



**LUIS GALLEGO**  
**Nuevos retos**  
PÁG. 10 / Gallego busca un grupo IAG "más fuerte y resiliente"



**MANUEL BUITRÓN**  
**Politours cumple**  
PÁG. 10 / Politours seguirá cumpliendo con todos, asegura su presidente



**ALEXANDRE DE JUNIAC**  
**Una ligera mejora**  
PÁG. 8 / El aéreo mejora ligeramente, aunque sigue en estado crítico



**MARK TANZER**  
**Aunar fuerzas**  
PÁG. 7 / Las agencias británicas aúnan fuerzas para presionar al Gobierno



**NORBERT FIEBIG**  
**Situación crítica**  
PÁG. 12 / DRV alerta de que, sin ayudas, las agencias caerán

## El Sector de agencias considera perdida la campaña de verano

CEAV: El problema de los nuevos brotes 'nos está afectando muy directamente'

Preocupación de las agencias por la falta de soluciones antes los nuevos brotes y las recomendaciones de no viajar a España. Los presidentes de CEAV, la Asocia-

ción Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAIVE) y la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) coinciden en que la temporada de verano está perdida.



Luis Antoja, fundador de Avasa.

**Antoja cede el testigo a nuevas generaciones**

Luis Felipe Antoja dimite como presidente y consejero del grupo Avasa, para "dar paso a empresarios más jóvenes". **Pág. 10**

**Omnicanalidad, clave para la recuperación**

Amadeus destaca en un informe que "la omnicanalidad es clave para la recuperación de las agencias de viajes". **Pág. 14**

**Club NEXOTUR**  
Ofertas especiales para los suscriptores. **Pág. 39**

Los problemas de liquidez siguen "afectando mucho a las agencias porque la actividad continúa siendo prácticamente nula y seguimos haciendo frente a gastos de estructura", asegura a NEXOTUR el presidente de CEAV, Carlos Garrido. El presidente de UNAV, José Luis Méndez, ha lamentado que las agencias emisoras "no están vendiendo más



Carlos Garrido

del 15%, y eso la que están abiertas, porque más del 40% están cerradas". Por su parte, el presidente de ACAIVE, Martí Sarraute, ha apuntado que "las ventas han descendido un 90% y está muy claro que el problema de los rebrotes está afectando muy directamente", por lo que "damos por perdida la campaña de verano". **Escaparate en pág. 6**

## El Sector en Europa pide restricciones coordinadas

La alianza Manifiesto del Turismo Europeo solicita a los países de la Unión Europea (UE) que acuerden urgentemente restricciones de viaje coordinadas y garanticen una rápida aplicación para ayudar al Sector Turístico a sobrevivir a al impacto del coronavirus. Pese a que celebran las recientes demandas de la Comisión Europea,



Pawel Niewiadomski

consideran crucial que los viajes dentro de la UE y el área europea se restablezcan cuidadosa y rápidamente, y que se envíen mensajes claros que no causen incertidumbre ni a los negocios ni a los viajeros, ya que, de lo contrario, perjudicará a las reservas y a la materialización de los viajes. **Escaparate en pág. 10**

## Molas: 'Las previsiones no son muy halagüeñas'

El Gobierno 'no puede dejar caer este Sector'

"Si no se toman medidas, podemos encontrarnos a final de año con unas pérdidas acumuladas que podrían rondar los 120.000 millones de euros y la destrucción de más de un millón y medio de puestos de trabajo", asegura el presidente



Juan Molas

de la Mesa del Turismo, Juan Molas, en una entrevista para NEXOTUR. Se muestra confiado con que el Gobierno sí dará los pasos necesarios, ya que "no creemos que

después de haber llegado hasta aquí, pueda dejar caer un Sector que representa tanto". "Las previsiones para los próximos meses no son demasiado halagüeñas", asegura, y es que "habrá que esperar a ver cómo evoluciona la situación de la pandemia, y tenemos confianza en que para la temporada alta del archipiélago canario se hayan podido establecer acuerdos". **Entrevista en pág. 4**

## Suplemento CONEXO

CONEXO regresa como suplemento de NEXOTUR para mantener informados a todos sobre la actualidad del Turismo de Reuniones y el MICE. Este mes destaca cómo el coronavirus ha obligado a dictar nuevas normas en la organización de eventos, así como los destinos congresuales quieren transmitir confianza y seguridad; y la entrevista con el presidente de OPC Madrid, David Abreu. **CONEXO en págs. 15-34**



Portada del suplemento CONEXO

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

## Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España

# NEXOTUR

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

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

## ■ CLAVES

## El fenómeno del 'dirty data'

EN LOS ÚLTIMOS años el turismo español ha desarrollado un liderazgo que le ha permitido resistir a fuertes turbulencias que amenazan constantemente al sector. Prueba de ello son los casi 84 millones de visitantes y los más de 90 mil millones de euros de gasto que registró España en 2019, todo un récord en un contexto marcado por la quiebra de Thomas Cook,



☞ ANTONIO CAMACHO

el Brexit o la guerra comercial entre China y Estados Unidos.

Una de las razones de la solidez del turismo español ha sido su apuesta por la transformación digital y la incorporación del Big Data en la gestión empresarial. No obstante, muchas empresas no son capaces de ingerir la gran cantidad de datos que generan los usuarios cada día, y mucho menos interpretarlos. Además, no cuentan con las herramientas óptimas para hacer frente al fenómeno del 'dirty data', es decir, el conjunto de datos incorrectos, incompletos, desactualizados o duplicados que poseen en sus bases de datos. Los modelos de analítica avanzada de Hocolot reflejan que, en 2019, el dirty data podría haber provocado al sector turístico unas pérdidas de aproximadamente 48,2 millones de euros.

El dirty data entra en escena cuando un usuario, al reservar una habitación o comprar un billete de avión, introduce algún dato incorrecto u obsoleto por equivocación o de forma intencionada con fines ilegales o delictivos. Según Hocolot, el dirty data creció un 57 % entre 2017 y 2019, y un 8 % de los españoles miente o aporta al menos un dato falso; siendo la edad el dato más falsificado, seguido por la localización y la dirección de email.

En este escenario, resulta fundamental que el sector turístico, que ya representa más del 12 % del PIB y casi el 13 % del empleo, siga invirtiendo en soluciones que ayuden a contar con un dato fiable y actualizado del usuario. Así, evitan incurrir en pérdidas económicas importantes, agilizan procesos y mejoran la toma de decisiones de negocio ofreciendo al cliente final los productos y servicios que mejor se ajustan a sus necesidades.

☞ Antonio Camacho es fundador y CEO de Hocolot.

‘Las pymes y autónomos dedicadas a la actividad turística en toda España deben ser conscientes de la capacidad de la digitalización para impulsar sus negocios y comprometerse con ella’, subraya chief executive officer (CEO) de BeeDigital

## TRIBUNA



☞ JAVIER CASTRO

## La digitalización, asignatura pendiente del Sector Turístico

EL DESPLIEGUE DEL ecosistema digital acontecido durante los últimos años ha traído consigo un mundo de posibilidades para las pequeñas y medianas empresas, siendo el turístico uno de los sectores con mayor número de oportunidades. Las pymes y autónomos dedicadas a la actividad turística en toda España deben ser conscientes de la capacidad de la digitalización para impulsar sus negocios y comprometerse con ella.

Según nuestros datos, extraídos de una base de más de un millón de pymes, dentro del sector, las empresas de restauración son las que más apuestan por el entorno online, suponiendo el 70,3% de nuestros clientes del área turística y actividades relacionadas, seguidas por los hoteles, con un 24,4%. Por detrás, se sitúan las compañías de bienestar (1,9%), ocio (1,5%), cine y espectáculos (0,9%), deporte (0,8%), servicios (0,2%), eventos (0,04%) y cultura (0,02%).

Respecto a la etapa de digitalización de estos negocios, nos encontramos en una fase muy temprana. Apenas un cuarto de estas empresas dispone de una página web, y tan solo el 1,2% apuestan por un diseño responsive, aquel que se adapta a los diferentes dispositivos de acceso. En un momento en el que casi el 70% del tiempo de navegación por Internet se realiza desde un smartphone, según IAB, este aspecto resulta revelador y pone de manifiesto la importancia de que el sector se actualice en materia de digitalización.

Pero, ¿cuáles son los retos más urgentes para estas pequeñas y medianas empresas? El primer paso, sin duda, es estar presentes. En los últimos años, se han incrementado los servicios de búsqueda, mapas, chat y voz conectados, multiplicando los lugares donde clientes y marcas interactúan. La comunicación entre empresa y usuario ha cambiado para siempre, volviéndose fundamental que las empresas incorporen estos nuevos canales a sus estrategias.

Deben hacerlo desde un enfoque holístico, que englobe la creación de una web, un buen posicionamiento en buscadores y una estrategia en redes sociales. En este sentido, según nuestros datos, la red más utilizada por los negocios turísticos es Facebook, seguida por Twitter, Instagram, YouTube y LinkedIn. Respecto a qué

empresas son las más concienciadas sobre la importancia de participar en los medios sociales y sus diálogos, restaurantes y hoteles vuelven a estar a la cabeza, seguidos a mucha distancia por ocio, cine y espectáculos, deporte, cultura y eventos.

Esta apuesta por el entorno digital no solo se presenta como un escaparate para aumentar la visibilidad de nuestros negocios y acercarlos a nuevos públicos, sino también como una oportunidad para ofrecer un servicio de

La digitalización tiene el poder de ayudar a los pequeños negocios, quienes tradicionalmente han permitido el desarrollo de este importante sector de la economía española, a que continúen siendo competitivos en un mercado donde cada vez juegan más players.

Hoteles, agencias de viajes y restaurantes pueden utilizar las múltiples herramientas de marketing digital para impulsar sus negocios. Algunos de los beneficios se verán a corto plazo, otros, necesitarán más tiempo, pero sinérgicamente ayudarán a modernizar un sector especialmente relevante.

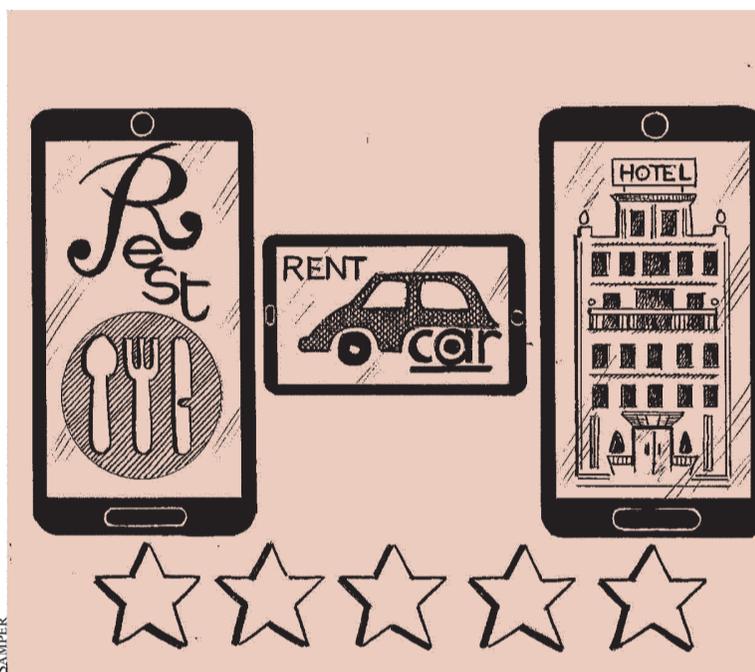
De cara a los consumidores, las empresas tendrán la posibilidad de ofrecer un servicio más completo, de mayor calidad e individualizado. Además, se mejorará la Atención al Cliente gracias a los nuevos canales, se ofrecerán nuevas opciones de compra como el e-commerce y se ganará visibilidad con nuevos públicos.

También los trabajadores pueden beneficiarse de la apuesta tecnológica, gracias a las nuevas opciones laborales como el teletrabajo, que posibilita cumplir con las jornadas laborales sin tener que acudir físicamente a la oficina. El contacto con los proveedores también se ve reforzado con los nuevos canales de comunicación e infraestructuras digitales.

Por último, cabe destacar la gran capacidad de impacto que este sector genera en otras áreas de actividad. Un crecimiento del turismo repercute directamente en la economía local, favoreciendo la actividad de los comercios minoristas. En un momento en el que muchas de nuestras regiones se están viendo afectadas por el fenómeno de la España vaciada, esto resulta realmente esperanzador.

En toda su amplitud, la transformación digital se presenta como un camino para solventar los retos del Sector Turístico y de viajes. Para ello es necesario afrontar esta transformación de una manera estratégica, que conlleve cambios en la cultura corporativa y los procesos de negocio y genera importantes beneficios que van más allá del sector. Las pequeñas y medianas empresas turísticas juegan un papel protagonista, y las herramientas digitales son fiel pareja de baile.

☞ Javier Castro es chief executive officer (CEO) de BeeDigital.



Paralelamente al empleo de estas herramientas, que sirven a las empresas como un altavoz directo con sus clientes y la sociedad, es fundamental que las compañías se aseguren de cuidar la información

corporativa mostrada por terceros. Cerca del 70% de las pymes y autónomos no tiene actualizada los datos que aparece en sitios como Google, Facebook, el directorio de Páginas Amarillas o TripAdvisor. Esto es

un craso error y es que, actualmente, el 90% de los procesos de compra comienzan en Internet y estos sites resultan especialmente relevantes en la decisión final de los usuarios.

Por último, otro reto a afrontar, y que será tendencia durante la nueva década, es el de la hiperconectividad. Habitaciones, empleados, coches de alquiler, actividades y destinos deben estar conectados con el objetivo de ofrecer un servicio completo y de valor añadido a los clientes. Especialmente, si tenemos en cuenta las nuevas opciones, puramente digitales, que han surgido en el sector, como plataformas colaborativas o comparadores; que aparte de haber cambiado las reglas del mercado, han acercado el servicio del alojamiento a particulares e intermediarios.

calidad, más personal y adaptado a las preferencias y gustos de nuestros clientes.

La cantidad de información que ofrece un viajero cuando está en un hotel o un lugar es abrumadora. Registrarla, analizarla y utilizarla de manera correcta es fundamental. Los datos se han convertido en una de las principales palancas de las empresas del sector para la transformación digital de sus core business.

Mediante esta vía, las pymes pueden adaptar la oferta en función de la información disponible sobre los patrones de consumo, fidelidad y actividad en redes sociales.

El uso de los datos permite recopilar y analizar información durante todo el ciclo de vida del viaje de un usuario, de modo que, desde sus primeras instancias, las empresas pueden aprender del comportamiento del propio cliente para ofrecerle aquello que creen que encaja mejor con sus expectativas. En paralelo, hay que ofrecer un servicio sencillo, sin trámites que interrumpan la experiencia del cliente y personalizado. El sector debe adaptar su oferta a lo que quiere vender y a lo que demanda el consumidor.

La red más usada por los negocios turísticos es Facebook, y le siguen Twitter, Instagram, YouTube y LinkedIn

La transformación digital se presenta como un camino para solventar los retos del Sector Turístico

# 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

**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), GERGANA ORLINOVA (EVENTOS), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN), MAMEN MARTÍNEZ (DISEÑO) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR).

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

**CONSEJO ASesor (DIRECTORES):** FRANCISCO VÁZQUEZ (CONFERENCIA CIMET), CLAUDIO MEFFERT (SALONES Y FOROS FUTURALIA Y NEXOBUSINESS)

**NEXO**  
editores s.a.

**REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:**

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

**DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO:** JAVIER CONTRERAS  
**DIRECTOR JURÍDICO GRUPO NEXO:** SANTIAGO MORATALLA SALVADOR  
**DIRECTOR DE 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 (INTERNATIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966

TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

## Coronavirus: Las agencias, en estado crítico

**A**GENCIAS EN ESTADO CRÍTICO. El destino de agencias de viajes y aerolíneas vuelve a estar irremediablemente unido. Del rescate de las aerolíneas por parte del Estado depende no sólo que las compañías no quiebren, sino también la corrección de los graves daños colaterales causados a los agentes y sus clientes, como la frustrada devolución del importe de los billetes aéreos pagados y no volados. Especialmente reembolsar el billete intermediado por agencias, a las que muchos clientes exigen la devolución de lo pagado en efectivo, no en bonos.

La ministra Reyes Maroto, acompañada del nuevo secretario de Estado y del director general de TurEspaña, escuchó de boca del director de NEXOTUR —en su condición de decano y vicepresidente de la Mesa del Turismo—, en un almuerzo de trabajo en el Hotel Riu Plaza España, ante medio centenar de empresarios y directivos turísticos, la situación del Sector.

La pandemia amenaza con arrasar al Sector, que permanece hibernado tras la peor temporada de verano que se recuerda. En la intermediación, la situación creada por la pandemia se ve agravada por sus bajos márgenes, que requieren unos altos volúmenes de facturación para obtener beneficios. Así, al igual que las mayoristas emisoras o turoperadores españoles, las agencias acusan el derrumbe del consumo de viajes. En promedio, han vendido este verano alrededor de la décima parte que el año pasado, con un 80% y 90% de caída de facturación.

La venta intermediada del vacacional doméstico, especialmente del sol y playa, se ha situado en torno al 15%, pero la práctica desaparición de los viajes vacacionales de largo radio (Caribe, Iberoamérica o Asia), e incluso de media distancia, es determinante. Al ser estos productos de alto precio los que más inciden en la facturación y el margen del agente. Los productos que más reservados este verano han sido domésticos: costas e islas, además de circuitos, paradores, hostales o campings.

Sorprendentemente, el corporativo cae menos que el vacacional, sostenido por las pymes españolas, que lo han reactivado un poco. Se estima que se mantiene entre el 20% y 25% de las operaciones del año pasado, pero con menos margen, por lo que se reduce al 15-20% en términos de facturación neta. En suma, 75-80% en operaciones y 80% al 85% en ingresos.

El MICE, por contra, está casi a cero. Aun no se programan eventos. De hecho, los del primer semestre se trasladaron al último cuatrimestre y, ante la evolución de la pandemia, están aplazándose hasta 2021. La incertidumbre hace que el MICE, además de cancelar o retrasar los programados, no se atreva a programar eventos: está casi sin actividad.

Conviene recordar que en las reservas que están haciéndose, el riesgo y ventura lo asumen proveedores y agentes ante la no presentación o por cancelación, y sólo se formalizan reservas "abiertas".

*La ministra y el nuevo secretario de Estado de Turismo escucharon el informe 'Un verano con freno y marcha atrás', realizado por NEXOTUR para el 'lobby' sectorial Mesa del Turismo*

Lo más grave es que el Sector sufre una suerte de 'corralito', ya que muchas agencias no se atreven a abrir (alrededor de la mitad siguen cerradas y con su personal en ERTE), ante el temor de una avalancha de clientes, reclamando el reembolso en efectivo de lo que pagaron por billetes de avión o cruceros suspendidos por la pandemia. Un gravísimo problema que, si no se soluciona de forma inmediata, generalizará el creciente desánimo y contribuirá al cierre de muchas agencias. Un conflicto sobrevenido que los agentes atribuyen a la inexistencia de garantías por parte de las compañías. Agentes y turoperadores se sienten esclavos de una Ley de Viajes Combinados injusta, que los ha dejado atrapados entre el cliente y el proveedor.

Estas son las "verdades del barquero", que el director de NEXOTUR transmitió a la ministra y el secretario de Estado de Turismo, ante los miembros de la Mesa del Turismo, veterano lobby empresarial, al servicio del Sector Turístico español.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

### ▲ CHECK-IN / Exclusiva NEXOTUR

#### Agencias: ERTE hasta diciembre

Ha sido el bulo del verano. "Serpiente informativa" difundida por medios digitales tanto generalistas y especializado, que agregó todavía más incertidumbre al sufrimiento acumulado por los agentes de viajes. Un bulo que NEXOTUR desmintió, contrastándolo con fuentes del Gobierno, CEOE y Sindicatos, que confirmaron que las agencias no serán excluidas de la negociación para la prolongación de los ERTE hasta fin de año, desmintiendo así el bulo difundido, que había generado una gran preocupación en el Sector.

El Digital Nexotur.com ofreció a sus lectores, en exclusiva, el desmentido del bulo difundido en la mañana del jueves 10 de agosto por un digital generalista de gran tirada, según el cual el Gobierno baraja dejar fuera a las agencias y al transporte de la prolongación de los ERTE de fuerza mayor hasta el 31 de diciembre, en respuesta a la crisis del Covid-19. El desmentido afectaba a agencias de viajes y empresas transportistas, dos de los sectores clave del Turismo, muy estrechamente ligados.

Esta falsa información fue desmentida por fuentes del Empresariado turístico, como la Mesa del Turismo y CEAV, tras confirmarlo con la Secretaría de Estado de Turismo y la Secretaría General de Transportes; o por directivos del Sector como Santiago Vallejo, director general de Movelia, líder tecnológico en la venta de billetes de autobús.

La Secretaría de Estado de Empleo también aseguró que "no hay nada de cierto" en esa noticia. De hecho, en estos días culmina la primera convocatoria de la 'mesa tripartita', que reúne al Gobierno con los empresarios y sindicatos.

### ★ PERSONAJES DE LA SEMANA / Juan Molas

El nuevo presidente de la Mesa del Turismo, que relevó a Abel Matutes, ha asumido la dirección del veterano lobby sectorial en los momentos más difíciles que el Sector ha sufrido en toda su historia. La infatigable



labor que está llevando a cabo, con el secretario general Carlos Abella, ha supuesto un eficaz dique de contención ante los dislates de parte del Gobierno y el escaso peso del Ministerio de Turismo en el Consejo de Ministros.

### ● LA CHISPA / Quique



### ▼ CHECK-OUT / MINISTRO DE CON-

#### Los dislates de Garzón

El ministro de Consumo, Alberto Garzón, ha logrado una rara unanimidad, al poner a todo el Sector (y a la Sociedad española) en contra de unas declaraciones que, lejos de corregir, ha reiterado en varias comparecencias posteriores. Sus palabras manifestando que el Turismo "es un sector de bajo valor añadido, con una actividad estacional y precaria", han causado un profundo malestar entre profesionales y empresarios turísticos españoles.

