 ☎ 964 44 34 61
HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL	Oferta disponible para agentes de viajes, siempre según disponibilidad. Cupo máximo 2 hab./día.	Hab. Dui (Alojamiento, Desayuno y plaza de parking), 40 euros. Hab. Doble (alojamiento y plaza de parking), 40 euros.	31-03-2015	Pedro Bellón	☎ 926 22 85 45 www.santacecilia.com
SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ERGO Seguros de Viajes	85% de descuento sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de Viaje Póliza Especial Agentes. Mod. Individual: 84,44 euros. Mod. Familiar. 154,63 euros.	Abierto	Departamento comercial	☎ 91 344 17 37
INTERMUNDIAL SEGUROS	40% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Seguro de viaje anual especial Profesionales del Turismo por 120,50 euros.	31-12-2019	Marta Bernabé	☎ 91 290 30 82



El Sector ha cambiado y la Información también



NexoHotel.com **20** XX CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO **20**

HOTELERÍA Y ALDARMENTO

Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo

El Hotel Semáforo de Fisterra acaba de abrir sus puertas en el Faro de Finiserra, el segundo punto más visitado de Galicia y que ahora se rehabilita para ser un hotel restaurante "de ensueño".

Paradores cierra 2016 con ingresos por valor de 255 millones de euros

Los destinos existosos a finales de 2016

Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde

Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria



**Date de alta en
Nexohotel.com**

Diario *online* de Hotelería

**... y recíbelo cada mañana
en tu email**

HOTELERÍA

Los hoteles de lujo en España registran más de 22 millones de pernoctaciones

El número de estancias en nuestro país sigue incrementándose de forma sostenida desde el año 2011

BNP Paribas Real Estate ha publicado recientemente una nueva edición de su informe anual acerca del estado del sector hotelero. El

documento destaca que el pasado año 2019 ha marcado un hito en el parque hotelero de lujo en la ciudad de Madrid, la cual está ex-

perimentando una alta demanda, principalmente en los hoteles dentro de las categorías de cuatro y cinco estrellas.

Los hoteles de cinco estrellas alcanzaron los 22,9 millones de pernoctaciones en 2019 en España lo que supone un 8,2% más que las cifras récord obtenidas en 2018, según el informe anual sobre el sector hotelero de BNP Paribas Real Estate. La ocupación media alcanzó el 68,2%, un 2% más respecto 2018.

La ciudad de Madrid se ha convertido en uno de los destinos más atractivo para las principales marcas hoteleras *premium*, tanto nacionales como internacionales. Esto ha permitido dinamizar el centro de la ciudad. Actualmente, están en marcha más de diez proyectos de categoría cinco estrellas o superior que tienen previsto abrir sus puertas en 2020 y una oferta prevista superior a 1.000 camas, duplicando la oferta actual de esta categoría.

Por otra parte, Madrid ha concentrado el 26% de la inversión

hotelera en España durante 2019, con un total anual de 420 millones de euros aproximadamente. Tres de las diez operaciones firmadas en la capital han sumado más del 40% de lo invertido en la ciudad, claro indicador del elevado interés inversor por activos hoteleros del segmento urbano de alta categoría y poca estacionalidad.

Las estancias siguen creciendo

Por otro lado, a lo largo del último año, las pernoctaciones hoteleras en nuestro país se han visto incrementadas en un 0,9%, sumando un total de 343,1 millones. Desde el año 2018 se ha ajustado la brecha entre demanda nacional y extranjera, las pernoctaciones internacionales han descendido ligeramente, situándose en alrededor de un 65% del total de pernoctaciones.



Madrid ha concentrado el 26% de la inversión hotelera.

Andalucía fue el principal destino de los viajeros españoles, representando el 21,3% del total de las pernoctaciones, un 4,5% más que

el año anterior. El principal destino de los extranjeros fue Canarias, con un 26% de las pernoctaciones, un 4,2% menos que en 2018.

Meliá obtiene un Ebitda de 470 millones y un resultado neto de 121 durante 2019

Melia.com alcanzó un nivel histórico y la plataforma de B2B MeliaPro aumentó 15% sus ventas

El resultado de Meliá Hotels International en 2019 estuvo afectado por la combinación de una serie de impactos de origen diverso, concentrados en la región del Caribe, especialmente en la República Dominicana y México, países con un peso y contribución importante.

Otros eventos, como el coronavirus han tenido, hasta el momento, un impacto moderado en las cuentas, dado que el 100% de los cinco hoteles operativos son de gestión. El grupo ha elaborado un plan de contingencia y se encuentra preparado para garantizar la seguridad y salud de sus clientes y empleados, así como el mantenimiento de las operaciones y la cobertura jurídica y financiera necesaria.

El vicepresidente ejecutivo y consejero delegado de Meliá Hotels International, Gabriel Escarrer, ha señalado que "los resultados de Meliá en 2019 se sitúan en línea con las expectativas, acusando la confluencia de varios extraordinarios con un impacto sin precedentes en algunos destinos". Por otra parte, ha destacado que "si bien hay algunos signos de recuperación, como

demonstran la reactivación de las ventas de República Dominicana en el mercado US, o la desaparición del Sargazo en México, vivimos momentos ciertamente complejos".