Para el presidente de CEAV, Carlos Garrido, "es lamentable que un ministro del Gobierno de España desprecie de esta manera al Turismo con lo que éste ha aportado a la economía, al empleo y al bienestar". Además, ha asegurado que el Turismo está en una situación muy delicada y que en estos momentos, en los que urge tomar medidas contundentes de apoyo, "es preocupante que haya un ministro con esa equivocada mentalidad".

El presidente de la Mesa del Turismo, Juan Molas, que pidió la dimisión o el cese del miembro del Gobierno, que fue ampliamente recogida por los medios de comunicación, ha lamentado que un ministro de España se pronuncie con tanto desprecio sobre un Sector que lidera el ranking mundial de competitividad turística según el Foro Económico Mundial. "Es inaceptable que una persona que ocupa un cargo de su relevancia demuestre semejante ignorancia y desconocimiento sobre el Turismo español, que es puntero a nivel internacional y goza de una reconocida referencia del I+D+i aplicado a su ámbito", ha recalado el presidente del lobby sectorial Mesa del Turismo.

Es evidente que la temporada de verano se ha perdido totalmente / Las pérdidas a final de año podrían rondar los 120 mil millones / Todos los subsectores se han visto afectados en gran medida / Tenemos confianza en que el Gobierno finalmente apruebe la ampliación de los ERTE / Mantenemos contacto permanente con las autoridades

## «No creemos que pueda haber una recuperación rápida»

Juan Molas / Presidente de la Mesa del Turismo

El presidente de la Mesa del Turismo analiza durante esta entrevista la situación que está afrontando el Sector Turístico durante estos momentos de la pandemia. Molas valora cómo están afectando las restricciones de los países europeos hacia España por los nuevos brotes, los subsectores más afectados, y el riesgo de pérdidas de empleo, entre otros muchos temas. Además, no se ha mostrado especialmente optimista respecto a las previsiones para los próximos meses.

**P.- ¿Cuál es la situación del Turismo actualmente tras las numerosas restricciones y la aparición de nuevos brotes? ¿Hay algún signo de recuperación?**

**R.-** Es evidente que la temporada de verano se ha perdido totalmente. Las decisiones tomadas por nuestros vecinos europeos y principales mercados emisores de establecer cuarentenas y recomendaciones de no viajar a nuestro país, han hecho que la demanda del mercado internacional prácticamente haya desaparecido. El movimiento que ha habido este verano se ha limitado casi exclusivamente, al mercado nacional y, por supuesto, no ha sido suficiente para cubrir las necesidades básicas del Sector. Lamentablemente en estos momentos, no vemos que pueda haber una recuperación rápida y esperamos una temporada de otoño-invierno realmente muy difícil.

*Esperamos una temporada de otoño-invierno que será realmente muy difícil*

**P.- ¿Qué propuestas concretas están realizando desde la Mesa del Turismo para favorecer la recuperación del Sector?**

**R.-** El Sector necesita certeza y rapidez en la toma de decisiones y desde la Mesa del Turismo seguimos insistiendo en las medidas que propusimos desde el inicio de esta pandemia. Lo más importante es evitar que se destruya el tejido productivo y que muchas empresas se vean obligadas a cerrar, o a transformar los ERTE en ERE.

Es imprescindible la ampliación de los ERTE, como mínimo hasta junio del año próximo. Asimismo, la aplicación de un IVA superreducido durante al menos los dos próximos años. También solicitamos la eliminación o exención de tasas, de ámbito local, autonómico y estatal, así como el establecimiento de incentivos para la población española, que ha sufrido una merma importante en sus ingresos y no puede realizar viajes como consecuencia de los problemas económicos y no sólo del miedo al contagio. Igualmente

demandamos la ampliación del periodo de carencia de las actuales líneas de avales de créditos ICO como mínimo dos años, para que las empresas puedan hacer frente a sus compromisos adquiridos, y por supuesto, se necesitan campañas de comunicación tendentes a recuperar la confianza de los principales mercados emisores.

**P.- ¿Cuál es su sensación ante la prorrogación y flexibilización de los ERTE? ¿Cree que se ampliarán hasta marzo de 2021?**

**R.-** Es una medida totalmente imprescindible. No creemos que el Gobierno después de haber llegado hasta aquí, pueda dejar caer un Sector que representa tanto para la economía española, no sólo por su aportación directa al PIB y al empleo, que supone el 12,5% y el 13% respectivamente, sino al resto de sectores económicos de nuestro país. No nos olvidemos que muchos otros sectores económicos dependen en gran medida de que el Turismo funcione en España.

Sin duda tenemos confianza en que el Gobierno finalmente apruebe la ampliación de los ERTE, pero no hasta marzo sino, dadas las actuales circunstancias en las que nos encontramos, como mínimo hasta el mes de junio del próximo año.

**P.- ¿Que repercusión tendrá la pandemia en el Sector Turístico en términos de cierres, ERTE, pérdidas, hoteles cerrados...?**

**R.-** Podríamos decir que, prácticamente todos los subsectores, se han visto afectados como consecuencia de la pandemia. Hemos visto que el sector hotelero solo ha podido poner en marcha un pequeño porcentaje de los establecimientos, y en muchos casos y como consecuencia de las restricciones, se han visto obligados a cerrar nuevamente a finales de agosto. De los 9.500 puntos de venta de agencias de viajes de nuestro país, más de 5.000 ni siquiera han llegado a abrir. Los que menos se han visto afectados este año han sido los destinos de interior, hoteles en pequeños núcleos, campings, etc., dado que el cliente nacional ha buscado estos destinos de naturaleza.



**P.- ¿Cuáles son los subsectores más afectados por la pandemia? ¿Y los que menos?**

**R.-** Podríamos decir que, prácticamente todos los subsectores, se han visto afectados como consecuencia de la pandemia. Hemos visto que el sector hotelero solo ha podido poner en marcha un pequeño

porcentaje de los establecimientos, y en muchos casos y como consecuencia de las restricciones, se han visto obligados a cerrar nuevamente a finales de agosto. De los 9.500 puntos de venta de agencias de viajes de nuestro país, más de 5.000 ni siquiera han llegado a abrir.

Los que menos se han visto afectados este año han sido los destinos de interior, hoteles en pequeños núcleos, campings, etc., dado que el cliente nacional ha buscado estos destinos de naturaleza.

**P.- ¿Considera adecuadas las medidas de países europeos contra España por los brotes?**

**R.-** En algunos casos, consideramos que las medidas han sido desproporcionadas, dado que no se han tenido en cuenta los índices de contagio de determinadas zonas turísticas, que en muchos casos eran inferiores a las del propio país que aplicaba esas medidas. Desde el inicio de la crisis insistimos en que era necesario negociar corredores seguros para establecer las comunicaciones, entre zonas con índices similares. Otra de las medidas que consideramos se deben tomar es la elaboración de test, tanto en origen como en destino, para dar seguridad tanto a los clientes que nos visitan, como a los destinos que reciben a los turistas y a su país de origen.

**P.- ¿Cómo cree que le está afectando al destino España la gestión de la crisis sanitaria a nivel nacional y europeo?**

**R.-** Evidentemente tiene unas graves consecuencias económicas, pero además de esto, se está viendo muy afectada la imagen de la marca España. España es un destino totalmente seguro en todos los aspectos. El Sector Turístico ha hecho todos sus deberes con el desarrollo e implantación de los protocolos higiénico-sanitarios necesarios para garantizar el mínimo riesgo de contagio, pero no hemos sabido transmitirlo a nuestros vecinos europeos.

**P.- ¿Cómo valora las decisiones de la Unión Europea que está llevando a cabo para el Sector Turístico? ¿Y qué medidas en concreto echa en falta?**

**R.-** El desafortunado problema que existe con la Unión Europea es que solo puede recomendar acciones a los propios Estados miembros, pero de ninguna de las maneras, puede obligar a implementar dichas medidas. En estos momentos, la Comisión Europea ha propuesto establecer una serie de medidas coordinadas y unos criterios unánimes sobre las restricciones de viaje, pero únicamente puede adoptar una Recomendación del Consejo, para que lo apliquen los países miembros.

**P.- ¿Qué previsiones tienen para los próximos meses? ¿Los viajes podrán remontar?**

**R.-** Las previsiones para los próximos meses no son demasiado halagüeñas. El segmento de negocios, reuniones, congresos, etc., que es el que debería estar empezando a activarse ahora, continúa parado y no hay previsiones de una reactivación importante de aquí a final de año. Habrá que esperar a ver cómo evoluciona la situación de la pandemia, y tenemos confianza en que para la temporada alta del archipiélago canario se hayan podido establecer acuerdos con nuestros principales mercados emisores que habiliten corredores seguros u otras medidas que permitan eliminar las restricciones.

## La recuperación, para cuando haya vacuna

El inicio de la recuperación del Sector se producirá, como comentábamos anteriormente, en el momento en el que las autoridades sanitarias del mundo lancen una vacuna o existan tratamientos eficaces para paliar los efectos de la enfermedad. No obstante, no consideramos que se pueda re-

iniciar una cierta actividad antes de la próxima temporada de verano 2021.

Sin embargo, de lo que sí estamos totalmente convencidos es de que una vez consigamos tener esa vacuna, la recuperación será bastante rápida, porque las ganas de via-

jar siguen intactas en la población. Asimismo, cabe destacar que nuestro país aún tiene mucho que ofrecer, y nuestro Sector ha demostrado que es capaz de superponerse a las más duras de las circunstancias, a las que ya ha hecho frente

en anteriores ocasiones, como es el caso de la crisis del año 2008.

Por eso, es necesaria una apuesta decidida por parte del Gobierno para ayudar al sector que, en el momento que las circunstancias sanitarias lo permitan, volverá a convertirse en la locomotora de la economía de nuestro país.



JUAN MOLAS

# TEN PRESENTE TU FUTURO

Con Grupo GEA obtienes:

**Rentabilidad**  
**Innovación**  
**Exclusividad**  
**Asesorías especializadas**

**NUESTRA TRAYECTORIA, NUESTRA MEJOR GARANTÍA**

# ASÓCIATE A GEA



## GRUPO GEA, CERCA DE TI

### DELEGACIONES:

**NORTE**  
**CATALUÑA Y BALEARES**  
**CENTRO**  
**SUR Y LEVANTE**  
**ISLAS CANARIAS**



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

[www.grupogea.com](http://www.grupogea.com)  
952 37 66 55

# ESCAPARATE

## Las llegadas descienden en un 98% durante junio

En junio, se ha registrado un fuerte desplome en las llegadas de turistas extranjeros del 98% respecto a 2019. El gasto registrado ha sido un 98,6% inferior, llegando solo hasta los 133 millones de euros. **Pag 8**



## La capacidad aérea bajará un 35% en septiembre

Al vertiginoso crecimiento experimentado por los 'portales' de los hoteles se suma la desaceleración que se viene produciendo en la intermediación *online*, donde Expedia y Booking controlan el 92% del negocio. **Pag 10**



## El tráfico aéreo cae un 80% en el mes de julio

Pese a que la demanda de pasajeros en julio sigue en niveles muy bajos (-79,8% respecto a julio de 2019), los datos han sido algo mejores frente al 86,6% de caída de junio, según destaca IATA. **Pag 8**

## PRONTUARIO

### Un relleno de lujo

**E**STABA YO FRUSTRADO por mi insomnio oyendo mi radio a eso de las 06.30 cuando apareció, rellenando horas, un agente de viajes profesional: José Redondo, bien conocido en el gremio, pues ya hace años que dirige una mediana agencia familiar que derrama, con éxito, su buen hacer para gozo de sus clientes y orgullo del Sector.

Viajes Redondo se dedica a todo, como todas las medianas

agencias del país. No hace tantos años, gasto parte de su tiempo desde las organizaciones sectoriales, tanto Grupo Europa, como la extinta AEDAVE, AEDAVE Madrid, FETAVE y AE-

MAV. En todas demostró su buen hacer con sus conocimientos, sus buenas ideas, sus dotes de dirección y su consejo atinado, en las cosas de un sector como el de las agencias, siempre en evolución y atacado por unos o por otros.

Es una pena que los medios de comunicación no nos regalen, como antes, algunos minutos en horas de plena audiencia a las agencias, pues gentes como Redondo las hay en el Sector que invento la actividad turística ya hace un siglo largo. Hombres y mujeres de su talla son los que inventaron el Turismo, sí esa actividad que ahora: "es fundamental a nuestra economía".

Los clientes de Redondo lo saben muy bien y le obsequian con su fidelidad, pues él no se ciñe al viaje enlatado sino que enlata un producto *gourmet*, que antes de ponerse en el mercado ha sido siempre probado, preparado y escogido personalmente, pensando en ellos.

Esto es lo que los medios deberían de trasladar a sus oyentes: el agente de viajes siempre está a su lado defendiéndole, tanto a la hora de decidir destino y presupuesto, como también para mediar y medrar por sus intereses.

☞ Antonio Caballos García es agente de viajes.

# El Sector a la espera de cómo se comporta la pandemia en el último cuatrimestre

CEAV se está reuniendo con la CEOE para informar al Gobierno sobre la flexibilización de los ERTE

"Estamos a la espera de ver cómo se comporta la pandemia este último cuatrimestre y si se reactivan los viajes de empresa y vacacionales,

aunque en el mejor de los casos serán muy escasos", asegura a NEXOTUR el presidente de CEAV, Carlos Garrido. Y es que el Sector ya

da por perdida la temporada de verano, sobre todo por las cuarentenas y las recomendaciones de ciertos países por los nuevos brotes.

Las agencias de viajes siguen sufriendo de primera mano las consecuencias del coronavirus. NEXOTUR ha consultado al presidente de CEAV, Carlos Garrido, quien ha explicado que los problemas de liquidez siguen "afectando mucho a las agencias porque la actividad continúa siendo prácticamente nula y seguimos haciendo frente a gastos de estructura". A este respecto, sitúa una vez más en el punto de mira las cuarentenas y recomendaciones de ciertos países, ya que a raíz de ese momento "se fueron anulando la práctica totalidad de reservas". Esta situación ha provocado que "la temporada esté ya perdida", asegura Garrido, señalando que "estamos a la espera de ver cómo se comporta la pandemia este último cuatrimestre y si se reactivan los viajes de empresa y vacacionales, aunque en el mejor de los casos serán muy escasos".

Por su parte, desde la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), su presidente, Martí Sarrate, ha apuntado a este diario que "las ventas han descendido un 90% respecto al año

pasado y está muy claro que el problema de los rebrotes está afectando muy directamente a la situación actual", lo que ha provocado que "demos por perdida la campaña de verano". En este sentido, ha criticado que "no se está gestionando bien la información, creando una imagen de alarmismo porque no se ha controlado bien la posibilidad del adelanto de los rebrotes y que se está dando una imagen de desconfianza e inseguridad de viajar a nuestro país". De igual manera, Sarrate ha manifestado que el Turismo nacional no se está comportando como se esperaba. Pese a que "henos realizado varias campañas con diferentes autonomías y diputaciones para reactivar el Turismo nacional, no es suficiente", añade.

### Flexibilización de los ERTE

Del mismo modo, el presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Méndez, coincide en que "las ventas son casi nulas", lo que ha provocado "el cierre de muchos hoteles". Asimismo, ha lamentado que las agencias de viajes

emisoras "no están vendiendo más del 15%, y eso la que están abiertas, porque más del 40% están cerradas". "Evidentemente los países que recomiendan no viajar a España tampoco permiten en muchos casos la entrada de españoles a sus países sin cuarentena, y así no se puede viajar", añade.

Para tratar de suavizar estos momentos de incertidumbre, la principal demanda por parte de las agencias continúa siendo la flexibilización de los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE). A este respecto, Garrido ha explicado que "estamos teniendo reuniones con la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) para que traslade a la mesa tripartita las especiales características que tenemos las agencias y afortunadamente tanto ellos como su presidente, Antonio Garamendi, están al corriente de nuestros problemas y en muy buena disposición para ayudarnos".

Desde ACAVE, también fijan otras necesidades importantes como la reducción del tipo impositivo del IVA, como han hecho en otros países de la Unión Europea (UE), al 5% para poder ser más competitivos en



Dan la temporada de verano por terminada.

los precios de los productos turísticos; formalizar un Plan Renove con bonos canjeables para vacaciones a través de las agencias; acceder a las ayudas aprobadas al Estado por la UE y planificar la manera de que puedan conseguir ayudas en los objetivos marcados. Asimismo, Sarrate ha querido recordar que aún continúan demandando "los reembolsos de los billetes cancelados por causa del Covid-19, y que nosotros tenemos obligación por Ley de devolver el importe a los consumidores".

# El sector servicios, el que más parados ha registrado durante el mes de agosto

Los destinos más rurales y tranquilos han registrado descensos en el número de parados

Los nuevos datos de paro publicados por el Ministerio de Trabajo confirman el impacto de las restricciones de movilidad y los brotes en el Sector Turístico. Y es que el sector servicios, donde se engloba el Turismo, ha sido el que más parados ha registrado en el mes de agosto, con 20.016 de los 29.780 que se han contabilizado entre todas las actividades, es decir, un 67,2% del total.

No obstante, como dato positivo, no alcanza ni el 10% del que se produjo en los meses de marzo y abril.

En este sentido, cabe destacar que las Comunidades autónomas más afectadas por el paro se encuentran entre los destinos más importantes de nuestro país. Estas son Cataluña (11.293), Madrid (6.260) y la Comunidad Valenciana (5.694), que concentran el 78% de los nuevos pa-

rados. Sin embargo, los destinos que tradicionalmente se conocen como lugares más rurales y tranquilos son los que han descendido en el número de parados. Entre ellos se encuentran Navarra (-1.078), Cantabria (-763) y Extremadura (-548). Esto refleja que los viajeros han decidido huir de las aglomeraciones en agosto, decantándose por destinos más rurales en búsqueda de tranquilidad.



El turista ha huido de las aglomeraciones.

## VECI quiere apostar por el Turismo sostenible

Viajes El Corte Inglés ha desarrollado una gama de productos de Turismo Sostenible, englobada dentro de su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Así quiere fomentar una oferta sostenible que atienda a las necesidades de los viajeros actuales y de las regiones receptoras y, al mismo tiempo, proteja y fomente las oportunidades para el futuro.

## Waynabox suspende su venta de viajes por Europa

Waynabox suspende la venta de sus itinerarios por Europa por la incertidumbre por las cambiantes restricciones impuestas por la mayoría de países de la Unión Europea y de la zona Schengen. Sus ventas se centrarán ahora en los nuevos viajes por carretera, con los que el viajero puede reservar un itinerario sorpresa por territorio nacional con su propio coche, coche de alquiler o camper.

## Volotea mantiene los datos del 2019 pese al Covid-19

Volotea ha cerrado el verano con unos resultados operativos muy positivos, tanto a nivel de volumen como en ejecución, en la mayor parte de los mercados en los que tiene actividad. Según explican, la aerolínea de 'bajo coste' se ha posicionado durante el periodo estival como líder por volumen en cinco de sus 15 bases, concretamente en Asturias, Génova, Verona, Nantes y Estrasburgo.

## Canarias busca un plan B para solucionar la crisis

Turismo de Canarias estudia nuevas medidas para hacer frente a la temporada turística de invierno 2020-2021. Según la consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla, "la inminencia de la temporada alta canaria requiere que nos adelantemos con un plan B coordinado con los cabildos que nos ayude a generar confianza en la demanda".

# Las agencias de viajes británicas aúnan sus fuerzas para presionar al Gobierno

Abogan por que el Gobierno británico proporcione subvenciones de recuperación

Las Asociaciones de agencias de viajes de Reino Unido han decidido unirse con la creación de 'Save Future Travel Coalition', una alianza que permitirá presionar al gobierno sobre la necesidad de apoyo específico para salvar empleos y negocios en el Sector Turístico tras la crisis del coronavirus. "Coordinar nuestros esfuerzos a través de Save Future Travel Coalition nos permite hablar con una sola voz en áreas de interés común y garantizará que la voz de nuestra industria se escuche con más

claridad en las semanas críticas que se avecinan", ha señalado el director de Asuntos Públicos de la Asociación Británica de Agencias de Viajes (ABTA), Luke Petherbridge.

### Cinco pilares

En este sentido, han acordado aumentar la coordinación y la combinación de esfuerzos antes del presupuesto de este otoño, con reuniones regulares para intercambiar ideas y conocimientos y emprender

actividades conjuntas para tratar de asegurar el apoyo específico que la industria necesita desesperadamente. "Nuestro trabajo como asociaciones de viajes es defender nuestra industria, por lo que debemos unirnos para destacar la importancia estratégica vital de los viajes para la economía del Reino Unido", ha apuntado Petherbridge, considerando que "ahora es un momento oportuno", tras el regreso de los parlamentarios.

Concretamente, las bases que defienden desde esta coalición

son cinco. En primer lugar, consideran que hay que regionalizar la cuarentena, complementada con una política de asesoramiento de viajes del Ministerio de Relaciones Exteriores. Asimismo, opinan que hay que introducir las pruebas PCR para permitir la reanudación de los viajes a los principales destinos y socios comerciales globales.

También abogan por que el Gobierno proporcione subvenciones de recuperación y otras medidas de apoyo empresarial. Del mismo

modo, demandan apoyo salarial continuo al menos hasta marzo de 2021. "Dado que el plan de licencias está llegando a su fin a fines de octubre, el Gobierno debería considerar extender el apoyo a las empresas que no han experimentado una recuperación de los ingresos", han explicado. Finalmente, exigen un periodo de vacaciones, ya que apuntan que "incentivaría a los consumidores a reservar e impulsaría a las empresas antes del verano de 2021".

**Airmet**  
cybas

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

**20** CREAMDO EL  
FUTURO  
ANIVERSARIO



### Tecnología

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



### Asesoramiento

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



### Formación

En todo aquello que necesitas para gestionar tu empresa.



### Marketing

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



### Plataforma de reservas

Aéreo, cruceros, tren, hoteles, paquete dinámico.



### Rentabilidad

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



**f** AIRMET  
**t** AirmetGrupo

**☎** 91 522 96 77  
**✉** agencias@grupoairmet.es

## Globalia lleva el Turismo accesible a sus agencias

Las agencias de Globalia podrán ofrecer a sus clientes con movilidad reducida más de 1.500 hoteles accesibles en más de 20 países, tras el acuerdo alcanzado con Disabled Rooms, bando de camas especializado en Turismo accesible. Halcón Viajes y Viajes Ecuador, junto a Globalia Corporate Travel y Geomoon, podrán ahora ofrecer a este tipo de cliente información sobre la accesibilidad.

## CEAV celebrará sus Jornadas en marzo

Las Jornadas Técnicas de CEAV tendrán lugar del 11 al 14 de marzo del próximo año 2021 en Viena, tal y como ha informado la gerente de la Confederación, Mercedes Tejero. Tras un acuerdo con el hotel y con Turismo de Austria esta será la nueva fecha oficial, aunque todo estará condicionado por la evolución del Covid-19 en los próximos meses.

## Costa Cruceros hará test a todos sus pasajeros

Basándose en la situación epidemiológica actual, Costa Cruceros realizará la prueba rápida antigénica Covid-19 a todos sus huéspedes. Ha comenzado con la primera salida del Costa Deliziosa, el 6 de septiembre desde Trieste, y seguirá en todos los barcos que volverán más tarde a operar. La prueba antigénica rápida identificará cualquier caso sospechoso.

## Parque Warner obtiene Safe Tourism Certified

Parque Warner y el Catering Samantha de España han recibido el sello Safe Tourism Certified, que otorga el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE). Con él se garantiza el cumplimiento de las máximas garantías higiénico-sanitarias en la prestación de sus servicios de gestión hotelera. Desde que comenzaron las primeras certificaciones, en pocas semanas, son ya más de 600 los establecimientos.

# El Sector en Alemania alerta de que sin ayudas las agencias de viajes caerán

Casi el 80% de las agencias ha solicitado la reducción de la jornada laboral

ECTAA ha presentado una demanda ante la autoridad europea de competencia contra IATA por incumplimiento de los artículos 101 y 102 del

Tratado de la Unión Europea. Aseguran que las compañías aéreas "han entrado en competencia directa con los agentes de viajes".

La Asociación Alemana de Viajes (DRV) se muestra muy preocupada por la situación que están atravesando las agencias del país. Su presidente, Norbert Fiebig, ha asegurado que "las agencias de viajes y los operadores turísticos en Alemania están pasando por un momento muy difícil", lamentando que "muchas empresas se ven amenazadas en su existencia y tienen que luchar para sobrevivir a la crisis". Por ello, insta al gobierno germano a seguir implementado ayudas para auxiliar al Sector Turístico, ya que es la única manera de garantizar "la supervivencia del Turismo".



Norbert Fiebig

operadores afirma que ya han despedido empleados o están obligados a hacerlo, al mismo tiempo que casi dos tercios sitúan su facturación actual en menos del 25% en comparación con el año anterior. Además, el 85% ha solicitado trabajo a jornada reducida y el 86% de ellos asume que esto no cambiará en el próximo año. "Para los operadores turísticos alemanes, es vital que las ayudas se extiendan y se ajusten", avisa Fiebig.

Por otra parte, al igual que ocurre con las agencias de viajes, el 70% de los fondos solicitados aún no han sido desembolsados. Por ello, desde DRV califican de "muy importante" un marco fiable en el que estos puedan reanudar sus negocios. "Las señales contradictorias de los políticos, por ejemplo en cuanto a la importancia de las advertencias para los viajes, no son útiles" concluye el presidente de la Asociación, añadiendo que "necesitamos una comunicación fiable y, en la medida de lo posible, consejos de viaje diferenciados en lugar de advertencias generales".

Para sustentar estas demandas, la propia Asociación ha realizado una encuesta entre sus agencias asociadas, que ha dejado datos alarmantes. Según el sondeo, el 70% de estas estima que su facturación actual es inferior al 25% en comparación con la del año anterior. Así, para garantizar la

### Fuerte crisis

Los operadores turísticos en Alemania también se encuentran inmersos en una fuerte crisis. Tanto es así, que la mitad describe su situación como "una amenaza para su propia existencia". Más de la mitad de los

o que probablemente tendrán que hacerlo. Además, el 92% ha recibido ayuda de emergencia, y el 85% de las agencias ha solicitado ayudas adicionales al gobierno. Sin embargo, casi el 70% de ellas todavía no ha visto ningún dinero, debido a los largos procesos administrativos.

# La situación del sector aéreo mejora ligeramente, aunque continúa en estado crítico como destaca IATA

El 'lobby' aéreo propone un plan de acción de tres puntos para que los gobiernos reabran las fronteras de manera segura

Según la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), la demanda de pasajeros en julio ha mejorado ligeramente. Pese a que continuó en niveles muy bajos (-79,8% respecto a julio de 2019), los datos han sido algo mejores si los comparamos con el 86,6% de caída en junio. "La crisis de la demanda ha experimentado un pequeño respiro en julio, aunque la industria sigue paralizada", ha señalado el CEO de IATA, Alexandre de Juniac. Esta mejora se debe a la reapertura del área de Schengen, que incentivó la demanda en Europa. No obstante, "el posterior cierre de las fronteras por



Alexandre de Juniac

parte de los gobiernos o la imposición de cuarentenas no da confianza a muchos de los consumidores para hacer planes de viaje", añade De Juniac.

Del mismo modo, la demanda de pasajeros internacionales en julio se ha desplomado un 91,9% en comparación con julio de 2019, una ligera mejora con respecto al descenso del 96,8% de junio. Dentro de este ámbito la demanda de las aerolíneas europeas en julio se ha derrumbado un 87,1%, siendo las que han registrado mejores resultados, ya que las de Asia y el Pacífico se han reducido en un 96,5% y las norteamericanas un 94,5%, aunque

ambas también mejoran ligeramente. Igualmente, el tráfico interno ha caído un 57,5% en julio, donde también se observa una mejora en comparación con el desplome del 68% en junio.

### Trabajo conjunto

Por otra parte, para mantener esta tendencia creciente, el lobby aéreo pide a los gobiernos que trabajen conjuntamente para encontrar urgentemente formas de restablecer la conectividad global reabriendo las fronteras y continuar con las medidas de socorro para sostener a las aerolíneas durante la crisis. "Demasiados gobiernos están luchando contra una pandemia de forma aislada con la visión de que cerrar las fronteras es

la única solución", lamenta el CEO de IATA, considerando que "es hora de que los gobiernos trabajen juntos para implementar medidas que permitan reanudar la vida económica y social, mientras controlan la propagación del virus".

En este sentido, IATA propone un plan de acción de tres puntos para que los gobiernos reabran las fronteras de manera segura. Concretamente, piden implementar la guía de despegue de la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) de forma universal; aprovechar el trabajo del Grupo de Trabajo de Recuperación de la Aviación (CART); y desarrollar medidas de prueba de Covid-19 que permitan la reapertura de fronteras al reducir el riesgo de importación.

Finalmente, reclaman medidas de alivio adicionales, centrándose en dos áreas específicas. En primer lugar, un alivio financiero, ya que, según indican "las ayudas se están acabando rápidamente y no deben aumentar los niveles de deuda que ya se han disparado". Por otro lado, demandan un alivio regulatorio, donde exigen una exención global sobre la regla de slots, debido a que "las aerolíneas necesitan flexibilidad para ajustar los horarios para satisfacer la demanda sin la presión de ser penalizadas por no usar las franjas horarias asignadas", apuntan. "En estos tiempos extraordinarios, los gobiernos deberán continuar con las medidas de ayuda financiera y de otro tipo en la mayor medida posible", concluye.

## Dunne: 'Nuestro modelo de negocio ha demostrado solidez'

eDreams Odigeo ha registrado unas pérdidas netas de 24,4 millones de euros durante el primer trimestre de su ejercicio fiscal, finalizado el 30 de junio, en plena pandemia del coronavirus, en contraste con las ganancias de nueve millones de euros de un año antes. Su margen s o b r e ingresos ha sido de 16,6 millones de euros, un 88% menos, debido a la caída del 87% de sus reservas por efecto de la crisis sanitaria.



Dana Dunne

"En el primer trimestre del año fiscal se mantuvo la importante bajada en las reservas debido a la propagación de la Covid-19 y a las consiguientes restricciones", explica el grupo. "Sin embargo, la mejora gradual de los volúmenes desde abril, junto a la moderación de las restricciones a los viajes, generó una entrada de capital circulante de 21,6 millones de euros", destaca la compañía.

Aún así, el grupo destaca que cerró julio con una posición de liquidez de 167 millones de euros, incluidos los 115 millones de euros no utilizados de su línea de crédito renovable. "Esto nos asegura una posición sólida tan pronto

se reanude la actividad normal", resaltan.

"A pesar de este difícil período, nuestro modelo de negocio ha demostrado solidez y capacidad de adaptación, y me satisface el progreso que hemos logrado durante el trimestre", subraya el consejero delegado de eDreams, Dana Dunne.

"Las medidas que adoptamos antes de la pandemia, orientadas a asegurar una mayor diversificación de los ingresos, han demostrado ser muy acertadas", ha subrayado el consejero delegado de eDreams, Dana Dunne.

### Aceleración hacia lo digital

De cara al futuro, eDreams Odigeo asegura que el negocio se encuentra bien posicionado para salir fortalecido de la crisis de la Covid-19. Esta posición, posibilitada por la solidez de la cuenta de resultados y por el hecho de que no tienen obligaciones de devolución de préstamos a corto plazo, permitirá impulsar la inversión avanzan en su estrategia para que los accionistas tengan un crecimiento sostenible a largo plazo.

# La Comisión Europea propone medidas para unificar criterios entre todos los Estados miembros

Exigen que se facilite a los Estados miembros y a la Comisión información detallada sobre las futuras restricciones

La Comisión Europea ha presentado una propuesta de Recomendación del Consejo para garantizar que todas las medidas adoptadas por los Estados miembros que

restringan la libre circulación debido a la pandemia de coronavirus se coordinen y comuniquen claramente a escala de la Unión Europea. Según ha comentado la co-

misaria de Asuntos Internos, Ylva Johansson, el objetivo principal de esta propuesta es "permitirnos aprovechar plenamente nuestro espacio Schengen".

En este sentido, la Recomendación establece cuatro ámbitos en los que los Estados miembros deben colaborar. En primer lugar, piden criterios comunes y umbrales para los Estados miembros a la hora de decidir si se introducen restricciones a los viajes, así como una cartografía de criterios comunes utilizando un código de colores acordado. Asimismo, demandan que se establezca un marco común para las medidas aplicadas a los viajeros procedentes de zonas de alto riesgo, y que se proporcione información clara y oportuna al público sobre cualquier restricción. "Proponemos unos criterios sencillos, no discriminatorios, fáciles de seguir por los Estados miembros y que permitan informar adecuadamente a los ciudadanos europeos", ha declarado el comisario de Justicia, Didier Reynders.

Esto coincide con la pasada solitud del Parlamento europeo, en la

que planteaban un mapa de colores común en la Unión Europea (UE) para coordinar las restricciones de viaje. A este respecto, la Comisión pide que se establezca el color verde para las zonas en las que el número total de casos de Covid-19 recientemente notificados sea inferior a 25 durante un período de 14 días, o el porcentaje de resultados positivos de todas las pruebas sea inferior al 3%. Del mismo modo, el naranja será para las zonas con menos de 50 casos durante un período de 14 días, pero el porcentaje de resultados positivos de los test sea del 3% o más. Igualmente, el rojo describirá las zonas con más de 50 casos en el mismo periodo y el porcentaje de positivos sea del 3% o más. Finalmente, el gris servirá para identificar las zonas donde no se dispone de información suficiente para evaluar los criterios propuestos por la Comisión o si el número de

pruebas realizadas por cada 100.000 personas es inferior a 250.

## Enfoque común

Siguiendo esta misma línea, la Comisión propone un enfoque común entre los Estados miembros para los viajeros procedentes de zonas de alto riesgo. Según explican, los países no deben denegar la entrada a las personas que viajen desde otros Estados miembros, y además, aquellos que introduzcan restricciones a la libre circulación basadas en sus propios procesos de toma de decisiones podrían exigir que las personas que viajen desde un territorio clasificado como rojo o gris se sometan a cuarentena o a un test después de su llegada, siendo esta última la opción preferida.

Finalmente, también insisten en el flujo constante de información, exigiendo que faciliten semanal-



La comisaria de Asuntos Internos, Ylva Johansson.

mente a los Estados miembros y a la Comisión información detallada sobre las futuras restricciones a la libre circulación o el levantamiento de las restricciones de viaje. Los cambios deben notificarse una semana antes de su entrada en vigor.

La información también deberá estar disponible en la plataforma web [reopen.europa.eu/es](https://reopen.europa.eu/es), con un enlace al mapa publicado semanalmente por el Centro Europeo para la Prevención y el Control de las Enfermedades (ECDC).



**TIS** TOURISM  
INNOVATION  
SUMMIT

25-27 NOVEMBER 2020  
SEVILLA



WHERE TECHNOLOGY MEETS TOURISM

[www.tisglobalsummit.com](https://www.tisglobalsummit.com)

## Antoja dimite como presidente de Avasa

Tras la celebración de la junta general, Luis Felipe Antoja ha anunciado que dimite como presidente y consejero de todas las sociedades del grupo Avasa. Como explica, "he considerado que con los nuevos tiempos y nuevos cambios, es el momento de dejar paso a empresarios más jóvenes y con nuevas ideas para que sigan adelante, otros 40 años, con la idea fundacional de Avasa", concluye.

## Segittur pide reconocer el valor del Sector Turístico

El Sector Turístico ha dado la cara para resolver "muchísimos problemas", asegura el presidente de Segittur, Enrique Martínez, que considera que ahora "hay que devolverle el favor que ha hecho y apostar por él como algo de futuro que queremos". Lamenta que el Turismo es un Sector que no se ha tenido en cuenta "en ningún momento de la historia".

## Locosporviajar confirma 'los peores augurios'

A finales de agosto y haciendo balance de la temporada, las 33 agencias de viaje especializadas en producto propio de media y larga distancia que componen #Locosporviajar cifran en un 95% la caída del volumen de negocio frente a años anteriores. Como destacan, los peores augurios para la campaña de verano se han hecho realidad, en buena parte debido a las restricciones.

## El tráfico aéreo caerá un 35% en septiembre

Septiembre seguirá dejando datos negativos respecto al tráfico aéreo. Según el informe de capacidad aérea de TurEspana, la caída de los asientos será de un 35,4% (7.597.461) respecto a 2019, cuando se registraron 10.932.506. Esto supone un ligero parón de la mejora, ya que los descensos en los meses de julio y agosto fueron del 19% y 5,3%, respectivamente.

# Gallego: 'Debemos asegurar que IAG sea más fuerte y resiliente tras la crisis por la pandemia'

Consideran que la compra de Air Europa tendrá beneficios estratégicos y financieros importantes

"Asegurar que IAG se adapte a la nueva normalidad de la industria de la aviación y se sustente en sus fortalezas para asegurar un futuro sólido para el Grupo, nuestros

clientes, accionistas y empleados" es el principal objetivo de Luis Gallego desde su nuevo puesto recién estrenado de consejero delegado del grupo aéreo. Respecto a la compra

de Air Europa, tratada en la junta de accionista que ha elegido a Gallego, aseguran estar en conversaciones con Globalia respecto a la reestructuración del acuerdo".

Meses después de lo que todo el mundo esperaba, Luis Gallego ha sido nombrado consejero delegado de International Airlines Group (IAG), en la Junta General de Accionistas celebrada en el día de ayer. "No solo enfrentamos el desafío inmediato del Covid-19,



Luis Gallego

sino que debemos asegurarnos de que IAG sea más fuerte y resiliente una vez superada esta crisis", ha explicado durante su intervención.

Asimismo, ha destacado que su objetivo ahora es "asegurar que IAG se adapte a la nueva normalidad de la industria de la aviación y se sustente en sus fortalezas para

asegurar un futuro sólido para el Grupo, nuestros clientes, accionistas y empleados". Su predecesor, Willie Walsh, ha manifestado que "tengo plena confianza en que es la persona idónea para el cargo y demostrará haber sido una excelente elección".

Durante el evento, la Junta también ha dado su beneplácito para efectuar una ampliación de capital por un importe efectivo de hasta 2.750 millones de euros. "La magnitud de la actual crisis no tiene precedentes, por lo que el Consejo y el equipo directivo han considerado que esta ampliación es la mejor

vía para garantizar que IAG pueda emerger de esta situación con más resiliencia, mayor flexibilidad y mayor capacidad para tomar las decisiones operativas y estratégicas adecuadas", ha señalado el presidente de IAG, Antonio Vázquez. Asimismo, esta decisión ha sido respaldada por Qatar Airways, que se ha comprometido a ejercitar íntegramente sus derechos de suscripción preferente, y a votar a favor de todos los acuerdos.

Por otro lado, Vázquez ha explicado que "el importe no cubierto por Qatar Airways (25,1%) contará con el aseguramiento de Goldman Sachs, Morgan Stanley y Deutsche Bank". Además, el Consejo y el equipo directivo de IAG se han comprometido

a ejercitar, total o parcialmente, sus derechos de suscripción preferente. "Tenemos la convicción de que el aumento de capital propuesto permitirá a IAG reforzar su balance para afrontar el futuro desde una posición de mayor fortaleza".

### La compra de Air Europa

Respecto al estado de la adquisición de Air Europa por parte de Iberia, Vázquez, ha indicado que "estamos en conversaciones con Globalia respecto a la reestructuración del acuerdo, incluyendo el importe del precio de adquisición y las necesidades de financiación del negocio de Air Europa, teniendo en cuenta el impacto del Covid-19". Así, esperan

que la adquisición pueda completarse "en la segunda mitad de este año, o a comienzos de 2021".

En este sentido, consideran que esta transacción tendrá beneficios estratégicos y financieros importantes, para IAG y para sus accionistas, y "demuestra la habilidad del Grupo para continuar ejecutando sus prioridades estratégicas, y para aprovechar las oportunidades de consolidación". Del mismo modo, el presidente ha destacado que la operación "fortalecerá el hub de Madrid, haciéndolo más eficiente y competitivo frente a sus rivales europeos, ampliando las alternativas para los consumidores, y beneficiando a la economía y el Turismo de España.

## El Sector Turístico pide a los países de la UE medidas para paliar la crisis

Exigen mensajes claros que no causen incertidumbre ni a los negocios ni a los viajeros

Las más de 60 organizaciones públicas y privadas europeas que conforman la alianza Manifiesto del Turismo Europeo piden a los países de la Unión Europea (UE) que acuerden urgentemente restricciones de viaje coordinadas y garanticen una rápida aplicación para ayudar al Sector Turístico a sobrevivir a al impacto del coronavirus. Pese a que celebran las recientes demandas de la Comisión Europea, exigiendo que todos los países actúen de igual manera, consideran que es crucial que los viajes dentro de la UE y el área europea se restablezcan cuidadosa y rápidamente, y que se envíen mensajes claros que no causen incertidumbre ni a los negocios ni a los viajeros, ya que, de lo contrario, perjudicará a las reservas y a la materialización de los viajes.

En este sentido, han realizado un llamamiento a los gobiernos nacionales para que aprueben urgentemente las propuestas de la Comisión, haciendo especial

hincapié en la necesidad del mapa de colores que ha propuesto dicho organismo, para diferenciar la situación epidemiológica en cada uno de los países. Desde la alianza Manifiesto del Turismo Europeo explican que estos criterios deberían evaluarse en un nivel regional detallado, teniendo en cuenta los factores geográficos pertinentes. Además, demandan que se apliquen medidas comunes para poner en práctica al salir y volver de las zonas de riesgo. Solicitan, además, que estas medidas deben determinarse con suficiente detalle y basarse en pruebas científicas.

### Pruebas y medidas de rastreo

Del mismo modo, esta organización, a la que pertenece la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes y Turoperadores (ECTAA), asegura que no es necesaria la cuarentena para lo viajeros, abogando por la realización de pruebas PCR antes y después del



Piden que se atienda a la Comisión.

viaje, así como por realizar unas tareas de rastreo completas. A este respecto, piden que se acuerden reglas comunes para solicitar resultados negativos cuando sea necesario, y que se garantice la interoperabilidad de las aplicaciones de rastreo de contactos en la UE y la armonización de los formularios de localización de pasajeros basados en normas internacionales.

## Politours 'seguirá cumpliendo con todos dentro de sus posibilidades'

El presidente de Politours, Manuel Buitrón, confirma a NEXOTUR que lo publicado sobre la situación actual del turoperador, que supuestamente estaría presentando un precurso, "es mentira". Así, como ha explicado a través de un comunicado en



Manuel Buitrón

el que ha querido dar su versión "bastante lejos de lo manifestado", "en ningún momento hemos pedido precurso alguno", explica. Aclara que lo que han comunicado a sus proveedores a través de una nota confidencial es que "no descartamos a la vista de las adversas circunstancias la posibilidad de explorar esa vía: *explore the possibility of a preinsolvency proceeding*".

"Que la situación, por causas exógenas a nuestra actividad profesional, es extremadamente complicada no es un secreto para nadie", señala y subraya que "Politours en sus 46 años de trayectoria siempre ha obrado con la máxima dignidad y corrección posible en su relación con clientes, agencias y proveedores". Y es así que de cara a sus pro-

veedores extranjeros y ante su falta de actividad "ha considerado que era su deber, por respeto a todos ellos, con quienes llevamos muchos años trabajando con plena confianza, explicarles la situación actual (fin agosto 2020)", a través de una nota confidencial.

Buitrón explica que "seguimos con 123 trabajadores en Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) y cumpliendo con todos nuestros compromisos legales y profesionales, como también se menciona en esta nota confidencial a nuestros proveedores". "Nuestro sentido ético nos obliga a emplear siempre la sinceridad, virtud de la que algún medio de comunicación del Sector Turístico adolece bastante", denuncia, a la vez que asevera que "es importante dar noticias como son, sin manipulaciones interesadas". "Puede estar todo el Sector tranquilo que Politours seguirá cumpliendo en la medida de sus posibilidades con todo el mundo, como lleva haciendo 46 años", concluye.