A pesar de ello, (excluyendo las plusvalías) la cadena hotelera mantuvo sus ingresos recurrentes en el nivel de 2018, (1.789,5 millones de euros) y obtuvo un Ebitda de 470,9 millones de euros, tan solo un 2,3% por debajo del año anterior. El Resultado Neto Consolidado (121,7 millones) se sitúa un 19,8% por debajo del obtenido en 2018, influenciado por las menores plusvalías.

Buena situación financiera

En materia financiera, la situación de la compañía sigue siendo saludable, habiendo reducido la deuda neta pre-IFRS16 en 15 millones durante 2019, y manteniendo un ratio de deuda neta/Ebitda pre-IFRS16 ligeramente por encima de las dos veces influenciada por el programa de recompra de acciones lanzado en octubre de 2019.

En cuanto a los resultados operativos, la compañía consiguió



Durante 2019 se lograron avances en materia de gestión y tecnología.

un ligero incremento del Ingreso Medio por Habitación disponible (RevPAR) en propiedad y alquiler, que mejora un 0,6% en los 12 meses, registrando un incremento de +1,8% en el cuarto trimestre del año. La mejora de la tarifa media (+2,3%) gracias a la estrategia de marcas y de mejora del *portfolio* hotelero del grupo está detrás de esta evolución del RevPAR, por encima de los problemas mencionados en la división de América. Además, las ventas de Meliá.com alcanzaron un nivel histórico (+3,1% frente al año 2018)

mientras la plataforma de B2B MeliaPro aumentó un destacado 14,9% sus ventas a profesionales y *partners* de la distribución.

Respecto al programa BeDigital360, se lograron avances en gestión y tecnología, como la aplicación de RPA a los procesos transaccionales de gestión interna, automatizando procesos como la gestión de cobros, el aseguramiento de ingresos de *e-commerce* o la automatización de la facturación, así como focalizando la estrategia de gestión de servicios como ETT's, Lavandería, Energía, etcétera.

■ PRODUCTO

Radisson anuncia la firma de cinco hoteles en Estados Unidos

La cadena hotelera Radisson Hotel Group (RHG) ha anunciado durante su Americas Business Conference, en Las Vegas, la firma de cinco nuevos establecimientos hoteleros que se incorporarán próximamente a su *portfolio* en territorio estadounidense, incluyendo tres Radisson RED en destinos clave. Estos nuevos establecimientos son el Radisson RED Los Angeles Arts District; el Radisson RED San Francisco Market Street; Radisson RED Nashville Arts District; El Radisson Hotel Long Island City; y el Radisson Hotel Raleigh-Durham Airport, presente en Carolina del Norte.

Sercotel Hotel Group explotará un nuevo hotel en Málaga

La cadena hotelera Sercotel Hotel Group continúa con su plan de expansión por España con la incorporación de un nuevo hotel en Málaga, que prevé inaugurar en 2021. Ubicado en el Centro Comercial La Rosaleda de Málaga, a 500 metros del estadio de fútbol La Rosaleda, y a 20 minutos andando del centro, el nuevo hotel de cuatro estrellas tendrá unos 6.500 metros cuadrados construidos y será propiedad de Activ-Group. Además, contará con 157 habitaciones dobles, zona de restauración, *Roof-Top Bar*, amplios espacios modulares para eventos y reuniones, gimnasio y piscina.

Paradores se convierte en nuevo embajador de la Marca España

El presidente de Paradores de Turismo, Óscar López, ha recibido la acreditación que reconoce a la cadena hotelera pública como Embajador Honorario de la Marca España. La entrega ha tenido lugar en una ceremonia en el Palacio Real de El Pardo presidida por SS. MM. los Reyes de España, acompañados por la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, el secretario de Estado de España Global, Manuel Muñiz, y el presidente del Foro de Marcas Renombradas Españolas (FRME), Ignacio Osborne. Desde la cadena se muestran realmente orgullosos del reconocimiento otorgado.

CEHAT considera 'irresponsable' plantear ahora un impuesto al transporte aéreo

Invitan al Gobierno a apoyar proyectos empresariales transformadores para sectores como el Turismo

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) considera "irresponsable por parte del Gobierno del

Estado" plantear en estos momentos de incertidumbre un impuesto al transporte aéreo, que "sin duda tiene consecuencias directas en el

sector turístico". El Ejecutivo central pretende gravar el transporte aéreo con este nuevo impuesto para luchar contra el cambio climático.

Desde la CEHAT se considera que esta nueva medida impositiva "se plantea en un momento de gran inquietud para el futuro del sector turístico español y, especialmente para el hotelero, por la situación de conectividad en los archipiélagos y la reciente crisis generada por los episodios de coronavirus detectados en varias provincias españolas y que tanta preocupación entre operadores y clientes ha generado".

El presidente de los hoteleros españoles, Jorge Marichal, considera "una temeridad" proponer una nueva figura fiscal para gravar un sector, el del transporte aéreo, que es responsable únicamente del 2% de la emisión de dióxido de carbono a la atmósfera a nivel mundial y es además uno de los sectores que realiza una mayor inversión en mejoras tecnológicas (diseño de aviones y eficiencia de los motores empleados). "Parece que más que una medida de protección

al medioambiente se busca una gran y rápida recaudación, habida cuenta del volumen de pasajeros que mueve el sector aéreo en España y especialmente el vinculado al sector turístico", explica Jorge Marichal.