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

<p>Desde <b>1980</b></p> <p>grupo vacacional y corporativo pionero a nivel nacional</p>	<p><b>Único grupo mixto</b></p> <p>con el 52% de agencias dedicadas al Business Travel y el 48% especializadas en el segmento vacacional</p>	<p><b>Central de reservas</b></p> <p>avión, tren y barco con tarifas especiales negociadas</p>	<p><b>24 h</b></p> <p>servicio 24 horas para ti y para tus clientes corporativos</p>	<p><b>+5%</b></p> <p>aumento de la productividad gracias a nuestra tecnología</p>
<p><b>Asesoramiento constante</b></p> <p>para que tu empresa esté a otro nivel</p>	<p><b>Herramientas de marketing</b></p> <p>y tecnológicas para la captación de clientes e incremento de ventas</p>	<p><b>Formación continua</b></p> <p>Disponemos de cursos continuos de formación para que estés siempre al día.</p>	<p><b>+ 1,5% incremento de la rentabilidad</b></p> <p>de tu agencia gracias a nuestras negociaciones y servicios</p>	<p><b>Alertas</b></p> <p>para informar a tus clientes de posibles incidencias en destino</p>
<p><b>Hoteles</b></p> <p>Miles de establecimientos en un solo click y con las mejores tarifas</p>	<p><b>APP</b></p> <p>Una APP única en el mercado totalmente parametrizable y personalizable</p>	<p><b>Auto Reservas</b></p> <p>Tu agencia es autosuficiente para reservar, tarificar, emitir y voidar billetes con tarifas especiales</p>	<p><b>Tarifas PYMES y TT.OO.</b></p> <p>Negociamos constantemente para conseguir las mejores tarifas del mercado</p>	<p>...</p> <p>y muchísimas más ventajas en <b>Avasa Travel Group</b></p>

# ‘Un verano con freno y marcha atrás’, informe de coyuntura sobre el Sector Turístico en España

En pleno inicio de la temporada de verano, el Gobierno se reunía con la Mesa del Turismo

La ministra Reyes Maroto, acompañada del secretario de Estado y del director general de TurEspaña, conocieron este verano de primera mano la crítica situación que vive

el Sector, a través del informe del decano y vicepresidente de la Mesa del Turismo, Eugenio de Quesada, que NEXOTUR ofrece íntegra y textualmente: "Permitidnos,

querida ministra, querido secretario de Estado, que ante la gravedad de la situación que sufre el Sector Turístico este verano, os digamos las verdades del barquero".

Como Penélope, el Sector Turístico se ve obligado a cancelar hoy, parte de las reservas hechas ayer. Destejiendo de noche, lo tejido durante el día. La situación se ha agravado en la última semana por la proliferación de brotes. Y es que, parodiando la célebre obra de Jardiel Poncela, este verano está siendo una malísima temporada, con freno y marcha atrás.

Herido de gravedad por la pandemia, el Sector Turístico había previsto un verano "a media entrada", como el peor de los escenarios. Pero la necesidad de nuevos confinamientos podría reducir el volumen de los viajes y la ocupación hotelera desde la mitad, inicialmente estimada, a un tercio de las magnitudes del año pasado.

La movilidad aérea, esencial tanto para el receptivo internacional como para el tráfico doméstico, se ha visto comprometida como nunca antes. Las compañías están en una situación crítica, con los vuelos reducidos a menos de una cuarta parte. La oferta aérea en julio está en el 15-20%, y se situará en agosto entre el 25% y el 30%, con una reducción de más del 70% respecto al año anterior. Y sin tráfico aéreo no hay Turismo. A la contracción de la oferta aérea y hotelera se suma una doble y creciente incertidumbre, tanto en materia de salud como económica, sumando a la escasez de producto un devastador "miedo a viajar".

La recapitalización de las aerolíneas es urgente. Y de ello depende no sólo que el sector aéreo no quiebre, sino también la corrección de graves daños colaterales,

como la devolución de los billetes aéreos pagados y no volados. Especialmente los reembolsos del billete intermediado por agencias de viajes, a los que los clientes exigen la devolución de lo pagado en efectivo, no en bonos.

La situación del resto de los modos de transporte varía desde la progresiva reactivación de las líneas de tren a la limitadísima actividad de los cruceros en puertos y ríos españoles. La oferta de transporte de viajeros por carretera, por ejemplo, está al 60% y la facturación en julio se sitúa en la mitad (56%) que el año pasado. Aunque, a causa de las ventas negativas de abril y mayo, de enero a julio los ingresos están 67% por debajo que en 2019.

## Desplome del 70%

Desde el fin del estado de alarma, la previsión de que la temporada se redujese entre el 50% y 60% respecto al año anterior, se ha visto truncada por los brotes de la Covid-19. La realidad, pura y cruda, apunta ahora a que la facturación del verano se quedará en torno al 30%, sufriendo un desplome del 70% respecto al verano de 2019.

En la intermediación (agencias y operadores), la situación se ve agravada por los bajos márgenes, que exigen unos altos volúmenes de facturación para obtener beneficios. Así, las mayoristas emisoras o turoperadores españoles acusan el derrumbe del consumo de viajes. En promedio, han vendido en lo que va de verano una décima parte que el año pasado, con un 90% de caída de facturación.

La venta intermediada del vacacional doméstico, especialmente del 'sol y playa', que es el segmento más relevante, se sitúa actualmente en torno al 10%. La práctica desaparición de los viajes vacacionales de largo radio (a Caribe, Iberoamérica o Asia), es determinante. Al ser estos productos de alto precio los que más inciden en la facturación y el margen de transportistas y operadores. Los productos que más están reservándose son Canarias, Baleares, costas, circuitos domésticos, paradores, hostales o campings), que en gran medida se reservan directamente y que dejan un margen muy pequeño a los operadores.

El corporativo ha caído menos que el vacacional, sostenido por las pymes españolas, que lo han reactivado un poco. Se estima que mantiene entre un 20% y un 25% de las operaciones del año pasado, pero con menos margen, por lo que se reduce al 15-20% en términos de facturación. El viaje profesional cae, por tanto, entre el 75-80% en operaciones y el 80-85% en ingresos.

El Mice, por el contrario, está casi a cero. Todavía no se programan eventos. Los del primer semestre se trasladaron al último cuatrimestre del año y, ante la preocupante evolución de la pandemia, están aplazándose hasta 2021. La incertidumbre hace que el Mice no se atreva a programar eventos, por lo que esta actividad prácticamente ha desaparecido.

La incertidumbre y el miedo a viajar por temor al contagio crecen, alimentados por los últimos



Eugenio de Quesada autor del informe de la Mesa del Turismo.

brotes en Cataluña, Aragón, Galicia, País Vasco y Levante. Conviene recordar que en las reservas que están haciéndose, el riesgo y ventura ante la no presentación o por cancelación del cliente, corre a cuenta del prescriptor y del proveedor, ya que actualmente sólo se formalizan reservas si no tienen gastos de cancelación.

## Desánimo de los agentes

De hecho, la intermediación sufre una suerte de 'corralito', ya que muchas agencias no se atreven a abrir (más de la mitad siguen cerradas) ante el temor de asumir una avalancha de clientes, reclamando el reembolso en efectivo de lo que pagaron por billetes de avión o cruceros que fueron suspendidos por la pandemia. Un gravísimo problema que, si no se soluciona de forma inmediata, generalizará el

creciente desánimo de los agentes y contribuirá al cierre de muchas agencias. Es un conflicto sobrevenido que los agentes atribuyen a la inexistencia de garantías por parte de las compañías aéreas. Los agentes y operadores, además, se sienten esclavos de una normativa injusta, la Ley de Viajes Combinados, que los ha dejado atrapados entre el cliente y el proveedor.

Las reservas y la propensión al consumo de viajes del emisor doméstico, centrado en el producto nacional, está bajo mínimos. Aunque, paradójicamente, el estrés acumulado por la ciudadanía durante la crisis sanitaria, emerge como la principal motivación para viajar. Un deseo que tiene como contrapunto la incertidumbre ante el desplome de la economía, que afecta a gran parte de trabajadores del sector privado y, muy especialmente, a autónomos y pymes. La



Momento de la presentación del evento organizado por la Mesa del Turismo.



La ministra Reyes Maroto con Juan Molas y Eugenio de Quesada.

esperanza del sector radica, además de en el gasto de la clase alta, en los tres millones de funcionarios que, pese a la crisis, mantienen sus ingresos y un trabajo seguro e, incluso, han incrementado su nivel de ahorro a causa del confinamiento.

Los tres principales mercados emisores domésticos (Madrid, Cataluña y País Vasco) están comportándose de forma desigual, aunque comparten algunas pautas de comportamiento, como el creciente recurso a optar por las segundas residencias y casas de familiares y amigos, desplazamiento en vehículos propios y hacer turismo de interior.

El emisor madrileño opta por vacaciones de sol y playa en comunidades autónomas como la valenciana, mientras el catalán incrementa los viajes dentro de su comunidad autónoma.

### El aéreo no despega

En Cataluña, la demanda del vacacional, que ya estaba deprimida, se ha visto agravada por el confinamiento voluntario. Y, aunque se reservan barcos y *ferry*s a Baleares, el aéreo no acaba de despegar, por falta tanto de demanda como de oferta. La mitad de las agencias catalanas, al igual que las del resto de España, están cerradas o semi-cerradas. Y a diferencia del vacacional, el segmento corporativo catalán está ligeramente por debajo del resto del Estado, y el Mice en encefalograma plano.

En el emisor vasco, la venta intermediada se centra, al igual que en el resto de España, en reservas de hotel o alojamientos. Aunque muchos hoteles admiten reservas online y a través de consolidadores, mantienen cerrados muchos de los establecimientos. Por ello, los agentes deben asumir el trabajo extra de comprobar si están abiertos o cerrados e, incluso, de reconfirmar las reservas que frecuentemente no han sido recepcionadas o no figuran en los *room-list*.

El internacional, especialmente hacia Iberoamérica y otros destinos de medio y largo radio, Europa incluida, ha desaparecido. Tanto

por la falta de demanda como por la situación caótica y muy compleja que afecta a las fronteras y la limitada operatividad de rutas aéreas internacionales. Un problema que afecta por igual al emisor y al receptor. En cruceros, al igual que en aéreo, muchas cancelaciones continúan atascadas por los trámites de reembolso y el rechazo a los bonos. Un problema que afecta también, aunque en menor medida, al alquiler de coches, que agrega al parón de reservas vacacionales, el corporativo.

La hotelería sufre en España una contracción de la demanda de una gravedad sin precedentes, que ha aumentado considerablemente a causa de las anulaciones generadas por los brotes de mediados de julio. Demos un rápido repaso a la situación actual.

En Cataluña están anulándose muchas reservas, especialmente desde el viernes 17. La Costa Brava y el Pirineo estaban casi al 90% de ocupación el fin de semana del 17 al 19 de julio (gracias al turismo catalán de proximidad, al que se habían sumado el francés, belga y holandés) y en menor medida Gerona y Lérida. Pero el anuncio del confinamiento voluntario de Barcelona y su área metropolitana ha disparado las cancelaciones, que ya se extienden a la segunda quincena de julio y principios de agosto. En Salou y Cambrils (Costa Dorada) ha abierto Port Aventura, que dinamiza la zona, pero con solo un 30% de aforo del parque y su oferta hotelera, muy afectada con los brotes de Aragón y el retraimiento de los mercados británico y holandés. Aunque se han restablecido media docena de vuelos de compañías británicas, la capacidad aérea es todavía ínfima en volumen de turistas transportados, y las perspectivas son negativas.

En Levante y Valencia las previsiones son también negativas. De hecho, solo un 30% de la planta hotelera de Benidorm ha abierto y se aspira, a lo sumo, al 40% de ocupación. El resto de julio se prevé malísimo y en agosto la esperanza está depositada en el turismo español. El problema es que, a causa de la incertidumbre

por los brotes, con cada reserva llega, casi, una cancelación.

También la Costa del Sol está francamente mal, con el margen lastrado por ofertas y precios bajos de los pocos hoteles que están abiertos en Torremolinos, Benalmádena o Fuengirola. A día de hoy, los grandes hoteleros de la zona mantienen sus establecimientos cerrados. También Málaga ciudad ha abierto apenas un 30% de su oferta alojativa. Pese a lo cual, el último fin de semana contaba con un 40-50% de ocupación, mayoritariamente nacional, y algo de turismo británico aportado por los vuelos de compañías inglesas, pero entre semana la ocupación es del 30% y a un precio inferior al habitual. En el resto del litoral andaluz, Cádiz está mejor, aunque es un destino con menos plazas hoteleras, y cuenta con pocas reservas para agosto.

Baleares ha abierto alrededor del 40% de su planta hotelera. En Mallorca, aunque el emisor alemán está pinchando, el británico está respondiendo algo mejor. Menorca está muy floja. E Ibiza, con sus discotecas y el ocio nocturno cerrado, sufre por la carencia de uno de los principales atractivos de la isla.

### Dinamismo Turismo interno

Canarias mantiene una cierta ocupación, gracias al dinamismo del Turismo interno de Gran Canaria, que va a Fuerteventura o Lanzarote; y el de Tenerife, que va al sur y a otras islas, gracias a la conectividad aérea y marítima interinsular. Fuerteventura acusa la caída del mercado alemán y recibe muy pocos españoles. Las reservas para agosto del turismo peninsular no acaban de arrancar y, aunque el emisor británico ha empezado con cierta fuerza, el alemán continúa retraído.

Asturias están disfrutando de un mes de julio relativamente bueno, aupada por la climatología, gracias al turismo español. Y Galicia sufre el efecto de los brotes.

La situación del turismo urbano en las grandes ciudades es dramática. Madrid es la peor en ocupación, con muy pocos hoteles abiertos. Y

Barcelona, con menos del 15% de plazas hoteleras operativas, sufre los efectos del nuevo confinamiento voluntario. Salvo una recuperación de última hora, que se estima improbable, el turismo se da por perdido hasta octubre.

En el conjunto del Estado, aunque en agosto se alcanzase una media del 50%, la media de ocupación hotelera del verano podría quedar en torno al 30%.

En segmentos especializados, como los balnearios, la mayoría de establecimientos van a permanecer cerrados en verano. Una de las razones de esta decisión es el temor a que, al estar radicados en poblaciones pequeñas, la flagrante falta de coordinación de los ayuntamientos con el sector turístico en la aplicación de protocolos antiCovid-19 pueda propiciar contagios, con la responsabilidad empresarial que ello conlleva.

Ante esta situación, la dependencia del Imsero en otoño e invierno por parte de la hotelería es hoy todavía mayor y, aunque hay que velar por la seguridad de los pensionistas al ser un grupo de riesgo vulnerable, la desaparición de los viajes de la tercera edad en temporada baja sería la puntilla para el Sector Turístico.

Aunque en septiembre se mantiene la celebración de unos pocos congresos y ferias, generalmente de pequeño tamaño, la recuperación del Mice (que es irrelevante en los meses de verano), no se espera hasta bien entrado el 2021. En grandes ferias, el sector apuesta por mantener Fitur y Hostelco, aunque la reducción del precio será determinante para que las cadenas, grupos y muchos expositores puedan participar.

En contraste con lo anterior, se constata el buen comportamiento del camping, aunque el impacto mediático de imágenes como las del camping de Zarauz la semana pasada, con 250 clientes confinados y rodeados por la Ertzaina, perjudican la evolución de este segmento.

La excepción de la regla está, sin duda, en el alojamiento rural, especialmente en la España Verde, que está casi al completo, aunque

este segmento tiene una escasa incidencia en la industria.

Esta radiografía de la temporada de verano se completa con una amenaza, una doble necesidad, una esperanza y una solución. La mayor amenaza inmediata es una eventual subida del IVA, en respuesta a la exigencia de la Europa del norte de incrementar la presión fiscal en contrapartida a las ayudas a España. Las necesidades más perentorias del empresariado sectorial son, a corto plazo, una gran campaña de comunicación que ayude a reactivar los viajes y, a medio plazo, la prolongación de los Erte, al menos hasta fin de año. La gran esperanza es que la expansión de la pandemia se controle en las próximas semanas, y que esto posibilite que septiembre pueda convertirse en otro mes de agosto. Y la única solución factible, aunque no pueda impedir el desastre sin paliativos que está siendo la actual temporada de verano, es el hallazgo temprano de una vacuna y de tratamientos eficaces contra el Covid-19 y sus nuevas cepas.

### Autor del informe

Eugenio de Quesada (Jaén, 1961), vicepresidente de la Mesa del Turismo y miembro decano del veterano *lobby* sectorial, es presidente del Grupo NEXO y director del semanario NEXOTUR y de los digitales Conexo.net, NexoHotel.com y Nexobus.com. Es vicepresidente de la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas AEEPP-CEOE y los capítulos español e internacional de la Asociación de Periodistas Especializados y Técnicos AIPET. Preside la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo CIMET y el Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo en España, además de los Salones NexoBusiness y TurNexo, que se celebran en Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla y Valencia, y dirige el Congreso Nacional de Editores de Publicaciones Periódicas. Es poseedor de la Medalla de Oro al Mérito Turístico, otorgada por real decreto por decisión del Consejo de Ministros.



La ministra Reyes Maroto con Eugenio de Quesada.



Algunos de los participantes en el encuentro con la ministra de Turismo, Reyes Maroto.

## Choice Hotels presenta una página compatible



La cadena de hoteles Choice ofrece una nueva versión *responsive* de su página

de Internet —con un diseño amigable—, que permite a clientes, empresas y agencias de viajes consultar la información sobre la empresa y sus hoteles y gestionar reservas.

## Nueva versión compatible de la página de EasyJet



EasyJet ha desarrollado una nueva versión de su página, ahora disponible desde cualquier tipo de terminal, manteniendo las características principales de la versión anterior e incluyendo la gestión de reservas, que no es válida para las agencias.

de reservas, que no es válida para las agencias.

## Auto Europe ofrece una nueva 'web' compatible



La nueva página de Auto Europe ofrece a clientes, empresas y agencias

el alquiler de coches, autocaravanas y coches de lujo en todo el mundo seleccionando entre las mejores ofertas de varios *rent a cars* con un sistema común de reservas.

## Un cambio significativo en la página de Huelva



Huelva presenta una nueva versión de su página oficial de Turismo, en la que ha modificado significativamente el diseño de sus pantallas y su estructura de accesos, aunque sigue con una información limitada y sin gestión de reservas.

la que ha modificado significativamente el diseño de sus pantallas y su estructura de accesos, aunque sigue con una información limitada y sin gestión de reservas.

# ‘La omnicanalidad, clave para la recuperación de las agencias de viajes’, asegura Amadeus

Un problema puede ser la inversión adicional en tecnología necesaria para proporcionar una experiencia independiente

Solo el 10% de las agencias de viajes cree que los canales de comunicación digitales son una de las principales necesidades, pese a que pueda ser una posible solución para la recupera-

ción. No obstante, el 43% de los viajeros lo considera muy importante. Estas son algunas de las conclusiones que se extraen del informe de Amadeus ‘Omnicanalidad, una fuente

de diferenciación en la nueva realidad’. Destaca que en la pandemia muchas empresas aceleraron sus capacidades digitales y presionaron para una mayor integración de canales.

Amadeus considera que el Turismo debe apostar de manera decidida por la omnicanalidad. Así lo ha reflejado en el informe ‘Omnicanalidad, una fuente de diferenciación en la nueva realidad’, en el que han identificado que esta solución podría ser clave en el camino hacia la recuperación de los agentes de viajes, ya que pueden optimizar sus centros de llamadas y manejar las consultas de los clientes de manera más eficiente, y así poder ofrecerles una mayor confianza respecto a las medidas durante su viaje. En este sentido, apuntan que los viajeros "viven en un mundo omnicanal", ya que "no están íntegramente en línea ni totalmente sin conexión, sino que buscan la mejor experiencia como cliente que combine ambos". Así, creen que "las decisiones de compra se toman en microsegundos, y las empresas deben estar en todo momento para brindarles servicios sin obstáculos y sin importar con qué canal o dispositivo estén interactuando".

Del mismo modo, el informe refleja que la situación del Covid-19 ha demostrado la importancia de una experiencia omnicanal, lo que hace posible que los viajeros interactúen a través de múltiples puntos de contacto y brinden un servicio consistente independientemente del canal que elijan. Y es que según la encuesta de Amadeus, los viajeros valoran y confían en una multitud de canales, como teléfono, experiencia en persona, plataformas de mensajería y redes sociales.

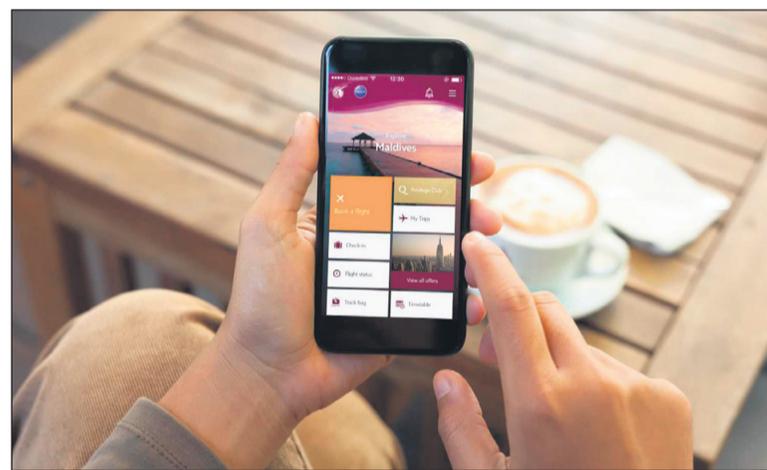
### Lo digital está ganando

Asimismo, consideran que lo digital está ganando cada vez más relevancia como método de búsqueda, compra y atención al cliente, y que en este nuevo mundo de viajes, "los viajeros serán aún más exigentes que nunca". Esto se debe a que los problemas de seguridad, salud e higiene serán fundamentales en cada etapa de su viaje, por lo que los viajeros espera-

rán información independientemente del canal que utilicen.

Pese a que pueda ser una posible solución para la recuperación, el estudio señala que solo el 10% de las agencias de viajes cree que estos canales de comunicación son una de las principales necesidades. No obstante, el 43% de los viajeros lo considera muy importante. Pero Amadeus sigue insistiendo en que durante la pandemia, vimos un cambio significativo de *offline* a *online*, y muchas empresas aceleraron sus capacidades digitales y presionaron para una mayor integración de canales. Además, "es probable que esta tendencia continúe en la recuperación, especialmente si algunos de los cambios de comportamiento del Covid-19 llegaron para quedarse", explican.

Sin embargo, también indican que existen importantes obstáculos en el camino para implementar una verdadera estrategia omnicanal, ya que muchas marcas no están estructuradas para ello, sino que lo están estructura-



Amadeus insta a las empresas a invertir en ello.

das en torno a canales o dispositivos específicos. Así, apuntan que uno de los principales problemas puede residir en la inversión adicional en tecnología necesaria para proporcionar una experiencia que sea verdaderamente independiente del dispositivo y la plataforma. Mantenerse al día

con la tecnología sigue siendo el problema más urgente para el 52% de las empresas (el 62% en América del Norte y el 58% en Europa). En cambio, instan a las empresas a invertir en ello, porque el Covid-19 ha creado muchos desafíos para el Sector, pero también oportunidades.

# La hostelería se reinventa gracias a la tecnología

Los alojamientos turísticos tendrán que ser capaces de ofrecer una seguridad que responda a las demandas del turis

Como consecuencia de la pandemia, proteger la seguridad de trabajadores y clientes es una necesidad. Actualmente el mercado ya cuenta con soluciones para el auto *check-in* y gestión integral de alojamientos turísticos y hoteles, e incluso, ya hay aplicaciones móviles que permiten los procesos de *check-in* y *check-out* sin pasar por recepción. También a través de sus *smartphones*, los huéspedes pueden abrir las puertas necesarias o acceder a otros servicios. "La tecnología, actualmente, está permitiendo a nuestros clientes adaptar el servicio a los protocolos sanitarios sobre la marcha para proteger a clientes y trabajadores, que en hoteles y restaurantes están expuestos constantemente al riesgo de contagio", afirma el CEO y co-fundador de Beabloo, Jaime Portell. En esta situación, y teniendo

en cuenta la repercusión económica del virus, la aplicación de medidas que permitan que el cliente o turista experimente una sensación de "normalidad segura" es vital, asegura.

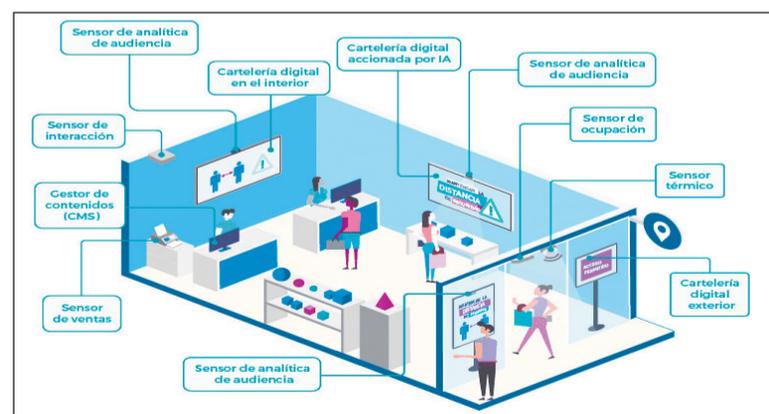
### Interaction Care

En este sentido, ya hay soluciones tecnológicas que pueden ayudar a los espacios turísticos a cumplir con estas medidas. De hecho, Beabloo, la empresa de *retail tech* y analítica *online*, ha presentado recientemente Interaction Care, una solución tecnológica, que permite proteger los espacios físicos y evitar la propagación del virus.

Interaction Care se basa en la sensorización de los espacios físicos y ofrece un sistema de protección e identificación de situaciones de

riesgo. El *software* procesa los datos que recogen los sensores instalados —respetando la privacidad y sin almacenar información personal— y configura un sistema de alertas a tiempo real que garantiza el cumplimiento de las medidas de distanciamiento social, aforo y uso de mascarilla.

Este sistema no sólo protege el interior del espacio y, por ende, al cliente y al trabajador, sino que incluso puede gestionar el acceso para velar por la seguridad de todos desde antes de que el cliente acceda al espacio físico. Además de la protección y la seguridad, la tecnología de Interaction Care es útil a largo plazo porque genera datos objetivos del impacto de las decisiones de gestión, contempla mejoras del espacio físico y del servicio, e integra decisiones con las



Se puede instalar en atracciones turísticas, hoteles, restaurantes, etc.

métricas de rendimiento comercial. Esta solución ha sido implantada ya en distintos espacios destinados a usos variados. Además, se está implantando en diferentes

recintos comerciales que requieren de estas medidas, siendo su versatilidad su principal característica, ya que se puede instalar en atracciones turísticas, hoteles, restaurantes, etc.

## El coronavirus obliga a dictar nuevas normas en la organización de eventos

Limpieza y desinfección, distanciamiento social, reducción de aforos y digitalización



David Abreu preside OPC Madrid.

### Abreu: 'Estamos en la mayor crisis del Sector'

El presidente de OPC Madrid, David Abreu, analiza la situación del Turismo de Reuniones ante la crisis actual. *Entrevista / Pág. 18*

### AEVEA: 'Trabajaremos en transmitir emoción'

La presidenta de AEVEA, Mar García, a pesar de la crisis actual, mira con cierto optimismo el futuro. *Entrevista / Pág. 20*

### Exigen una mejora de los eventos 'online'

Los expertos destacan la necesidad de planificar esta tipología de reuniones. *Panorama / Pág. 22*

### La promoción del SCB priorizará España

La mayoría de las acciones previstas se realizarán hacia el mercado nacional. *Panorama / Pág. 16*

La pandemia del coronavirus ha obligado al sector de la organización de eventos a seguir unas nuevas normas para reducir la posibilidad de contagio y garantizar, en la medida de lo posible, la salud y la seguridad de los asistentes y trabajadores. En este sentido, el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), a petición del Ministerio de Turismo,

ha elaborado una serie de guías para el sector turístico —una de ellas para MICE—, que posteriormente han pasado a ser norma UNE, y que en el caso de la industria congresual refleja, entre otras medidas, cuestiones sobre limpieza y desinfección, distanciamiento social, reducción de aforos y digitalización de procesos y de eventos. *Panorama / Pág. 17*



La forma de organización de eventos ha cambiado por el Covid-19.

## Hoteles y sedes para eventos crean diferentes protocolos de seguridad

Los establecimientos hoteleros y los recintos para la celebración de congresos y todo tipo de eventos han implantado diferentes protocolos de salud y seguridad para prevenir el contagio del coronavirus. Para ello, han tenido en cuenta la regulación de

las autoridades sanitarias, así como los estándares de sus marcas globales y de algunas empresas de certificación internacional. El objetivo de todo ellos es el mismo, reanudar la actividad en las mejores condiciones. *Panorama / Págs. 27 y 28*



Fira de Barcelona ha desarrollado un estricto protocolo de seguridad.



Peliga uno de los mercados más importantes para el MICE.

## El Congreso prohíbe a la industria farmacéutica financiar congresos

La Comisión Parlamentaria para la Reconstrucción Social y Económica del Congreso de los Diputados ha aprobado la prohibición de que la industria farmacéutica financie la formación continuada de los profesionales sanitarios, una formación que incluye la asistencia a congresos de su ámbito

profesional. Ante esta decisión, el Foro MICE ha alertado de la posible desaparición de estos encuentros —muy importantes para la industria congresual— y, por otro lado, tanto Farmaindustria como Fenin, han destacado la necesidad y transparencia con que se financian este tipo de actividades. *Panorama / Pág. 21*

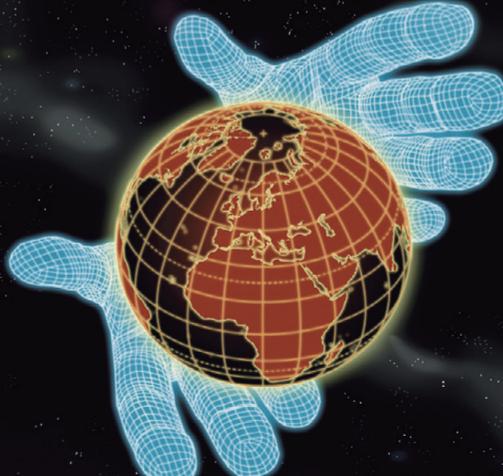


Madrid es una de las ciudades que apuesta por esta estrategia.

## Los destinos congresuales quieren transmitir confianza y seguridad

Los destinos españoles se encuentran trabajando actualmente en el desarrollo de numerosas acciones que les permitan recuperar lo antes posible su actividad congresual y, por tanto, uno de los motores económicos más importantes que tienen las ciudades y sus empresas

para la generación de negocio. Ante las dificultades que les ha puesto la pandemia del coronavirus, la estrategia de los destinos pasa por transmitir una imagen de confianza y seguridad, tanto a la industria MICE como a la sociedad en general. *Panorama / Pág. 29*





## Date de alta en Conexo.net

Diario online de Congresos, Reuniones e Incentivos

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

**CONEXO.net**  
CONGRESOS, REUNIONES E INCENTIVOS



**El impacto económico del Sector MICE en España se acerca a los 7.000 millones**



**La Cumbre del Clima de la ONU se celebrará en Madrid**  
Ibiza será la sede de un encuentro que se iba a llevar a cabo en Chile



Se plantea un nuevo recinto congresual en Sevilla



Globalia mejora la experiencia del cliente con IA



Voxel, finalista en los Business Travel Awards 2020

TRIBUNA

## Reactivar el Sector MICE de forma segura

Reyes Maroto

Ministra de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España

**E**SPAÑA SIEMPRE HA DESTACADO por ser un destino seguro y de confianza. En los últimos años, el Sector MICE ha contribuido de gran manera al dinamismo del sector turístico. Gracias al trabajo de todo el Sector, España se mantuvo en 2019 como tercer país con más congresos organizados, con 595 según el Ranking ICCA, siendo Madrid la tercera ciudad con más eventos y Barcelona la cuarta.



La temporada de 2020 va a ser diferente. La cadena de valor del turismo es una de las actividades económicas más afectadas por la crisis sanitaria del coronavirus. Pero no damos el año por perdido. Tenemos que trabajar para reactivar el Sector MICE de forma segura. Por ello, las Administraciones públicas se encuentran ante el reto de garantizar un turismo seguro y para ello se han elaborado protocolos de seguridad y guías higiénico-sanitarias para las distintas actividades turísticas y modos de transporte. El ICTE, junto con vuestras aportaciones, ha elaborado una guía sanitaria para la reducción del contagio del Covid-19. El objetivo es común, necesitamos seguridad tanto en origen como en destino, por lo que debemos garantizar que los turistas no corran ningún riesgo ni que lo traigan a nuestro país.

Sabemos que la reactivación de la actividad MICE no es inmediata, como el levantamiento de las fronteras, por ello, el Gobierno de Es-

paña trabaja en distintas líneas de acción. Durante el estado de alarma, para proteger al Sector, y en la nueva normalidad, para su reactivación.

Desde el inicio de la crisis derivada del Covid-19, el Gobierno ha desplegado una ambiciosa red de seguridad con el objetivo de dar una salida social a la crisis a la vez que se protege el tejido productivo y el empleo. Con este objetivo, se han adoptado distintos paquetes de medidas que han permitido el mantenimiento del empleo a través de una flexibilización de los ERTE, protegiendo un total de 3,4 millones de trabajadores por esta medida. También, la protección de los autónomos, con 1,3 millones que han solicitado la protección extraordinaria por cese de actividad. O la inyección de liquidez en las empresas movilizándose 100.000 millones de euros en avales que han protegido a un gran número de empresas.

Y junto a las medidas de choque, desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo hemos trabajado en el día después a medida que avanzábamos hacia la nueva normalidad. Hemos trabajado en el relanzamiento del turismo siempre con la protección de la salud como prioridad. El Gobierno mantiene su compromiso firme por acompañar sectores en su etapa de reconstrucción económica y fruto de este compromiso hemos aprobado un Plan de Turismo dotado de 4.262 millones de euros que se estructura en cinco ejes y 28 medidas. El objetivo del plan es proteger, pero también

permitir la recuperación del sector turístico y continuar con la transformación del turismo español hacia un modelo de sostenibilidad en el ámbito socioeconómico, medioambiental y territorial.

El Plan se divide en cinco pilares. El primero es recuperar la confianza en el destino, en un destino seguro. Se basa en la seguridad sanitaria y trabajar para que toda la cadena de valor del sector turístico incorpore todas las medidas de seguridad sanitarias para garantizar la protección del residente, pero también la del trabajador, del turista y de su entorno. En segundo lugar, medidas de apoyo al tejido empresarial y a los trabajadores; medidas laborales, económicas y fiscales que garantizan la recuperación sostenible del sector y fomentan su resiliencia. El tercer eje son medidas para fomentar la competitividad del destino turístico porque la industria turística tiene que adaptarse a las tendencias globales que están reconfigurando el perfil de los viajeros; tendencias que ya han impactado en nuestro sistema turístico, como la digi-

talización, la sostenibilidad... y debemos, sin duda, prepararnos para aprovechar todo su potencial. El cuarto eje es la mejora del modelo de conocimiento integral y creación de un nuevo observatorio de inteligencia turística, el desarrollo de sistemas de información adecuados a la nueva realidad. Y la última, una campaña de promoción, tanto nacional como internacional.

La colaboración público-privada es clave para la reactivación del sector turístico. Desde el Sector MICE podéis aprovechar mucho la transformación y la adaptación del modelo turístico español, pues sois elementos tructores de la diversificación, de la desestacionalización y de la generación de servicios de alto valor añadido.

Tenemos grandes retos y desafíos para reactivar el sector turístico y el Turismo MICE, pero contamos con los recursos, con el talento, con la iniciativa para mantener nuestro liderazgo y con la colaboración de todos los agentes (Administraciones públicas, y sector privado). Podemos, sin duda, abordar con éxito estos desafíos.

*Tenemos que trabajar para reactivar el Sector MICE de forma segura. Para ello se han elaborado protocolos de seguridad y guías higiénico-sanitarias para las distintas actividades turísticas*

## Los viajes de negocios hacia una 'nueva realidad'

João Carvalho

Head SAP Concur Sur de Europa

**I**NMERSOS YA EN la 'nueva realidad', no podemos negar que nos está tocando vivir un punto de inflexión en la historia. La pandemia ha obligado a las empresas a acelerar de forma extraordinaria sus procesos de digitalización, durante un confinamiento que ponía de manifiesto que se puede trabajar en remoto sin perder la productividad. Reuniones virtuales, oficinas improvisadas en casa... se ha impulsado un teletrabajo que ha llegado para quedarse.

Los datos del INE afirman que solo un 4,8% de los empleados teletrabajaban en España en 2019, un porcentaje que se habría incrementado hasta un 34% durante el confinamiento. Trabajar desde un determinado espacio físico ya no es esencial. Esta situación ha traído un nuevo panorama en el que los empleados se van a enfrentar a nuevas modalidades de gestión de su semana laboral, al tiempo que las empresas se darán cuenta de que pueden funcionar con espacios físicos más reducidos.

La flexibilidad y la conciliación se presentan como grandes aliados en esa adaptación a la 'nueva realidad'.

Este nuevo escenario precisa de una regulación que ya ha puesto en marcha el Gobierno a través de un anteproyecto de ley. ¿Cómo se van a reembolsar los gastos que actualmente asume el trabajador? ¿Será una parte fija o variable de la nómina?

Algunas empresas ya lo están poniendo en práctica, y así Google anunciaba un reembolso de 1.000 dólares a sus empleados para montar su propio despacho en casa.

Durante este tiempo, también ha aumentado la adopción de soluciones que permiten realizar en remoto tareas que hasta ahora solo se hacían de forma presencial. La tecnología ha ayudado a sustituir

muchos viajes de negocio por videollamadas, lo que ha supuesto para las empresas un ahorro de costes importante. Sin embargo, la necesidad biológica del ser humano de relacionarse cara a cara reactivará el sector del business travel, pero con nuevas reglas.

Nos encontraremos con un nuevo perfil de viajeros de negocios, un viajero que, como fruto del distanciamiento social al que hemos estado sometidos, primará el pago digital frente al pago en efectivo y el recibo electrónico frente al de papel. A esto hay que sumar, la importancia del cuidado de la salud que ponía en valor el confinamiento. La posibilidad de disfrutar de más horas en familia, más tiempo para el ocio y el deporte, además de unas comidas y un horario de sueño más ordenado ha hecho mella en el viajero de negocios. A partir de ahora sus exigencias pasarán por un mayor control en los horarios de sus vuelos, la elección de hoteles con infraestructuras deportivas, ofertas gastronómicas más sanas... En definitiva, las empresas se verán obligadas a revisar sus políticas de viajes para adaptarse a esta 'nueva realidad'.

Esta crisis también ha puesto de manifiesto la importancia que tiene el compromiso de las empresas con la sostenibilidad y con la reducción de la huella de carbono, una apuesta que también va a obligar a cambiar el modelo de los viajes de negocios. Por un lado, los viajeros demandarán desplazamientos más ecológicos, a la vez que muchas aerolíneas están siendo reconvertidas a cambio de viajes más verdes, compromiso que se va a trasladar a los clientes. Los responsables de la toma de decisiones en viajes corporativos son conscientes de que es necesario un cambio para la consecución de unos viajes más

ecológicos, como deja en evidencia el Índice de Sostenibilidad de Viajes Corporativos 2020, lo que supondrá un esfuerzo para las compañías.

Volveremos a viajar y a interactuar porque es clave para la economía y para la subsistencia humana, pero con nuevas reglas a las que nos adaptaremos como siempre hemos ido haciendo a lo largo de la historia. Con capacidad de resiliencia y buena gestión del cambio, la sociedad en su conjunto saldrá adelante y, en concreto, el mundo empresarial saldrá fortalecido.

*Volveremos a viajar y a interactuar porque es clave para la economía y para la subsistencia humana, pero con nuevas reglas a las que nos adaptaremos como siempre hemos hecho*



# PANORAMA

✓ COLUMNA

**No es lo mismo**

**D**ECÍA JOHN Hoffman, consejero delegado de GSMA, la asociación que organiza el Mobile World Congress (MWC), en una entrevista realizada por La Vanguardia, que "el Mobile 2021 puede ser el primer gran evento mundial pospandemia".

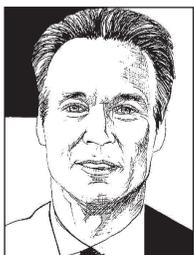
Para las empresas y profesionales del sector de los viajes de negocio y los eventos, hablar del MWC es hablar del día en el que toda una industria inició la caída libre hasta límites insospechados. Con la anulación del MWC empezamos a ver los efectos de la pandemia en nuestro sector de actividad, unos efectos que todavía son muy manifiestos, en particular en el segmento de las reuniones y los eventos.

La noticia de la entrevista a John Hoffman tiene un doble interés para nuestra industria: por un lado, confirma la formalización del acuerdo con Barcelona hasta el año 2024; por otro, verbaliza su apuesta por los eventos presenciales, sin ningún tipo de rubor.

El nuevo MWC "será diferente, porque el mundo es diferente, pero... habrá mucho de lo mismo". Hoffman y su equipo apuestan por incrementar la parte presencial con la virtual, porque asumen que mucha gente no querrá o no podrá venir, pero destaca que no habrá un MWC21 virtual, y afirma que "la gente aún nos necesita para que los reunamos... yo quiero ver su cara y usted quiere ver la mía, el lenguaje no verbal".

Hace ya algunos años, en marzo de 2017, publique un breve post titulado "el Mobile World Congress y la paradoja digital", cuyo objetivo era explicar por qué el mayor encuentro mundial de las nuevas tecnologías y de lo digital se celebraba en un formato absolutamente presencial.

Las declaraciones de Hoffman van en esa misma línea. El éxito pasado -y el futuro- del MWC está en el valor de las reuniones presenciales y de los encuentros *face to face* (F2F), cuando se trata de hacer negocio. Porque de esto se trata.



**Marcel Forns**

Director general de GEBTA España

## Limpieza, desinfección, distanciamiento y reducción de aforos marcan las reglas de la organización de eventos tras el Covid-19

Aenor elabora una norma que refleja algunas medidas a implantar en distintos ámbitos del evento

**El Sector MICE cuenta con un documento oficial sobre el que basarse en el desarrollo de su actividad en la 'nueva normalidad'. La Asociación Española**

**de Normalización (Aenor) ha elaborado la Especificación UNE 0066-19:2020 sobre 'Turismo MICE: diseño, ejecución y gestión de reuniones, incentivos,**

**conferencias, congresos, eventos y ferias comerciales', una norma que ofrece directrices y recomendaciones a aplicar en el desarrollo de la actividad MICE.**

Aenor ha desarrollado este documento a raíz del protocolo elaborado —y validado por el Ministerio de Sanidad— por el Grupo de trabajo impulsado por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) en colaboración con las asociaciones AFE, APCE, Foro MICE, CEAV y el Spain Convention Bureau, las Comunidades autónomas, la FEMP y organizaciones y empresas del Sector, y consensuado con la Asociación Española de Servicios de Prevención Laboral (AESPLA), PRLInnovación, y con los sindicatos CCOO y UGT.

La norma, que se dirige específicamente, entre otros agentes del Sector, a las agencias de eventos, agencias de viajes, organizadores profesionales de congresos (OPC), *destination management companies* (DMC), Conventions Bureau, palacios de congresos, recintos feriales y organizadores feriales, sitúa al organizador como responsable de la gestión del riesgo, "liderando la implementación sistemática de medidas dirigidas a minimizarlo". Así será responsable de definir, implantar y ejecutar todas las medidas necesarias, así como hacerlas



La seguridad y salud de los asistentes es la prioridad del Sector MICE.

cumplir entre todos los proveedores que intervengan en la celebración del evento.

El documento, en general, señala que todas las actuaciones seguirán las directrices de autoridades sanitarias y estarán supeditadas a la normativa vigente en cada caso. En cualquier caso, destacan, con carácter general, las medidas de higiene personal, la limpieza y desinfección de las instalaciones,

el distanciamiento físico entre personas y la reducción de aforos. Además, hace hincapié, además de en la implantación de las medidas, en la información, comunicación y formación sobre las mismas en toda la cadena de valor del evento.