La patronal hotelera nacional invita al Gobierno de España a que si quiere adoptar medidas activas para la lucha contra el cambio climático apoye proyectos empresariales transformadores para sectores estratégicos como el turismo. Este trabaja actualmente en varias iniciativas para la producción de energía con fuentes renovables que chocan frontalmente con la indiferencia administrativa o con una burocracia que, lejos de reducir los obstáculos, los incrementa.

"Con el apoyo a proyectos de esta índole se estará contribuyendo a incrementar la competitividad de las empresas turísticas, lo que tendrá consecuencias positivas sobre la recaudación impositiva sin necesidad



CEHAT pide que este tipo de medidas recaudatorias se aparten.

de establecer más y nuevos impuestos", añade el presidente de CEHAT.

Malos tiempos

El Sector Hotelero español ha encadenado en los últimos meses una serie de circunstancias que no pueden calificarse de positivas: quiebra de Thomas Cook, recesión

en Alemania, vergüenza a volar en los países nórdicos, auge de destinos competidores, cierre de bases de aerolíneas en algunos destinos españoles y ahora el coronavirus. Ante esta situación, la CEHAT solicita que este tipo de medidas recaudatorias se aparten y se articulen por parte de las autoridades un paquete de medidas de apoyo al Sector hotelero.

La sostenibilidad y el bienestar destacan como tendencias en Turismo rural en 2020

El ecoturismo y la figura del viajero sostenible van en aumento cada año

El turista sostenible y sensibilizado con el cuidado del medio ambiente, así como aquel que busca escapadas centradas en el bienestar marcarán las principales tendencias del turismo rural este 2020, según el análisis realizado por EscapadaRural.com. El informe coincide con la proclamación de 2020 como 'Año Internacional del Turismo y Desarrollo Rural' por parte de la OMT. En esta nueva década, veremos cómo el viajero rural será más consciente de todas las fases que intervienen en la planificación de una escapada: "el antes, el durante y el después, dejando de lado los circuitos turísticos tradicionales y masificados, apostando por viajar fuera de temporada, y escogiendo alojamientos enfocados al *wellbeing*, centrados en el bienestar de las personas", explica Ana Alonso, directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de EscapadaRural.com.

El ecoturismo y la figura del viajero sostenible van en aumento cada año. En la actualidad, y según datos del Observatorio del Turismo Rural, la mayoría de los viajeros rurales (55%) afirma que disfrutar de la naturaleza de manera responsable es un aspecto prioritario a la hora de escoger el destino de sus vacaciones. De hecho, el perfil de viajero ecoturista es una de las tendencias en turismo rural que más ha crecido en los últimos años y que continuará



Este año el Sector deberá mirar hacia la especialización si quiere destacar.

haciéndolo este 2020. 'El turista rural buscará formas sostenibles de viajar, de bajo impacto ambiental y respetando el entorno natural y social', continúa Alonso.

Según datos del último Observatorio del Turismo Rural, una iniciativa de EscapadaRural.com en colaboración con la EUHT CETT-UB y Netquest, alojarse en una casa rural con instalaciones accesibles y seguras es la máxima prioridad del viajero (51%), seguido de la amabilidad del propietario (43%) y la posibilidad de disfrutar de equipamientos y servicios *wellness* (36%). En esta línea, el viajero buscará desconectar tecnológicamente durante sus escapadas rurales apostando por tendencias como el Digital Detox. Otra tendencia que respalda un Turismo

consciente y transformador, y que tiene como objetivo que los viajeros que lo practiquen encuentren el equilibrio entre el bienestar físico, la salud emocional y la paz espiritual, es el Mindfulness Travel.

Especialización del Sector

En 2020, el Sector deberá mirar hacia la especialización si quiere destacar de sus competidores y ofrecer el mejor servicio. El viajero rural pide cada vez más opciones personalizadas, que exigen a los propietarios enfocarse en un nicho de mercado para ganar competitividad y avanzar hacia la desestacionalización del Sector. La fuerte demanda del viajero al respecto en los últimos años marcará el inicio de un cambio sustancial en 2020.

Cifras históricas para el Algarve en el año 2019

El Algarve ha batido su propio récord en 2019, año en el que ha vuelto a representar la mayor parte de las pernoctaciones registradas en Portugal (el 30%), y convirtiéndose en la única región del país que supera los 20 millones de pernoctaciones en desarrollos turísticos. Datos como un crecimiento del número de huéspedes de más del 7,2% respecto al pasado año y de un 2,5% de las pernoctaciones no hacen sino avalar un crecimiento que ha llevado al sur de Portugal a situarse en números históricos.

En términos absolutos y según los datos preliminares divulgados por el Instituto Nacional de Estadística Portugués (INE), la región alcanzó las cifras históricas de 20,9 millones de pernoctaciones en 2019, 5,07 millones de huéspedes y 1,23 billones de euros de ingresos totales. En lo relativo al mercado español, su importancia se ratifica, registrando en 2019 un crecimiento del 8,6% en las pernoctaciones respecto a 2018 y del 14% en los huéspedes. Otro dato significativo es que la demanda turística del destino se mantuvo en positivo en todos los meses del año, registrando un aumento del número de visitantes entre enero y diciembre. Así, se observa que la estacionalidad en el destino se ha visto fuertemente reducida.