### Distintos ámbitos del evento

Asimismo, la norma, al igual que refleja el 'Manual de recomendaciones para el desarrollo operativo de reu-

niones presenciales post-Covid-19 en España' —iniciativa de OPC Madrid— detalla algunas medidas para distintos ámbitos de un evento, por ejemplo, en la gestión del tráfico de personas en el acceso y salida del espacio; el control de accesos, registro, inscripciones y secretaría técnica; mecanismos para la gestión de aforos; servicios audiovisuales; gestión de comunicaciones, ponencias y presentaciones; equipos de traducción simultánea; salas; zona de *networking*; servicio de catering; guardarropa; aseos; y aparcamiento y transporte.

Esta Especificación UNE complementa las normas UNE sectoriales existentes en materia de calidad turística: UNE 187004:2008, sobre palacios de congresos; UNE 187005:2009, sobre Conventions Bureau; UNE 189001:2011, sobre servicios turísticos de intermediación; y UNE 189002:2012, sobre servicio de azafatas y personal de acogida y apoyo a la organización. En cualquier caso, Desde Aenor señalan que esta nueva Especificación UNE puede implementarse de forma independiente.

## OPC Madrid muestra al Sector MICE cómo organizar eventos con responsabilidad

La Asociación de Empresas de Organización Profesional de Congresos de Madrid y Centro (OPC Madrid) ha celebrado en La Casa de Mónico su evento de presentación del 'Manual de recomendaciones para el desarrollo operativo de reuniones presenciales post-Covid-19 en España', un encuentro —también retransmitido en *streaming*— que ha reunido a numerosos profesionales del Sector interesados en conocer in situ algunas de las medidas incluidas en esta guía y que permiten, según ha asegurado David Abreu, presidente de OPC Madrid, "organizar eventos con responsabilidad".

La organización del evento se ha llevado a cabo siguiendo todas las medidas de prevención del Covid-19 que exige la normativa de la Comunidad de Madrid, el protocolo de seguridad del Ins-

tituto para la Calidad Turística Española (ICTE) y el propio Manual de Recomendaciones de OPC Madrid. Desde la llegada a La Casa de Mónico, los asistentes se han podido hacer un test de coronavirus gracias al servicio de Quirón Salud y Vitalia, la entrada ha estado señalizada para facilitar el distanciamiento físico, se han hecho controles de temperatura, han pasado por un punto de desinfección de manos y calzado, y se ha controlado el acceso y los aforos de los distintos espacios mediante varios sistemas.

En el interior, en todo momento ha estado señalizados los itinerarios de los asistentes, facilitando distintas entradas y salidas y controlando el movimiento de los mismos mediante señalización y personal de apoyo. Las mascarillas o las mamparas protectoras tam-

bién han estado presentes en todo momento durante el acto.

Más de 15 empresas han formado el *showroom*, donde los profesionales asistentes han podido comprobar cada una de sus propuestas, desde el Madrid Convention Bureau, que ha mostrado la ciudad como destino seguro, hasta empresas de audiovisuales, compañías de limpieza y desinfección, transporte, arquitectura efímera, seguros, alojamiento, venues y equipos de protección, entre otras.

### Presentaciones

También ha habido una presentación más detallada de algunas de las empresas en una sala de conferencias montada con un aforo máximo de 80 personas y con una distribución de sillas de un metro perimetral "para obligar a los asistentes a ponerse la

mascarilla y para que conocieran qué y cómo pueden organizar los eventos", según ha explicado el presidente de OPC Madrid. La sala ha contado con dos atriles, que se han desinfectado tras cada intervención, y se ha cambiado la almohadilla de los micrófonos, entre otras medidas. "Esta presentación ha tenido como objetivo mostrar al Sector que, con responsabilidad, todo se puede hacer", ha afirmado David Abreu.

En las distintas presentaciones han intervenido representantes del Madrid Convention Bureau, La Casa de Mónico, AV Medios, Intermundial, Madrid Marriott Auditorium, Fórum Evolución Burgos, Quirón Salud, Meridiana, Tabor Bus, la Asociación Nacional de Carpas y de Instalaciones Temporales (Aspec), Display Form, Ciber Events y Aracarpas.



*El Gobierno español lo ha intentado / Desde el primer momento el MCB se ha implicado con el Sector / La subvención no es la solución, es cortoplacista y no garantiza la continuidad / Con responsabilidad, se puede / A corto plazo las perspectivas son muy negativas / No concibo el mundo sin relación y contacto interpersonal*



DAVID ABREU / PRESIDENTE DE OPC MADRID

## ‘Nos encontremos ante la mayor crisis de nuestro Sector’

**E**L PRESIDENTE DE la Asociación de Empresas de Organización Profesional de Congresos de Madrid y Centro (OPC Madrid), David Abreu, resalta el fuerte impacto que ha dejado el coronavirus en el Sector, pero, por el contrario, anima a trabajar en las nuevas circunstancias para que el Sector vuelva lo antes posible.

■ **¿Cómo afronta el Sector MICE español y madrileño el último cuatrimestre del año?**

● Con ilusión e incertidumbre podrían ser los dos términos más representativos, en la temporada tradicionalmente más prolífica para el desarrollo de nuestros negocios. Se han hecho los deberes, se ha puesto todo por parte de los empresarios y los trabajadores, pero la confianza del cliente y la repercusión social e inherentemente comercial que tiene el desarrollo de eventos presenciales, sumado a la falta de certeza en la continuidad de la acción ante la posible reactivación de medidas de restricción en los contactos personales, hacen que nos encontremos ante la mayor crisis de nuestro Sector.

■ **¿Cree que el Gobierno español ha tenido sensibilidad sobre las necesidades del sector turístico y congresual a la hora de tomar medidas?**

● Lo ha intentado, pero soy de la opinión de que la inexperiencia de éste y claramente la de la mayoría de los gobiernos del mundo, ante una crisis sanitaria de este calado y la sobreexposición informativa a través de las redes sociales, ha provocado encononrazos con el Sector. No comparto las opiniones de los representantes del Gobierno nacional con claras alusiones a aspectos que no aportan nada positivo ni dan soluciones, y menos aún en estos momentos.

■ **¿Cómo valora la campaña que está realizando el Ayuntamiento de Madrid, a través del Madrid Convention Bureau (MCB), para reactivar el Sector MICE?**

● Muy positiva, desde el primer momento el MCB se ha implicado con el Sector en el desarrollo de interesantes actividades formativas e informativas; recuerdo especialmente una sesión desarrollada con el mercado asiático muy didáctica, que nos ayudó a dimensionar el alcance de la situación por facilitar el visibilizar fases que ya se encontraban en pleno desarrollo en los mercados asiáticos. Asimismo, valoro muy positivamente el desarrollo del material gráfico para varios subsectores turísticos y las medidas económicas de apoyo a las empresas



y el apoyo a la obtención del sello oficial desarrollado por el ICTE.

■ **¿Qué otras medidas serían necesarias para la industria?**

● En primer lugar, medidas de contención de los contagios y, a partir de ahí, podremos definir medidas de recuperación del Sector. La subvención no es la solución, es cortoplacista y no garantiza la continuidad. Venimos de unas temporadas con vientos muy favorables y sabemos desarrollar nuestro trabajo, pero para ello necesitamos una base estable en la que la confianza del cliente se anteponga a la incertidumbre y desconocimiento que tenemos de

esta situación. Qué duda cabe que reducciones de los tipos impositivos del IVA podrían fomentar el consumo, pero seamos realistas, con menores ingresos difícilmente podremos hacer frente a los gastos de funcionamiento, por lo que opino que todos los esfuerzos deben destinarse a la resolución del problema de origen y una vez estabilizado, hacer frente a la recuperación en base a la importancia que para la sociedad representa cada sector.

■ **OPC Madrid ha publicado un manual con una serie de recomendaciones para hacer frente a la organización de eventos y pre-**

«**Necesitamos una base estable en la que la confianza del cliente se anteponga a la incertidumbre y desconocimiento que tenemos de esta situación**»

«**En esta nueva etapa que nos toca vivir, esta gran oportunidad nos permitirá un mayor reconocimiento de nuestra labor que, en ocasiones, pasa desapercibida**»

**venir el contagio del coronavirus, que ha sido la base del protocolo de seguridad elaborado por el ICTE y la posterior norma UNE sobre Turismo MICE. ¿Ha sido un trabajo duro?**

● Pese a que el esfuerzo de los integrantes del Grupo de Trabajo de OPC Madrid que ha desarrollado este proyecto ha sido muy importante, no creo que se pueda catalogar como duro. Ha imperado el conocimiento del Sector y el sentido común, pero por encima de todo la comunicación y camaradería entre los integrantes y los receptores de estas recomendacio-

nes. Los profesionales de la organización de eventos presenciales, y no me refiero exclusivamente a los OPCs o a los *meeting planners*, sino también a la inestimable fuerza de los proveedores que nos ayudan a ofrecer el mejor servicio, lo han recibido muy positivamente y nos han llegado varias felicitaciones, tanto por la forma como por el fondo, pues pese a carecer de carácter normativo ha sido percibido como un elemento de ayuda y de posicionamiento de que "con responsabilidad, se puede".

■ **¿Para un organizador de eventos es difícil seguir todas las recomendaciones que marcan estos documentos?**

● En ningún caso. En esta nueva etapa que nos toca vivir, esta gran oportunidad nos permitirá un mayor reconocimiento de nuestra labor que, en ocasiones, pasa desapercibida, lo cual por otro lado es positivo, pues como me enseñó mi maestro y padre, "debemos hacer que la foto quede bonita, pero no salir en ella" y el que la organización de un evento no destaque es un gran logro. Las medidas propuestas enfatizan el correcto desarrollo de nuestras funciones y dan fuerza al trabajo de las personas implicadas en el equipo operativo dotándole de un valor añadido hacia nuestros clientes y los clientes de éstos.

■ **¿Los proveedores están preparados para hacer los eventos más seguros frente al Covid-19?**

● Rotundamente sí.

■ **¿Cómo están respondiendo los clientes en esta ‘nueva normalidad’? ¿Están volviendo los eventos presenciales?**

● Sin paños calientes... mal, muy mal, es un quiero y no puedo. A corto plazo las perspectivas son muy negativas. Debemos ser pacientes, debemos ser creativos, es tiempo de fortalecer nuestros vínculos profesionales y personales y de ayudar a los más desfavorecidos. La estabilidad del Sector llegará, pero tras la resolución del problema de base.

■ **¿Cuándo cree que el Sector MICE volverá a los niveles previos a la pandemia?**

● No me atrevo a dar este tipo de predicciones, la nueva normalidad no existe, será la normalidad actual, con o sin mascarillas, con o sin mamparas, con o sin miedo a viajar, pero será la normalidad. No concibo el mundo sin relación y contacto interpersonal, como tampoco me lo imagino sin concienciación medioambiental o cualquier otro aspecto que ya forma parte de nuestras vidas. No me cabe duda de que nos adaptaremos.

### EN DIRECTO

## ‘Las tecnologías tendrán mayor representatividad’

**E**N CIERTA MEDIDA, los eventos virtuales han servido para salvar de alguna manera al Sector MICE durante estos meses, han facilitado el mantenimiento del contacto, tanto comercial como formativo, pero no más allá de la supervivencia, considero que tienen un corto recorrido.

Tampoco me cabe duda de que, en el futuro, las nuevas tecnologías tendrán una mayor representatividad de la que tenían antes, su eficiencia está



David Abreu  
Presidente de  
OPC Madrid

demostrada, ya lo habíamos vivido en el pasado y en estos días se ha ratificado: darán la oportunidad a los interesados de asistir en remoto cuando las circunstancias no le permitan hacerlo de forma presencial o de poder contar con las intervenciones de personalidades de gran valor en reuniones en las que los condicionantes de disponibilidades de agendas y costes no siempre lo permitían. Un complemento más que dará valor a nuestros eventos, bienvenido sea.



---

# BIENVENIDO DE NUEVO

**MADRID MARRIOTT AUDITORIUM ABRE DE NUEVO  
SUS PUERTAS CON UN COMPROMISO CLARO:  
GARANTIZAR TU SEGURIDAD.**

Espacios únicos, con facilidad de acceso a través de las diferentes entradas, que permiten un excelente flujo de asistentes.

Sus múltiples cocinas estratégicamente situadas y una útil capacidad de privatización gracias a sus salas panelables y a las amplias galerías que permiten que el establecimiento se adapte a la perfección a los nuevos protocolos con todas las garantías de seguridad e higiene.

Sin olvidarnos del imponente Auditorio de hasta un total de 2000 asientos que pone la guinda a su oferta MICE junto con sus 56 salas de reuniones.

MADRID MARRIOTT AUDITORIUM HOTEL & CONFERENCE CENTER  
AVENIDA DE ARAGÓN 400, 28022, MADRID

MEMBER OF MARRIOTT BONVOY™

[www.madridmarriottauditorium.com](http://www.madridmarriottauditorium.com) | email: [info@marriottauditorium.com](mailto:info@marriottauditorium.com) | +34 914004400 | [f](#) [@](#) [t](#) @HOTELAUDITORIUM

  
MARRIOTT  
MADRID AUDITORIUM



*Las medidas del Gobierno están ayudando, aunque son insuficientes / Necesitamos la prolongación del plazo de los ERTes hasta final de año, más exoneraciones fiscales y otras ayudas directas / Creemos que pueden llevarse a cabo los eventos con garantía de que no haya contagios / El cliente quiere hacer eventos*



MAR GARCÍA / PRESIDENTA DE AGENCIAS DE EVENTOS ESPAÑOLAS ASOCIADAS

## 'Seguiremos trabajando en comunicar y emocionar'

**L**A PRESIDENTA DE la asociación Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA), Mar García, expone la situación actual que vive la industria de eventos y las acciones que ha realizado la entidad durante los últimos meses.

■ **La industria de los eventos está siendo una de las más perjudicadas por la pandemia del coronavirus. ¿Cuándo cree que podrá volver a un ritmo normal?**

● A pesar de ser una de las industrias más afectadas, la industria de eventos está empezando a moverse. Pensamos que en septiembre la actividad se reactivará de un modo gradual, en función de la confianza que ofrezcamos las agencias de eventos y la determinación de las marcas.

■ **¿En qué grado se ha visto afectada la industria de eventos?**

● Teniendo en cuenta que en febrero comenzó la caída de nuestro mercado, y el tiempo que todavía pasará hasta que se vuelva la normalidad, podemos hablar de un porcentaje de alrededor del 75% el impacto de la industria de eventos en relación a 2019.

El estudio de análisis a nivel mundial, elaborado por Events Industry Council en colaboración con Oxford Economics, cifraba en 10.889 millones de euros el impacto del sector en el PIB español (en 2018), lo que situaba a nuestro país en la 12ª posición de la lista de 50 países con mayor impacto en la organización de eventos.

■ **¿Cree que las medidas adoptadas por el Gobierno central son suficientes para garantizar la supervivencia de las empresas del Sector y, en definitiva, la del propio Sector?**

● Creemos que están ayudando en parte, aunque son insuficientes. Nuestra industria de eventos está muy dispersa en cuanto a códigos CNAE se refiere, lo que supone una barrera para muchas empresas a la hora de poderse identificar como pertenecientes al Turismo MICE.

■ **¿Qué medidas cree que faltan?**

● Prolongación del plazo de los ERTes hasta final de año, más exoneraciones fiscales y otras ayudas directas, y flexibilidad en relación a demostrar la pertenencia al Turismo de reuniones y eventos (MICE).

Necesitamos comprar tiempo, para mantener nuestros negocios y el talento de nuestros empleados, mientras llega la normalidad, y para eso necesitamos financiación.

■ **¿Qué acciones ha estado realizando AEVEA durante estos meses y qué tiene previsto realizar hasta final de año?**



● Entre otras acciones, se lanzó la campaña 14-03-2020 Coffee Break #UnBreakYVolvemos, donde comunicábamos que la situación es un pequeño parón en el gran evento de nuestra vida, pero que seguiremos trabajando creativamente en comunicar y emocionar. En una segunda oleada comenzamos con los mensajes directos a las marcas con #PospónNoCanceles, donde decíamos que si somos expertos en posponer nuestros eventos personales (alarma del despertador, ir al gimnasio, las actualizaciones del ordenador... ¿por qué no vamos a ser expertos en posponer nuestros

eventos profesionales? La tercera ola ha sido un mensaje de compromiso hacia las marcas, donde las agencias, a través de afirmaciones como "quiero pasar el resto de mi vida organizando tus eventos" u "organizaré tus eventos en la salud y la enfermedad", decimos rotundamente #SiQuieroOrganizarTuEvento.

La campaña culminó con el llamamiento a las marcas por la sostenibilidad de la industria de eventos, donde se les pedía dar un paso más allá de la Guía de Buenas Prácticas en la Compra de Servicios de Eventos (elaborada por AEVEA

«Pensamos que en septiembre la actividad se reactivará, en función de la confianza que ofrezcamos las agencias de eventos y la determinación de las marcas»

«Necesitamos comprar tiempo, para mantener nuestros negocios y el talento de nuestros empleados, mientras llega la normalidad, y para eso necesitamos financiación»

y AERCE, asociación de profesionales de compras).

Al hilo de la campaña se han implementado las Break-Fast Sessions, eventos virtuales de formato televisivo, donde diferentes expertos de distintos sectores como el empresarial, el marketing y el científico, nos han inspirado y enfocado sobre qué acciones tomar durante el estado de alarma, de cara a mantener y reactivar nuestro mercado hacia la vuelta a la normalidad.

Se ha continuado con nuestros habituales AEVEA Lab, aunque en formato *streaming*, ofreciendo contenidos de interés a los socios.

### EN DIRECTO

## 'Unas medidas adecuadas para nuestra industria'

**D**ESDE EL INICIO de esta crisis, a través del Foro MICE, del que formamos parte, se ha apelado a la Secretaría de Estado de Turismo y a la CEOE para conseguir unas medidas adecuadas para nuestra industria. Se ha conseguido financiación específica para el Turismo y se han alargado los ERTes hasta finales de septiembre, pero seguimos trabajando en que puedan prolongarse hasta final de año, para que no haya pérdida de tejido empresarial. Por otro lado, junto



Mar García  
Presidenta de AEVEA

a asociaciones de servicios de comunicación y marketing hemos pedido a la Secretaría de Estado de Comunicación una serie de medidas que han trasladado a la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa, así como a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales. De cara a nuestros socios, AEVEA se ha focalizado en dar la mejor cobertura jurídica, para que pudieran estar al día en cuanto a interpretación legal de los decretos del gobierno.

■ **Actualmente, se pueden celebrar eventos en España, pero ¿cree que se dan las condiciones para que los eventos se puedan celebrar con cierta normalidad?**

● Teniendo en cuenta los requisitos y recomendaciones del protocolo del ICTE para el Turismo MICE (en cuya elaboración hemos participado), creemos que pueden llevarse a cabo los eventos con garantía de que no haya contagios.

■ **¿Qué supone para una agencia de eventos cumplir con todos los requisitos de seguridad que marcan las autoridades para poder celebrar reuniones presenciales?**

● Es un paso más en la seguridad en la que ya se trabaja habitualmente en la industria. Aunque suponga unas ciertas limitaciones, con la colaboración de toda la cadena de valor del evento hay que adaptarse hasta que haya una vacuna.

■ **¿El cliente final quiere organizar eventos presenciales?**

● Van activándose ciertos sectores, como puede ser el de la automoción, y determinadas marcas están abriendo camino. El cliente quiere hacer eventos, lo considera una herramienta estratégica para su negocio, y sabe que las agencias le podemos dar todas las garantías, pero está en muchos casos condicionado por políticas de prohibición interna o por miedo a crisis de reputación.

Es necesaria una colaboración de marcas y agencias para impulsar la reactivación de la actividad y hacer sostenible esta necesaria industria.

■ **La organización de eventos virtuales ha sido la única opción de celebrar encuentros durante estos meses. ¿Cree que esta tendencia seguirá en el futuro?**

● Ha sido una opción muy útil para poder seguir comunicando, pero se ha llegado a producir una gran saturación. La digitalización será importante, ayudando a incrementar la experiencia presencial, alargándola, y con ello prolongando también el momento de generación de negocio.

Los eventos híbridos serán una tendencia a explotar cuando el contenido sea divulgativo o de gestión del conocimiento, pero es una opción que se queda pobre cuando el objetivo es *engagement*.

■ **La sostenibilidad ha sido y es una tendencia que está en boca de todo el Sector MICE. ¿Tras la pandemia del coronavirus, esta tendencia se verá potenciada?**

● Creemos que la sostenibilidad será fundamental, la optimización de recursos y la elección de los mismos conforme a los objetivos de desarrollo sostenible van a acelerar exponencialmente esta tendencia en nuestro mercado y en todos en general.

# La industria MICE española advierte de la posible desaparición de los congresos científico-médicos

Ante la prohibición de financiación de la formación continuada de profesionales sanitarios por parte de la industria farmacéutica

El Foro MICE, la entidad que integra a las principales asociaciones de la organización de eventos en España, ha alertado de la posible

desaparición de los congresos científico-médicos ante la prohibición de financiación de la formación continuada de los profesionales sanitarios

por parte de la industria farmacéutica que ha planteado la Comisión Parlamentaria para la Reconstrucción Social y Económica.

Ante esta posibilidad, el Foro MICE ha apelado a esta Comisión a la revisión y rectificación de su artículo 47.2 del Tema 8, Política farmacéutica, Industria biosanitaria y reserva estratégica, que indica: "Tomar medidas para financiación pública de formación continuada de los profesionales sanitarios a cargo de las administraciones públicas, y para investigación independiente, divulgación/educación sanitaria y patrocinio de actividades de asociaciones de pacientes. Se prohibirá financiación de estas actividades, directa o indirectamente, por la industria".

En este sentido, esta prohibición de apoyo directo o indirecto de la industria supondrá la posible desaparición de los congresos científicos del sector sanitario que, hasta la fecha, contaban con el respaldo de la industria farmacéutica y tecnológica. La redacción actual de este apartado no hace sino "entorpecer las relaciones y buenas prácticas que desde hace años se han mantenido entre el Sector congresual y la industria farmacéutica y tecnoló-



Representantes de las asociaciones que componen el Foro MICE.

gica", ha afirmado la presidenta del Foro MICE, Matilde Almandoz.

La entidad muestra su profunda preocupación sobre el posible desenlace de las conclusiones del Grupo de Trabajo y de Sanidad Pública en este punto que tal cual

se indica en este momento "condenaría la actividad congresual a su desaparición dadas las condiciones actuales de las sociedades científicas y de las asociaciones de pacientes en la España real de la post-pandemia", han trasladado

desde el Foro MICE. "¿Se va a tirar todo ese trabajo por la borda sin ni siquiera consultar a los profesionales y a la industria del sector de organización de reuniones cuando consolidamos año tras año nuestro buen hacer y nuestro posiciona-

miento internacional con el legado que eso supone?", han preguntado desde la entidad.

## Un Sector de buenas prácticas

El Foro MICE ha afirmado que las sociedades científico-médicas, principales promotoras de las reuniones y congresos del sector sanitario, y la industria farmacéutica y tecnológica se rigen por estrictos códigos en permanente actualización, aplicados tanto por Fenin como por Farmaindustria, en vistas a garantizar la transparencia y el comportamiento ético, así como la protección de la independencia de los profesionales sanitarios. Ambos organismos siguen estrictamente las normativas nacionales y europeas existentes a este respecto, lo que contribuye al posicionamiento de España en el Top 5 de la industria MICE a nivel mundial.

La entidad que preside Matilde Almandoz, muy preocupada por la situación, ha mostrado su esperanza a que se rectifique esta situación, para evitar así la desaparición de los congresos científico-médicos.

# Farmaindustria y Fenin: 'La financiación privada de la formación sanitaria es necesaria y transparente'

La prohibición de que la industria farmacéutica financie la formación continuada de los profesionales sanitarios que ha aprobado la Comisión Parlamentaria para la Reconstrucción Social y Económica del Congreso de los Diputados, deja, como ya han alertado desde el Foro MICE, en una situación más que preocupante al sector de los congresos médico-sanitarios. Dos de las asociaciones más importantes de la industria sanitaria, Farmaindustria y Fenin, han puesto en valor la necesidad de que la industria financie la formación de los profesionales sanitarios, destacando la transparencia en la independencia y el correcto uso de las ayudas a la formación y en las actividades formativas.

La Asociación Nacional Empresarial de la Industria Farmacéutica, Farmaindustria, ha señalado que "la colaboración de las compañías farmacéuticas es esencial para la formación continuada de los profesionales sanitarios. Esa cooperación contribuye a la realización, por parte de sociedades científicas y otras organizaciones científico-profesionales, de reuniones y congresos que permiten a los profesionales

sanitarios mantenerse al día en sus especialidades, y les permiten acudir a estos eventos formativos con becas y ayudas sin las cuales tendrían muy difícil la asistencia. El elevado nivel científico y el reconocimiento generalizado sobre la alta capacitación de los profesionales sanitarios en España evidencia el valor de esta colaboración, que se ha venido produciendo históricamente".

Farmaindustria ha añadido que "la prohibición de estas colaboraciones iría en contra de la libertad de empresa y de la iniciativa privada, principios consagrados en la Constitución, además de que son una práctica habitual en

el resto de países europeos, y, en el caso del apoyo a la formación de los profesionales sanitarios, están respaldadas por la propia normativa europea, que prevé este tipo de cooperación por parte de las compañías farmacéuticas. Así, la Directiva 2001/83/

CE, incorporada a la legislación española en el RD 1416/1994, que regula la publicidad e información de medicamentos al público y a los profesionales, prevé el patrocinio de congresos científicos en los que participen personas facultadas para prescri-

pciones se realizan en España en un marco de transparencia y están sometidas a un exigente y riguroso Código de Buenas Prácticas. Desde hace 10 años en el caso de las colaboraciones con asociaciones de pacientes y desde hace cinco en las que se refieren a organizaciones y profesionales sanitarios, las compañías farmacéuticas hacen públicos todos los apoyos que proporcionan, de forma que la sociedad los conozca y pueda entender su valor, además de evitar potenciales conflictos de intereses y de asegurar que la cooperación se produce con total independencia por todas las partes. Esta apuesta por la trans-

parencia, pionera y sin parangón en otros sectores, ha sido reconocida por instituciones públicas, como el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno y la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, y privadas, como Transparencia Internacional Espa-

ña y el Consejo de la Abogacía Española. Está recogida en el Código de Buenas Prácticas de la Industria Farmacéutica, autorregulación de obligado cumplimiento para las compañías farmacéuticas, y cuenta con una Unidad de Supervisión Deontológica que vela por su cumplimiento".

Por su parte, la Federación Española de Empresas de Tecnología Sanitaria, Fenin, ha resaltaado "el compromiso que siempre ha tenido el sector de tecnología sanitaria con la formación de los profesionales sanitarios, tanto con la formación continuada como con la formación en terapias, productos o tecnologías innovadoras. La formación de los profesionales es esencial para garantizar un uso seguro y eficaz de la tecnología y para obtener el máximo rendimiento a ésta en beneficio de los pacientes y del sistema sanitario en su conjunto". Finalmente, Fenin ha recordado que "el Código Ético del Sector de Tecnología Sanitaria dota de mecanismos rigurosos para ofrecer garantías y transparencia en la independencia y el correcto uso de las ayudas a la formación y en las actividades formativas".



bir o dispensar medicamentos. Además, la propia Directiva establece una serie de requisitos necesarios para que esta colaboración se produzca en las condiciones adecuadas".

Por otro lado, Farmaindustria ha destacado que "estas colabo-

# El Sector MICE está obligado a mejorar el formato de los eventos virtuales por el cansancio que producen

Muchas empresas han cometido errores al pasar rápidamente y sin planificación de las reuniones físicas a las 'online'

La pandemia del coronavirus obligó a la suspensión de todos los eventos físicos en España desde el pasado mes de marzo. Ahora, poco a poco, los eventos vuelven a celebrarse presencialmente aunque con

muchas limitaciones. Es por eso que durante estos meses la celebración de reuniones y eventos virtuales e híbridos ha sido la única manera de reunirse, pero la saturación de convocatorias y el formato de

las mismas ha producido un cierto cansancio en los profesionales. Se abre, por tanto, un reto para el Sector MICE, ya que los eventos *online* e híbridos seguirán desarrollándose, aunque deben mejorarse.

"Más allá del cansancio, que sin duda provocan debido al alto número de ellas, creo que el peso de la reunión en formato virtual dista mucho del presencial", afirma el presidente de OPC Madrid, David Abreu. "Desde la fase preparatoria por parte del asistente que tiene una menor implicación, hasta la duración de la misma, que necesariamente es inferior a las presenciales por el propio tiempo que se dedica, pasando por los casi inapreciables, pero existentes, y que nuestro cerebro procesa, retrasos en la comunicación oral e incluso en la escasa comunicación no verbal por las obvias barreras existentes, hacen que las reuniones por videoconferencia, pese a que tienen la parte positiva de que en ocasiones sea la única manera posible de reunirse, además de la reunión telefónica, no pueden equipararse a la reunión presencial ya sea de carácter formativo, comercial o privado", añade.

Por su parte, el director general de GEBTA España, Marcel Forns, señala que "durante estos meses de confinamiento, la mayor parte de las empresas hemos abusado de las reuniones virtuales, que hemos utilizado para todo, con

independencia de los objetivos perseguidos y de la idoneidad del medio para cada propósito en cuestión, porque no había otro remedio. En términos generales, este abuso ha generado una cierta saturación y ha puesto en evidencia las limitaciones que tienen las videoconferencias".

Forns destaca algunas de las ventajas de las reuniones virtuales, como "que tienen un menor coste y suponen un ahorro de tiempo respecto de las reuniones cara a cara. La clave está en saber cuándo debemos recurrir a una reunión presencial y cuándo la podemos substituir por una virtual, porque no sirven exactamente para lo mismo y por consiguiente no siempre tienen los mismos efectos". Pero también indica algunas limitaciones, como su duración. "La capacidad de mantener la concentración, por ejemplo, no es equivalente, por eso, por regla general, se recomienda que las reuniones virtuales sean breves, porque de lo contrario, es muy fácil distraerse", agrega el director general de GEBTA España.

## Boom de eventos 'online'

Muchas empresas tradicionales de organización de eventos se

han adentrado plenamente en la organización de eventos *online* facilitando herramientas específicas, como Viajes El Corte Inglés, Globalia Meetings & Events, IAG7 Viajes o atlanta events & corporate travel consultants. También, las grandes tecnológicas han mejorado sus sistemas para poder celebrar reuniones de manera telemática, como Microsoft (Microsoft Teams) o Google (Google Meet), con el objetivo de ofrecer herramientas que ayuden al trabajo diario de las empresas y, también, que sean más atractivas para los usuarios.

Una empresa específica de organización de eventos *online*, como EventsCase, también ha facilitado la posibilidad de celebrar reuniones a través de su plataforma, pero reconoce que, en general, el desarrollo de eventos *online* durante estos meses ha tenido muchos errores. "Hasta ahora no se ha pensado en formatos específicos para eventos online y lo que se ha intentado es replicar los eventos físicos", afirma el CEO de EventsCase, Jose Bort. "Creemos que no se han tenido en cuenta que los contenidos deben ser más ágiles y los ponentes menos eruditos y



La planificación de las reuniones virtuales es fundamental.

más comunicadores. El moderador de eventos virtuales e híbridos es quien marcará el ritmo del evento y quien debe tener la flexibilidad necesaria para hacer frente a potenciales problemas, ya sean técnicos o de otra índole", destaca Bort, quien añade, por otro lado, que "las herramientas de participación *online* deben perfilarse para que tengan sentido y que no solo sea una consecución de encuestas y concursos. Es importante echar mano de herramientas de gamificación relacionadas con el contenido

del evento y personalizadas con el *branding* y la marca corporativa".

En definitiva, la opinión de los expertos es que para la organización de una reunión o evento virtual o híbrido es necesaria una planificación específica para este tipo de eventos. Al respecto, American Express Meetings & Events ha elaborado una guía en la que analiza los procesos de organización de un evento enfocado al mundo virtual y que tiene como objetivo mejorar la experiencia de los usuarios en las reuniones *online*.

## Los eventos virtuales necesitan de una planificación distinta a los presenciales

La imposibilidad de celebrar eventos presenciales tras la aparición del coronavirus obligó a las empresas y asociaciones a celebrar sus reuniones *online*, un cambio de modelo que, según MCI Spain, no han sabido desarrollar todas ellas. Para la compañía, la organización de un evento *online* tiene que planificarse de una forma específica y no siguiendo los mismos procesos que para uno presencial.

Según una encuesta interna de MCI, en este proceso de cambio hacia el evento virtual o híbrido, muchas compañías han cometido los mismos errores que principalmente causaban el desvínculo de la atención de los participantes y de allí el fracaso del evento digital. Los errores más comunes que encontraron son: desconocimientos de los formatos digitales, sesiones largas con contenido difícil de digerir, falta de personalización, nula participación de los asistentes y de un atributo realmente valioso y relevante en el evento.

Estos errores se pueden agrupar en dos generales que se cometen al inicio del proyecto. En primer lugar, las organizaciones tienden a elegir

prioritariamente la tecnología antes de revisar sus estrategias y objetivos. No obstante, según MCI, existen tantas plataformas como tipos de eventos y no necesariamente una solución única es válida para todo el portafolio de eventos. En segundo lugar, las empresas han copiado y pegado sus agendas del evento presencial al virtual, sin realizar las adaptaciones necesarias para el cumplimiento de los objetivos del evento en su nuevo entorno.

En este contexto, el director general adjunto de MCI Spain & Portugal, Rudolf Rannegger, destaca que "para llevar a cabo una transición de un evento presencial al virtual es necesaria una estrategia y un enfoque de pensamiento de diseño (Design Thinking). Redefinir los objetivos, pensar en la audiencia e implementar elementos de la neurociencia son clave y ayudarán a las empresas a conseguir el impacto que quieren en el evento virtual".

Teniendo en cuenta la importancia y el peso que tienen los eventos en el mundo actual, MCI Spain Event Services trabaja con una metodología que garantiza el

éxito en cada uno de los procesos de creación de eventos híbridos y digitales. "La clave es seguir una metodología desde el principio, rediseñar la experiencia e integrar innovación y creatividad en el proceso", añade Rannegger.

Para aplicar esta metodología, es imprescindible trabajar mano a mano con los clientes, entender a los participantes, profundizar en detalle en los objetivos y la agenda del evento, comprender el contenido de cada elemento de la jornada y, finalmente, rediseñar la experiencia. En el marco de ese rediseño, es importante tener en cuenta que en el mundo digital la capacidad de atención es más reducida. En consecuencia, hay que garantizar la relevancia del contenido, aportar elementos de creatividad y diseñar el ritmo del evento para evitar que los asistentes desconecten tras 15-20 minutos. De igual forma, es especialmente estratégico el diseño de un evento virtual, ya que éste puede multiplicar de manera muy notable la audiencia potencial, además de conseguir los mismos objetivos que uno presencial y un participante contento y fidelizado.

## Los formatos híbridos ganarán peso en los congresos asociativos

Los eventos híbridos serán los protagonistas en el futuro de los congresos de las asociaciones. Ahora mismo, con la pandemia del coronavirus todavía presente, el formato virtual es el único posible, pero una vez se supere, el híbrido será el que se imponga por unir las ventajas, tanto de los eventos presenciales como de los virtuales. Así se ha destacado durante la jornada 'Respuestas sobre el futuro de los congresos', que ha organizado el Girona City Convention Bureau, el Palacio de Congresos de Girona y la empresa INT Meetings.

Moderada por la periodista Elisenda Vidal, la jornada ha reunido a la directora del Girona City Convention Bureau, Núria Prats Alcón; el director de Marketing y Ventas de INT Meetings, Óscar Salcedo Vila; Joan Ribas de Pouplana, CEO de GNA Hotel Solutions y miembro de la Junta Directiva de la Asociación de Empresas de Nuevas Tecnologías de Girona (Aenteg); Javier García Gómez-Díe, director ejecutivo de la Fundación SEPA (Sociedad Española de Periodoncia e Im-

plantes); Antonia María Moreno Duque, responsable de Marketing y Comunicación de Berger Levrault España; Marta González Acín, responsable comercial del Palacio de Congresos de Girona; y Eva Inglés, directora comercial del Hotel Carlemany Girona.

Durante la jornada se ha hablado de la importancia de contar con la tecnología para poder celebrar eventos, tanto virtuales como híbridos, pero siempre teniendo en cuenta a las personas y a los patrocinadores. Además, se ha expuesto la adaptación de las ciudades a las circunstancias actuales, las medidas de seguridad que se han implantado en todo tipo de empresas y las nuevas posibilidades de patrocinio que tienen las empresas en este nuevo entorno. A pesar de destacar las bondades de los eventos virtuales, los asistentes han destacado la necesidad de que los eventos vuelvan a celebrarse presencialmente, ya que el negocio y la economía el tejido empresarial de muchas ciudades dependen de la asistencia de las personas a los eventos físicos.

# MARRIOTT AUDITORIUM NEWS



## MADRID MARRIOTT AUDITORIUM ESTRENA SU BUFFET ASISTIDO

El establecimiento madrileño ha abierto sus puertas cumpliendo con todos los estándares de seguridad, higiene y, por supuesto, confianza. Para ello ha puesto en marcha un plan de medidas que responden a todos los protocolos; pero asegurando la calidad de siempre en sus servicios. Esto atañe, también, a su Buffet Madrid, un espacio donde los buenos días son uno de los momentos más importantes de la jornada; y que ahora se adapta convirtiéndose en un servicio asistido.

Un buen desayuno, sin prisas, donde podamos disfrutar de alimentos dulces y salados, el café de siempre y el mejor ambiente. Esto es un básico para empezar la jornada con fuerza y buen humor. Es por ello que prestarle al desayuno la atención que merece es esencial para comenzar el día con ganas.

De optimismo y vitalidad sabe mucho Madrid Marriott Auditorium, que ha puesto en marcha su Buffet Madrid de manera asistida con medidas específicas como *instalación de mamparas físicas, digitalización de productos a través de códigos QR, información de los diferentes servicios a través de pantallas, control de aforo, señalización para facilitar el flujo de clientes, dispensadores desinfectantes de manos inalámbricos, estaciones de recogida de alimentos servidos individualmente, comida lista para llevar y un detallado protocolo de limpieza* que permite que el cliente disfrute de cada momento.

El Buffet Madrid es un espacio de restauración especial con un concepto gastronómico que cumple con todos los gustos a la vez que envuelve en un ambiente único bajo el abrazo de Madrid. Su decoración, un espacio vestido por murales fotográficos de la capital, y con más de mil metros cuadrados de superficie, es un referente desde el que disfrutar de una inolvidable experiencia culinaria.

En Madrid Buffet se despierta al paladar cada mañana. Un espacio donde se puede disfrutar de la comida más saludable, de deliciosos smoothies, zumos naturales y



cocina en vivo, lo mejor de la gastronomía española preparada al momento en una experiencia para los sentidos.

En el Madrid Marriott Auditorium los placeres son complicados de olvidar. Su grandeza no solo reside en su inmenso abanico de servicios o en las dimensiones y opciones de sus estancias, también en el acogedor ambiente que te invade desde el primer momento. El establecimiento madrileño ha vuelto para seguir ofreciendo lo mejor en un espacio seguro.

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

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



## MADRID MARRIOTT AUDITORIUM, VUELVEN LOS EVENTOS INOLVIDABLES

Ubicado de manera estratégica entre el Aeropuerto Madrid Barajas Adolfo Suárez, Recinto Ferial de Ifema y el centro de la ciudad, Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center se ha convertido en un lugar de referencia para el turismo MICE. El establecimiento ha vuelto a abrir sus puertas ofreciendo la opción perfecta para albergar cualquier tipo de evento gracias a sus amplios espacios, con una alta capacidad de personalización que garantizan el cumplimiento de la nueva normativa. Además, su equipo vuelve, también, con más energía y ganas que nunca creando, de nuevo, eventos únicos.

**Exclusividad, servicio, calidad, seguridad y confianza.** Son muchas las cualidades de un establecimiento que lo tiene todo, para todos, en cualquier momento. Un hotel que se adapta a las necesidades y expectativas de cada cual. Ahora Madrid Marriott Auditorium vuelve para seguir ofreciendo la **personalización** que le ha llevado a alcanzar la **excelencia**.



El hotel ha adaptado cada uno de sus espacios y servicios a las condiciones requeridas por el ICTE y los protocolos de limpieza anunciados por Marriott International para sus hoteles en todo el mundo. Si hay un lugar que se puede adaptar a las nuevas exigencias ese es el establecimiento madrileño. Considerado como uno de los lugares con los **espacios para eventos más grandes de Europa**, el hotel es una **referencia del turismo MICE** y cuenta con un equipo cualificado y preparado para cumplir con la nueva *normalidad*.

Madrid Marriott Auditorium dispone de **espacios únicos**, con una gran facilidad de acceso a través de las **diferentes entradas**, lo que permite un flujo de asistentes sin riesgo. Sus múltiples cocinas estratégicamente situadas y una útil capacidad de **privatización** gracias a sus **salas panelables** y a las **amplias galerías**, permiten que el establecimiento se adapte a los nuevos protocolos con todas las garantías de seguridad e higiene.

Difícil es olvidar uno de sus espacios más representativos. El **Auditorium** de Madrid Marriott Auditorium, el salón rey de Madrid y la cima de su oferta MICE, dispone de un total de 2000 asientos donde disfrutar de inolvidables jornadas de luz y color, de fiesta y conciertos; pero también de congresos y convenciones. Además, el establecimiento dispone de **56 salas de reuniones** completamente adaptables.

Vuelven los eventos a Madrid Marriott Auditorium. Vuelven los eventos a Madrid.

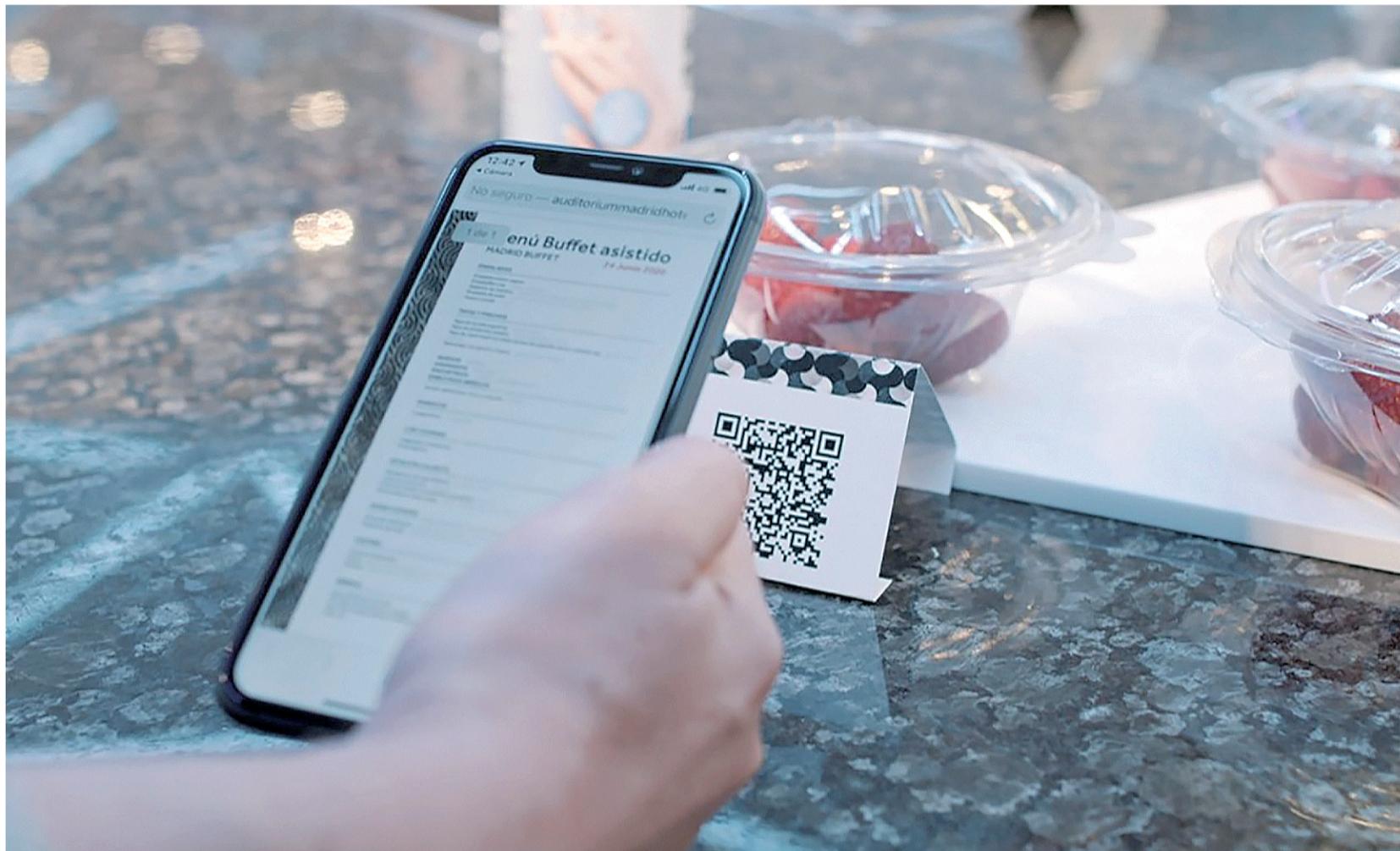


[www.madridmarriottauditorium.com](http://www.madridmarriottauditorium.com)

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



## MENOS CONTACTO, MÁS CONEXIÓN



Si hay otro concepto que define a Madrid Marriott Auditorium ese es vanguardia. El establecimiento madrileño va de la mano con los tiempos presentes, con un pie en los futuros, incorporando todas las novedades que le colocan a la cabeza de la innovación. Su apuesta por la digitalización les permite ofrecer un servicio completamente personalizado que, también ahora, se adapta a las nuevas necesidades. Menos contacto no significa menor conexión.