PRODUCTO

Barceló Hotel Group inaugura el nuevo Occidental Las Palmas

Coincidiendo con la celebración de los carnavales, uno de los eventos más importantes de Gran Canaria, Barceló Hotel Group ha inaugurado el hotel Occidental Las Palmas en la capital grancanaria. Se trata de un establecimiento de cuatro estrellas y 70 habitaciones, de estilo vanguardista y funcional, céntricamente ubicado junto al Parque Doramas y al muelle deportivo, y a tan sólo 200 metros del recientemente renovado Santa Catalina, a Royal Hideaway Hotel, el hotel más emblemático de Las Palmas de Gran Canaria. Este nuevo establecimiento se encuentra a apenas cinco minutos a pie de la Playa de las Alcaravanas y a 10 minutos de la famosa Playa de las Canteras.

Meridia Capital adquiere el Hesperia Barcelona del Mar

Meridia Capital Partners, SGEIC, S.A., ha anunciado la adquisición del inmueble donde se ubica el hotel Hesperia Barcelona del Mar, un establecimiento de cuatro estrellas situado en el frente marítimo de Barcelona, dentro del distrito 22 de la capital catalana. El activo, construido en 2002, dispone de 84 habitaciones en una superficie total de 5.800 metros cuadrados. Dispone de 350 metros cuadrados de espacio para reuniones y convenciones, un restaurante, un bar y un aparcamiento con 28 plazas. La inversión representa la cuarta operación de compra de Meridia IV, el vehículo de inversión recientemente lanzado por el gestor de inversiones. El Fondo ha cerrado hasta la fecha otras inversiones para lanzar edificios de oficinas y un programa de alojamientos *eco-friendly*.

La cadena Ilunion Hotels reabre sus hoteles vacacionales de Cádiz

Ilunion Hotels, la cadena hotelera de Ilunion, ha reabierto en los últimos días sus hoteles vacacionales situados en la provincia de Cádiz, en concreto, los hoteles de cuatro estrellas Ilunion Sancti Petri e Ilunion Calas de Conil. Tras el descanso de los meses de invierno, ambos hoteles han puesto a punto sus instalaciones, que ya funcionan a pleno rendimiento de cara a los próximos meses. El hotel Ilunion Sancti Petri está situado en la localidad gaditana de Chiclana de la Frontera y cuenta con un total de 268 habitaciones y apartamentos. Por su parte, el hotel Ilunion Calas de Conil, que tiene 295 habitaciones, cuenta con una ubicación privilegiada en primera línea de costa y frente a una zona de pequeñas playas.

BOOKING

NEXOTUR

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

91 369 41 00
91 369 18 39

Mayoristas

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

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

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

Compañías Aéreas

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

Compañías Marítimas

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

Ferrocarril

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

Alquiler de Automóviles

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

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

Organismos

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

Centrales de Reservas

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

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

Transporte por Carretera

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

Servicios

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

Cadenas Hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN

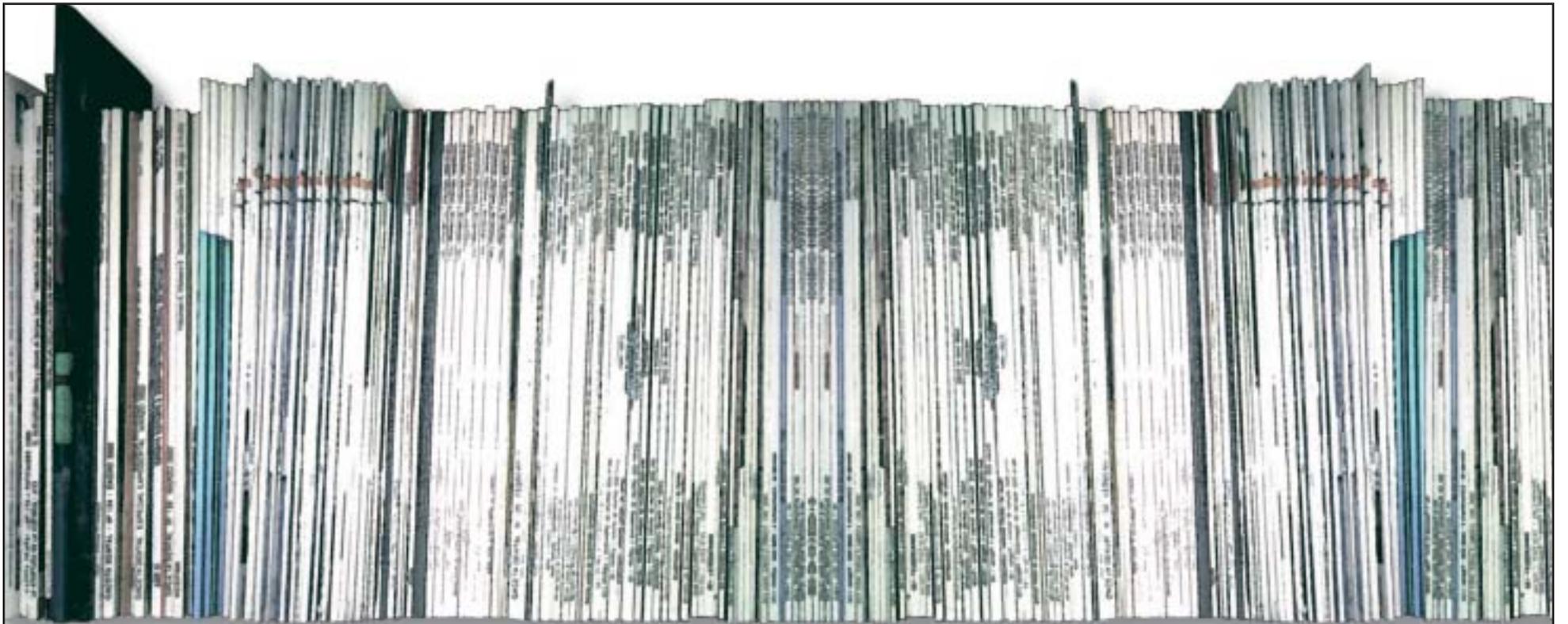
Consúltanos cualquier duda sobre su situación. Para más información sobre nuestros servicios y productos, visite nuestra página web: www.mesoneroromanos.com

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

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

Excelente **PROFESOR** Management y Marketing
ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE
Suiza ("La primera del mundo")
Centro de Estudios Turísticos Cuba
Escuela **OFICIAL** de Turismo Madrid
Shanghai Institute of Tourism Shanghai
Normal University China
GARANTIZO RESULTADOS
GRATIS 1ª hora

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



Transferencia del conocimiento

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

publicaciones profesionales y generales

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

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP

Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

Air India presenta una nueva versión en castellano con área de agencias

La nueva versión en castellano de la página web de Air India presenta cambios en su diseño *responsive*, reduce la información simplificando la estructura y los contenidos de su página general e incluye un área para las agencias de viajes.



www.airindia.es

La compañía aérea Air India presenta una nueva versión reducida de su web, dedicada al mercado en castellano y compatible para cualquier tipo de terminal, que incluye solo una pequeña parte de la información sobre la compañía y sus servicios, y se echan de menos algunos que sí ofrece su página general tan útiles como las consultas de horario de vuelos o del estado de vuelos en curso. La nueva web mantiene la gestión de sus vuelos y los de código compartido, incluye un área para la gestión de las agencias de viajes y permite el acceso posterior a la reserva.

INFORMACIÓN

Ofrece, con diseño y estructura diferentes pero con una estética semejante, los mapas no activos de sus vuelos y la descripción de sus servicios por clase, pero no incluye la consulta de la situación de los vuelos en curso, ni el resto de los servicios de gestión de vuelos.

RESERVA

Incluye una sencilla gestión de reservas de sus vuelos y los de las compañías asociadas, aunque a veces con un tiempo excesivo de búsqueda de vuelos, que permite el acceso posterior a la reserva y, en esta versión, incluye un área para las agencias de viajes.

GENERAL

Ofrece solo una parte de la información sobre la compañía que aparece en la web general de Air India, que incluye una limitada descripción de la empresa y ninguna sobre otros temas como compañías asociadas o sus programas de fidelización, entre otros.

▲ Lo Mejor / Versión Castellano

Se trata de una versión en castellano, específica para el mercado español, *responsive* y de muy fácil uso.

▼ Lo Peor / Información

Esta versión no incluye información importante, como la situación de vuelos en curso o los programas de fidelización.

AIR INDIA / Línea aérea

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva versión en castellano de la página de Air India, a pesar de que limita sensiblemente la información que ofrece sobre la empresa y sus servicios, resulta de más interés que la anteriormente analizada para las agencias de viajes ya que dedica un área para su gestión.

6,8



Entrada / Con un formato compatible, distinto al de la web general, presenta la reserva y todas sus áreas de información.



Producto / Ofrece mapas de sus vuelos, información sobre sus servicios por clase y sobre las ventajas de Air India.



Reserva / Mantiene el mismo sistema de reservas de vuelos, pero en esta versión dispone de un área para agencias.

La 'web' de El Batel ofrece espacios para cualquier evento en Cartagena

El Palacio de Congresos El Batel presenta una página *responsive* en la que ofrece una amplia información sobre el palacio, sus espacios para congresos, exposiciones y espectáculos, y sobre los eventos programados para los próximos meses.



www.auditorioelbatel.es

La web de El Batel, Auditorio y Palacio de Congresos de Cartagena, ofrece, con un diseño amigable y compatible para cualquier tipo de terminal pero únicamente en castellano, una amplia información sobre el edificio y sus espacios, de los que ofrece una descripción, sus dimensiones, capacidad, servicios, medios técnicos y los planos en PDF. También incluye un área con los servicios que ofrece El Batel a los organizadores de eventos, un completo calendario de eventos futuros por tipo con su descripción y el enlace con su web y un formulario para solicitar información.

INFORMACIÓN

Presenta la descripción del palacio, de los tipos de evento que organiza y de cada uno de sus espacios con sus principales características, sus dimensiones y capacidades según el montaje, los servicios técnicos y generales que ofrece y sus planos en PDF.

RESERVA

Ofrece una amplia información de todos los servicios por tipo que ofrece el palacio y, en la descripción de cada espacio, incluye una relación de los medios técnicos y de los servicios básicos disponibles, pero no informa sobre otros proveedores de servicios en la zona.

GENERAL

En la primera pantalla permite acceder a sus eventos desde un calendario. También se puede consultar su programación futura por tipo de evento, que permite acceder a una amplia descripción del evento seleccionado, y el enlace con su página cuando existe.

▲ Lo Mejor / Diseño

Se trata de una página bien diseñada con una estructura que facilita el acceso a una amplia información del palacio y sus eventos.

▼ Lo Peor / Gestión Eventos

Ofrece a los OPC únicamente un formulario y sus formas de contacto, sin información de sus tarifas.

EL BATEL / Congresos

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de El Batel puede ser de utilidad para los organizadores de eventos por su diseño amigable y su información sobre sus espacios, servicios y eventos programados, aunque para la gestión de reservas solo incluye un formulario, sin información sobre sus tarifas.

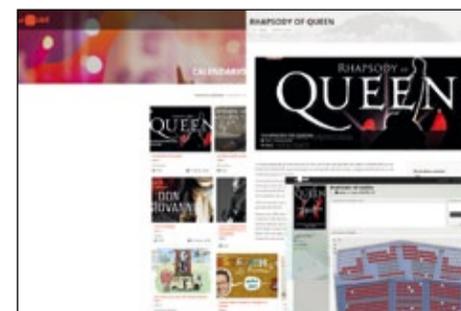
7,0



Entrada / Presenta, en formato *responsive*, el acceso a todas sus áreas de información, temas destacados, noticias y su programación.



Producto / Ofrece la descripción del palacio y las características, los servicios y los planos en PDF de cada espacio.



Reserva / Incluye un calendario de eventos próximos por tipo, con acceso a una amplia descripción y a su web.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias de viajes buscan profesionales con conocimiento de Amadeus y Office

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

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

■ **Viajes 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.

■ **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.

■ **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.

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

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

■ **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.

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

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

■ **Viajes 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-

nilidad 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 en Europa y Caribe

↑ Sercotel presenta otra versión de su página en la que, modificando su diseño, mantiene la estructura y la descripción de los hoteles, así como la gestión de reservas, semejante a la anterior, aunque ya no ofrece la reserva desde las agencias de viajes.

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

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



<http://www.sercotelhoteles.com>

Coches en Valencia

↑ La página de MR Car ofrece, con una estructura muy amigable pero sólo al cliente final, una completa **información** sobre sus vehículos de alquiler y sus tarifas, así como un formulario para solicitar reservas, que quedan pendientes de confirmación.

⇒ Es poco **útil** por su oferta limitada a Valencia y Alicante.

↓ Para **reservar** sólo ofrece un formulario al cliente final.



<http://www.mrcar.es>

Buses desde Madrid

↑ La página *responsive* que presenta Jiménez Dorado Autocares ofrece **información** sobre las tres categorías de autocares y sus distintas capacidades, así como de todos sus tipos de servicios de transportes, pero con solo un formulario para reservar.

⇒ Por su limitada información, resulta de escasa **utilidad**.

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



<http://www.jimenezdorado.com>

Múltiples productos

↑ La actual DonReservas es una página de nuevo diseño, que en lugar del Turismo Rural que ofrecía anteriormente se ha convertido en una central de **información** y reservas de propósito general, aunque no disponible para las agencias de viajes.

⇒ Por su amplia oferta es una página de **utilidad** para el cliente final.

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



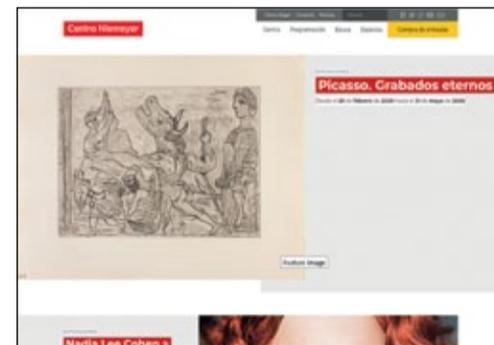
<http://www.donreservas.es>

Eventos en Avilés

↑ El Centro Niemeyer presenta una nueva versión *responsive* de su página, en la que ofrece una amplia **información** de sus espectáculos y eventos y mejora la de sus espacios, pero sigue muy limitada sobre los servicios que ofrece a los expositores.

⇒ Sería de más **utilidad** ampliando la información de servicios.

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



<http://centroniemeyer.es>

Turismo en California

⇒ La nueva web de Turismo en California ofrece al viajero su **información** con un diseño atractivo basado en pantallas de gran tamaño, pero poco útil para encontrar los temas de interés y sin el sistema de reservas turísticas de la versión anterior.

⇒ Su **utilidad** está limitada por la dificultad para seleccionar información.

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



<http://www.visitcalifornia.com>

LEGISLACIÓN

Fomento turístico

Cádiz

✓ Recientemente se ha aprobado la Resolución de 21 de febrero de 2020, de la Delegación Territorial de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local en Cádiz, por la que se publican con carácter informativo las ayudas concedidas al amparo de la Orden de 20 de febrero de 2017. En este sentido, se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones, en régimen de concurrencia competitiva, dirigidas al fomento de los servicios turísticos y creación de nuevos productos en sus modalidades Pymetur y Empreitur, y convocadas, correspondientes al ejercicio 2019. La finalidad de la convocatoria es la de mejorar la competitividad y productividad de la Pymes andaluzas del Sector Turístico, así como facilitar su modernización y las prácticas innovadoras que se pongan en marcha por las mismas y prestar apoyo a la creación de nuevas empresas y al emprendimiento en el ámbito turístico.

Boletín Oficial de Andalucía
 www.juntadeandalucia.es/boja

CURSO

Formación de Turijobs y Forst

Intercambiarán conocimientos que beneficien a los profesionales

Turijobs ha firmado recientemente un acuerdo en colaboración con Forst para apoyar el desarrollo y formación de profesionales en Turismo. Así podrán responder a la creciente necesidad del mercado de perfiles más especializados, a través del cual otorgarán una beca del 100% para el Programa Superior de Revenue Management de Forst.

El principal motivo de esta beca es hacer accesible la formación a todos los profesionales y eliminar la barrera económica a la hora de desarrollar el talento.

Los requisitos para solicitarla son estar desempleado, tener formación académica previa y experiencia en el sector hotelero.

Para apoyar todo el proceso de formación, Turijobs actuará como una fuente de recursos y conocimientos para sus alumnos, organizando encuentros que fortalezcan sus habilidades y destrezas a la hora de posicionarse en el mercado laboral, ayudándoles así a conectar con grandes firmas hoteleras nacionales e internacionales, tales como Selenta o Marriott, parte de Turijobs.



LIBROS

Guía Sector MICE

Título: 'Guía de Planificación de Reuniones en Jordania'

La Jordan Tourism Board (JTB) ha lanzado la primera edición de la 'Guía de Planificación de Reuniones en Jordania'. Este manual contiene toda la información necesaria para que un organizador de reuniones pueda organizar un evento en dicho país. Se trata de una guía ilustrada de Jordania que detalla toda la información sobre instalaciones para reuniones, alojamientos, organizadores profesionales de congresos (OPC) y DMC, eventos y localizaciones inusuales, todo ello ilustrado con fotografías a todo color y las características actualizadas de los espacios, alojamientos y demás puntos clave de un evento.



CALENDARIO

Eventos cercanos

● Del 31 de marzo al 2 de abril tendrá lugar, en el Expocenter Norte de Sao Paulo, la feria WTM Latin America. Es un evento anual de negocios de las empresas para la exposición, delante de un gran número de profesionales del sector de viajes, de su oferta de salidas y productos turísticos. Actúa como escaparate de los últimos acontecimientos en la industria de viajes. Reúne desde turoperadores, hoteles y líneas aéreas, hasta nuevas tecnología y servicios de viajes en línea bajo un mismo techo. Más información en www.wtmlatinamerica.com.

● Los días 14 y 15 de abril se celebrará, en el Complejo Cultural San Francisco de Cáceres, la tercera edición del Congreso 'Deporte & Turismo-Extremadura 2030'. El objetivo es dar visibilidad al deporte dentro del Sector Turístico, ante su demanda y valoración por parte de turistas que nos visitan, así como explorar el potencial del sector. Más información en extremadura2030.com.

La información profesional no es un juego de niños

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

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR
 ☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39
 DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid
 E-mail: atencion-clientes@nexotur.com / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid

NEXOTUR
 Periódico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes
 Número 100 (100 años de Turismo) - Septiembre 2019 - 100 páginas - 100 años

De Profesional a Profesional

SUBEN

▲ Marian Muro



La que fuera directora general de Turismo de Cataluña y gerente de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes, ha sido puesta al frente de la gestión de Turisme de Barcelona, un ente esencial en la promoción turística de la Ciudad Condal.

▲ Francisco Toledo



El Consejo de Ministros ha aprobado el nombramiento de Francisco Toledo como presidente de Puertos del Estado. Cuenta con la experiencia de haber sido el presidente de la Autoridad Portuaria de Castellón desde septiembre de 2015 hasta ahora.

▲ Michael Qualantone

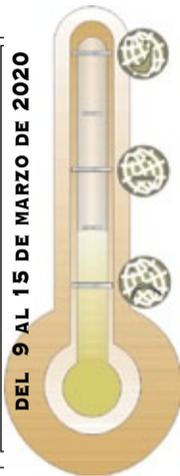


American Express Global Business Travel (GBT) ha nombrado a Michael Qualantone como nuevo director ejecutivo de Revenue. Anteriormente ocupaba el cargo de vicepresidente ejecutivo global del área de Relaciones con Proveedores.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Pedro Sánchez	3
Entrevista / Augusto Hidalgo	4
Escaparate	6-13
Gestión	14
AvasaNews	15-18
Mostrador	19-22
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluatnet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 9 AL 15 DE MARZO DE 2020



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

El tráfico aéreo de pasajeros crece más de un 3%

Las compañías aéreas han cerrado el ejercicio 2019 experimentando un incremento del 3,4% en el número de pasajeros. Esto supone una tendencia moderada, ya que en el año 2018 la subida fue de un 6,4%, según datos emitidos por el Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI). El tráfico mundial de pasajeros internacionales ha crecido un 4,1% en 2019, frente al aumento del 2,8% de los pasajeros domésticos. La directora general de ACI, Angela Gittens, ha considerado el pasado año como un gran "desafío para el transporte aéreo", debido principalmente a "las continuas guerras comerciales y la creciente tensión geopolítica en el Medio Oriente".



INDICADOR DE EXPECTATIVAS

Durante el último mes de enero, la cifra de llegadas de turistas extranjeros a España ha descendido un 1,4%, recibiendo 4,1 millones de turistas, según la encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur) que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE).

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, ha declarado que "desde el Gobierno estamos trabajando estrechamente con el resto de administraciones y el sector privado para afianzar un modelo turístico competitivo, sostenible y rentable". Oliver también se ha referido al COVID-19 y considera que "no hay motivos de salud pública para no viajar a España. Son momentos para mantener la calma. España es un país seguro y contamos con la mejor sanidad pública y los mejores profesionales sanitarios".

Por Comunidades autónomas
Canarias es el primer destino principal de los turistas en enero, con el 26,6% del total. Le siguen Cataluña (21,0%) y Madrid (14,8%).

A Canarias llegan más de 1,1 millones de turistas, un 5,0% menos que en enero del año pasado. Los principales países de residencia de los turistas de esta comunidad son Reino Unido (con el 29,1% del total) y Alemania (20,7%).

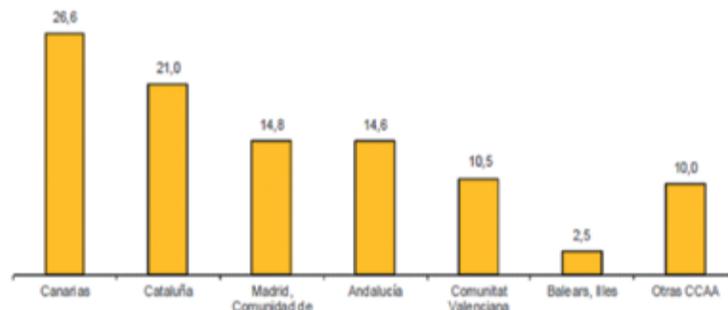
Por otro lado, el número de turistas que visitan Cataluña disminuye un 4,5% y se sitúa en 869.168. El 20,4% procede de Francia y el 20,0% del agregado resto del mundo. La tercera Comunidad de destino principal por número de turistas es

COYUNTURA

La cifra de turistas cae más de un 1%

Según la encuesta Movimientos Turísticos de Frontera (Frontur), realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), España recibió durante el primer mes del año 4,1 millones de turistas internacionales, lo que supone un descenso del 1,4% en comparación con el mismo mes de 2019. Canarias fue la Comunidad autónoma que más visitantes recibió, seguida de Cataluña y la Comunidad de Madrid.

Porcentaje de turistas internacionales por CC.AA. de destino



Fuente: INE.

© NEXOTUR

la Comunidad de Madrid, con un total de 611.422 turistas y un aumento anual del 4,6%. El agregado resto de América es el principal país de origen aquí (con el 23,6% del total), seguido del agregado resto del mundo (15,9%). En el resto de Comunidades españolas el número de turistas internacionales se incre-

menta un 5,5% en Andalucía y un 5,0% en Comunidad Valenciana. Por el contrario, desciende un 26,8% en las Islas Baleares.

La vía aeroportuaria es la que sirve de entrada al mayor número de turistas en enero, con más de 3,4 millones, lo que supone un descenso anual del 3,0%. Por ca-

rrera llegan un 7,0% más de turistas y por puerto un 13,6% más. Por el contrario, por ferrocarril acceden un 1,6% menos.

El número de turistas que utilizan el alojamiento de mercado como modo de alojamiento principal en enero aumenta un 4,7% en tasa anual. Dentro de este tipo, el alojamiento hotelero crece un 5,7% y la vivienda en alquiler un 5,2%. Por su parte, el alojamiento de no mercado disminuye un 16,7%. Los turistas extranjeros alojados en vivienda de familiares o amigos bajan un 19,4% y los hospedados en vivienda en propiedad un 15,5%.

El Ocio, recreo y vacaciones es el motivo principal del viaje a España para casi 3,4 millones de turistas en el mes de enero, lo que supone un descenso anual del 1,7%. Por Negocios, motivos profesionales llegan 369.863 (un 8,1% más) y por Otros motivos 386.889 (un 6,3% menos).

La duración de la estancia mayoritaria entre los turistas en enero de 2020 es la de cuatro a siete noches, con más de 1,8 millones de turistas y un aumento anual del 1,0%. El número de visitantes aumenta un 5,6% entre los que no pernottan (excursionistas), mientras que disminuye un 0,9% entre los turistas con mayor duración, es decir, más de 15 noches.

Por último, en enero más de 3,0 millones de turistas viajaron sin paquete turístico, lo que supone un descenso anual del 6,2%. Con el paquete turístico llegaron más de 1,1 millones, lo que se traduce en un 14,8% más que el año anterior.

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

Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España

NEXOTUR

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

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