Espacios adaptados y servicios personalizados en un nuevo escenario, pero manteniendo calidad y excelencia. Madrid Marriott Auditorium ha abierto sus puertas como un espacio seguro, un lugar donde poder disfrutar como siempre de todas sus propuestas, garantizando todas las medidas de seguridad e higiene.

“Menos contacto, más conexión” es una de las premisas más importantes del establecimiento madrileño. La **aplicación de Marriott Bonvoy** seguirá siendo clave para realizar el check in, check out e incluso tener una comunicación previa con el hotel antes de la llegada del cliente; permitiendo así disminuir el contacto y lograr una atención personalizada.

En sus **restaurantes** el objetivo es limitar la cantidad de artículos que pueden tener múltiples puntos de contacto con los huéspedes, siendo el **menú** uno de ellos. Es por ello que el tradicional se ha reemplazado por el uso de **códigos QR** para su acceso de una forma rápida y sencilla. Además, toda la información estará disponible en las múltiples **pantallas digitales** ubicadas a lo largo del hotel para que sus clientes puedan leerlo con tranquilidad y elegir dependiendo de sus gustos.

En las **habitaciones** también se ha logrado disminuir el contacto con toda la documentación física, trasladándola a un mundo digital gracias a los diferentes códigos que estarán en la estancia, así como la televisión interactiva donde el huésped podrá consultar todos los servicios del hotel de una forma detallada e inmediata.

Un hotel que lleva años adaptándose a cada novedad, a cada paso adelante, a cada innovación. Ahora, no sería menos. La **tecnología** les permite, una vez más, seguir personalizando cada uno de los servicios para adaptarse a las nuevas situaciones y a las nuevas necesidades que reclaman los huéspedes ofreciéndoles, así, una experiencia única.

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

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



## NUEVAS EXIGENCIAS, MISMA CALIDAD

Madrid Marriott Auditorium ha abierto de nuevo sus puertas con un compromiso renovado que abraza los valores que siempre le han caracterizado: personalización, exclusividad, servicio, calidad, seguridad y confianza. El establecimiento madrileño empieza una nueva etapa en la que la seguridad será más que nunca su máxima, sin olvidar el servicio único y de calidad que ofrece siempre a sus clientes. Para ello ha adaptado cada uno de sus espacios y servicios a las nuevas condiciones cumpliendo con todos los requisitos de bienestar y responsabilidad.

Este compromiso con sus huéspedes y asociados continúa siendo importante a medida que nos enfrentamos a nuevos desafíos. Nos estamos adaptando a una nueva forma de viajar, Madrid Marriott Auditorium también. Es por ello que el hotel ha aumentado sus **rigurosos y exigentes estándares** para adaptarse a las nuevas exigencias.

Se llevará a cabo una **limpieza más profunda y frecuente** con la implementación de protocolos mejora-

dos para desinfectar cada espacio, especialmente durante las horas de mayor afluencia. Se han agregado, además, **estaciones de saneamiento de manos** en todo el hotel; también se **eliminan todos aquellos elementos no esenciales** de alto contacto, proporcionando toallitas desinfectantes, por ejemplo, en todas las habitaciones.

Además, gracias a sus amplios espacios, facilitará el flujo de clientes evitando aglomeraciones en zonas de alto tráfico como la recepción, zonas comunes o restaurantes y bares. La **señalización** en el suelo, recordando a los huéspedes los requisitos de **distanciamiento físico**, será de gran ayuda para poder conseguirlo. Además, el hotel cuenta con un equipo cualificado y preparado para las nuevas exigencias que, ahora más que nunca, serán imprescindibles para adaptarse a las necesidades específicas que el cliente pueda llegar a tener.

Madrid Marriott Auditorium vuelve.

Vuelve y lo hace, de nuevo, para cuidarte.



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

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



  
MARRIOTT  
MADRID AUDITORIUM

## Accor potencia reuniones al aire libre en España y Portugal

El Grupo Accor potenciará el uso de los espacios exteriores de sus hoteles en España y Portugal con la creación del concepto 'Open Air Meetings', reuniones en las terrazas y jardines con la finalidad de garantizar mayores niveles de seguridad entre los participantes.

"En los próximos meses, animaremos a las empresas a disfrutar más que nunca de los espacios exteriores de nuestros hoteles en España y Portugal para celebrar una reunión, un encuentro con el equipo, acoger una jornada de *work & fun*... Todo tipo de fórmulas, en definitiva, para reconectar con los compañeros de trabajo, clientes, incluso amigos o familia, acompañados de nuestros equipos y el espíritu Heartist que los caracteriza", ha afirmado la directora de Ventas en Accor para España & Portugal, Susana Lamata.

Las 'Open Air Meetings' incluirán distintas variedades en la oferta gastronómica: *coffee breaks* basados en productos saludables como los *healthy bowls* de yogurt, cremas vegetales con cereales y *toppings*, frutas de temporada en su mejor momento de consumo, jugos de frutas naturales y refrescantes tés fríos, todos ellos presentados de manera individual. Además, a la oferta habitual de almuerzos y cenas se añadirá una oferta 'Mobile' de *picnic lunch* para comer de una forma sana, desenfada y casual al aire libre.

La capacidad para albergar cada encuentro oscilará entre las 15 y 100 personas, en función del espacio al aire libre de cada hotel. Los clientes tendrán a su disposición medios audiovisuales, como proyectores, pantallas y *flipcharts*.



El hotel Mercure San Sebastián Monte Igueldo.

## Los hoteles implantan diversas medidas de seguridad para reactivar los viajes

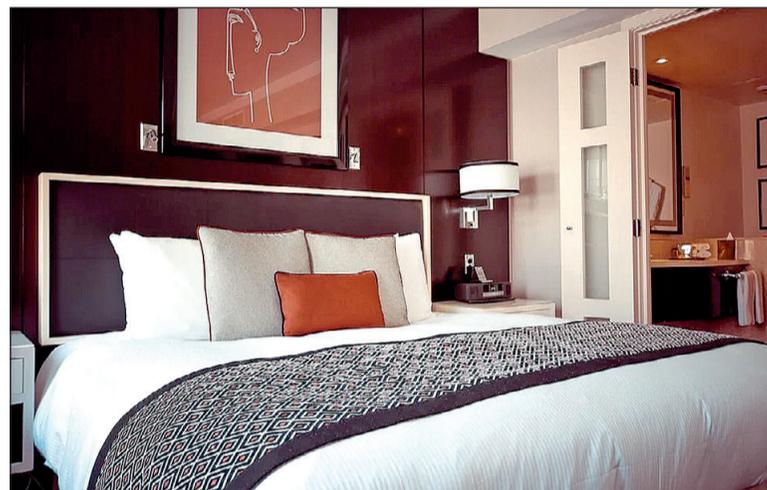
Una mayor limpieza, política sin contacto y distanciamiento social, entre otras

BCD Travel Research & Innovation ha realizado un estudio que aborda los aspectos fundamentales de seguridad e higiene en los hoteles para retomar los viajes de negocios seguros. Para la compañía, los establecimientos hoteleros son uno de los elementos fundamentales para que los viajeros de negocios retomem su actividad.

Para garantizar que puedan reanudar sus viajes de forma segura, el estudio ha detectado que los viajeros de negocios creen que los hoteles deben priorizar la limpieza frecuente y mejorada. También valoran que los hoteles introduzcan medidas para reducir los riesgos de transmisión y las interacciones cara a cara. Estas incluyen el *check-in* sin contacto y la entrada a la habitación, el uso obligatorio de mascarillas y el distanciamiento social, entre otras.

Por lo general, los establecimientos hoteleros han implantado iniciativas de higiene que incluyen una limpieza más frecuente y profunda con uso de desinfectantes hospitalarios; la disposición de desinfectante de manos y toallitas en todo el hotel, concretamente en las áreas de alto tráfico; el personal con equipos de protección personal; y la señalización que recuerda el distanciamiento social y la higiene personal.

Estas medidas implantadas siguen los protocolos de seguridad desarrollados por las grandes compañías hoteleras, organismos



Los hoteles se han adaptado a las nuevas circunstancias.

internacionales y, como en el caso de España, además, las recomendaciones elaboradas por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), que ha elaborado una serie de protocolos para el sector turístico que han sido validados por el Ministerio de Sanidad.

### Experiencia sin contacto

Además de la limpieza, los protocolos de distanciamiento social en el hotel son prioritarios. Así, el personal de los establecimientos llevarán equipos de protección personal y existirán pantallas transparentes de separación en los puntos donde sea necesaria la interacción cara a cara. Asimismo, la experiencia sin

contacto será una máxima desde la llegada al hotel hasta la entrada a la habitación. En este caso, la tecnología cobrará un gran protagonismo.

Otro de los cambios importantes en un hotel vendrá en la restauración: los restaurantes ofrecerán menos mesas, puede que se exija una reserva con antelación, los *buffets* y otras opciones de autoservicio funcionarán con estricto distanciamiento social y será el personal del hotel quien sirva la comida, los menús serán de un solo uso o se reemplazarán por un código *bidí* para consultar el menú *online*, las mesas serán desinfectadas tras su uso por cada cliente y se utilizarán cubiertos empaquetados o desechables.

## Meliá sigue preparando sus hoteles para acoger reuniones y eventos más seguros

Implanta medidas sobre montajes, higiene y restauración, entre otros aspectos

En paralelo a su plan de reaperturas, Meliá Hotels International continúa adaptando sus establecimientos a las nuevas necesidades, tanto de los clientes como de los propios trabajadores, generadas por la pandemia del coronavirus y, en el marco de su programa Stay Safe with Meliá, está preparando todos sus hoteles para volver a recibir al cliente de negocios, garantizando una experiencia segura y en las condiciones sanitarias más óptimas.

Stay Safe with Meliá, certificado por Bureau Veritas, es el programa de transformación de la experiencia del cliente en el contexto Covid-19 y que dedica un apartado especial a la operativa de eventos y reuniones, en tres aspectos fundamentales. Uno de ellos es el de los montajes; ahora se potencian las visitas de inspección virtuales, con herramientas de diagramación 3D para diseñar los nuevos aforos y montajes, se introducen sistemas de señalización para garantizar el correcto flujo de personas y se introducen elementos de separación para asegurar el distanciamiento. Además, se fomentan las aplicaciones digitales en la relación del organizador del evento y el hotel.

Otro de los aspectos son las medidas adicionales de higiene, que incluyen el uso de alfombras desinfectantes, dispensadores de gel hidroalcohólico, precintado de salas tras su higienización, agua embotellada de cristal por persona, precintado de cubertería y elementos de uso frecuente, papelería bajo petición y reducción de elementos decorativos. El otro aspecto es el de la restauración, donde los servicios se realizan en salón privado o en zonas reservadas para cada grupo y siempre que sea posible se fomentan los montajes al aire libre y el *showcooking*. Además, se introduce

el emplatado individual o monodosis y los *coffee breaks* y *buffets* son siempre asistidos para eliminar la manipulación por parte del cliente. También se ofrece la posibilidad de preparaciones para llevar.

La digitalización también ha sido fundamental para afrontar los cambios del sector en la nueva normalidad. Gracias a su canal de distribución MeliáPro, la compañía ha reforzado su relación con el cliente B2B. También Meliá está ultimando los detalles para lanzar un nuevo concepto de reuniones híbridas en sus hoteles, que posibilite la combinación de asistentes presenciales y en remoto.



Uno de los montajes de Meliá con los nuevos protocolos de seguridad.

## NH Hotel Group redefine su área MICE extremando la seguridad

NH Hotel Group ha rediseñado su propuesta de experiencia en el área de reuniones y eventos de sus hoteles con el objetivo de garantizar la seguridad y la salud de sus clientes y empleados. La compañía ha revisado cerca de 700 estándares e impulsado la digitalización de sus servicios para facilitar el distanciamiento social y asegurar que se extrema la higienización y seguridad en los espacios destinados al Sector MICE.

En cuanto a digitalización, NH Hotel Group ha implementado diferentes innovaciones tecnológicas encaminadas a facilitar la planificación virtual de los eventos. Por ejemplo, el cliente podrá realizar una visita virtual de los espacios que ofrece el grupo, elegir el montaje en función de sus necesidades y visualizarlo desde sus propios dispositivos electrónicos, además de recibir asesoramiento personalizado en todo momento.

Por otro lado, con el fin de extremar la seguridad sanitaria en los hoteles, NH Hotel Group y SGS anunciaron su colaboración en un proyecto que redefine y extrema los protocolos sanitarios aplicables en la operativa de las propiedades del grupo, permitien-

do a los mismos certificarse como entornos limpios y seguros de cara a su reapertura. Entre algunas de las iniciativas, las salas de reuniones y las áreas de descanso se desinfectan después de cada evento y durante los recesos, utilizando productos y técnicas de limpieza específicos, además de aplicarse nuevas medidas higiénicas diseñadas por el proveedor Diversey.

Asimismo, con la idea de que no se produzcan congestiones en las áreas comunes, se preprogramará la llegada y salida de grandes grupos. Además, habrá dispensadores de desinfectante para manos en cada entrada y salida principal de las salas de reuniones y los mostradores de registro para los asistentes a las reuniones estarán protegidos con pantallas de plexiglás y ubicados en zonas que ayuden a evitar la concentración de personas.

Por último, el área de Food & Beverage (alimentación y bebidas), dentro del área MICE, habrá menús y procesos adaptados para dar estos servicios, con especial atención a la organización de mesas respetando las medidas de distanciamiento social y con la oferta del *buffet* presentada en porciones individuales envasadas.

## La Feria de Madrid se posiciona como un lugar seguro en su vuelta a la actividad

La Comunidad y el WTTC avalan las medidas para garantizar la seguridad

La Comunidad de Madrid, a través de Madrid Excelente, ha concedido a Ifema el certificado Garantía Madrid, una iniciativa del Plan para la Reactivación del Gobierno autonómico que identifica la colaboración público-privada entre instituciones y empresas para ayudar a la reactivación económica en su convivencia con el Covid-19, así como las medidas y soluciones implementadas por cada compañía para garantizar la seguridad y salud de sus negocios.

El distintivo Garantía Madrid reconoce la labor desarrollada por Ifema en tres ámbitos: en la adopción de normas de obligado cumplimiento en la nueva normalidad impuesta por el Covid-19; por el desarrollo de protocolos extraordinarios; y por la ejecución de acción social desarrollado por Ifema durante en el hospital de emergencia desplegado en Feria de Madrid durante los meses de marzo y abril, por su apoyo y colaboración con lo dispuesto por la Comunidad y Ayuntamiento de Madrid, tanto en la producción del hospital como en la logística y organización durante su funcionamiento.

Además, Ifema ha obtenido el sello 'Safe Travels' del World Travel & Tourism Council (WTTC) para la industria de los Centros de Convenciones, Reuniones y Eventos, por los protocolos y ac-



Ifema ha implantado numerosas medidas de seguridad.

tuaciones llevados a cabo para la vuelta a la actividad después de la crisis sanitaria del Covid-19, con una reapertura segura, saludable y responsable.

Estos certificados reconocen la importancia de adopción de medidas y protocolos implementados para garantizar la seguridad y movilidad de los participantes a los eventos, así como la transmisión de la información a todos ellos, sobre las medidas de control de accesos y aforo, distanciamiento físico, medidas de higiene y limpieza; además del rediseño de los eventos, con la combinación de formatos presenciales e híbridos,

como disposiciones esenciales para un correcto desarrollo de las ferias y congresos.

En este contexto, Ifema está desarrollando un importante plan de medidas, con nuevos protocolos y la incorporación de tecnología punta, donde se ha tenido en cuenta las premisas recogidas por las autoridades sanitarias, organismos e instituciones nacionales e internacionales, que contribuirán para garantizar un espacio seguro en su vuelta a la actividad. Durante los próximos meses, Ifema acogerá la celebración de más de 60 ferias, congresos y otros eventos profesionales y de ocio.

## El Palacio de Valencia cumple 22 años con balance positivo

El Palacio de Congresos de Valencia cumplió el pasado mes de julio 22 años de vida y lo hizo haciendo un balance muy positivo de su actividad. Durante este periodo, el recinto ha acogido 3.000 eventos a los que han asistido alrededor de 2,2 millones de personas y que han generado en la ciudad 2,25 millones de pernотaciones. Del total de eventos, 925 han sido congresos y convenciones, en los que han participado 613.000 delegados.

"La relevante actividad, principalmente de ámbito internacional", ha señalado el concejal de Turismo de Valencia y presidente del Palacio de Congresos, Emiliano García, "ha impulsado el despegue de Valencia en el ranking de destinos congresuales, según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), donde actualmente ocupa el puesto 48 a nivel mundial y el 29 en Europa". Además, "el Palacio se distingue por ser un modelo de referencia en innovación, tecnología y sostenibilidad" y ha sido galardonado en dos ocasiones, en 2010 y 2018, como Mejor Palacio de Congresos del Mundo por

la Asociación Internacional de Palacios de Congresos (AIPC).

García ha hecho este balance durante la reunión del Consejo de Administración del Palacio de Congresos, que ha aprobado la memoria anual y las cuentas relativas a 2019. En cuanto a la actividad, el recinto acogió más de 110 eventos, un 34% más que en 2018, con cerca de 120.000 asistentes y un impacto de más de 66 millones de euros. Y respecto al balance económico, consiguió un EBITDA de 1.875.000 euros y un resultado contable de 1.547.292 euros. Asimismo, García ha destacado "la cancelación de su deuda financiera con entidades de crédito y el Ayuntamiento".

Por otro lado, el concejal de Turismo ha señalado que el Palacio de Congresos retomará su actividad en septiembre —habiendo adoptado las medidas higiénico-sanitarias y recomendaciones generales establecidas por las autoridades— con "buenas previsiones, ya que mantenemos la agenda prevista en un 80% y, si no cambian las circunstancias, en 2021 se esperan unos resultados similares a 2019, uno de los mejores ejercicios de su historia".

## Fira de Barcelona reabre sus puertas con un preciso protocolo de seguridad

La institución vuelve en septiembre para ser un motor económico regional

Espacios amplios que garanticen el distanciamiento físico, inteligencia artificial para controlar los flujos de visitantes y los aforos, trazabilidad de los contactos de los asistentes en sus recintos, posible control de temperatura en los accesos y sistemas de ventilación reforzados. Éstas son algunas de las medidas previstas en el protocolo de seguridad y prevención ante el Covid-19 que ha elaborado Fira de Barcelona en colaboración con la consultora especializada en gestión de riesgos Aon y el asesoramiento del Hospital Clínic de Barcelona. De este modo, la institución pretende ofrecer las máximas garantías de seguridad para trabajadores, organizadores, expositores y visitantes de cara a la prevista reanudación de su actividad a partir de este mes de setiembre.

Tras el paréntesis obligado por la pandemia, Fira de Barcelona se prepara para reanudar su actividad en el último cuatrimestre del este año con la celebración de eventos como la Valmont Barcelona Bridal Fashion Week, BizBarcelona y Ocupació, Alimentaria, Foodtech, el salón Náutico, IBTM, Smart City Expo World, Congress, Oca-

## De los Mozos, nuevo presidente del Comité Ejecutivo de Ifema

La Junta Rectora de la Feria de Madrid (Ifema) ha elegido por unanimidad a José Vicente de los Mozos como nuevo presidente del Comité Ejecutivo de la institución ferial. De los Mozos es vicepresidente ejecutivo de Producción y Logística del Grupo Renault, presidente de la marca en España y presidente de la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (Anfac).

José Vicente de los Mozos toma el relevo de Clemente González Soler, uno de los principales empresarios españoles del sector del aluminio, que a petición propia deja el cargo tras cuatro años y después de haber situado a Ifema entre los principales operadores feriales del mundo, haber alcanzado un año antes el objetivo de duplicar la cifra de negocio

estimado en su Plan Estratégico a cinco años, cosechar éxitos como la COP25, asumir retos tan trascendentes como el hospital de emergencias para pacientes del Covid-19 o diseñar el proyecto de ampliación de Ifema.

La etapa que ahora comienza bajo el liderazgo de José Vicente de los Mozos comprende retos como el desarrollo del plan de expansión de Ifema Espacio Valdebebas o continuar sus avances en ámbitos tan importantes como la diversificación de su oferta, la internacionalización o la digitalización. "Es para mí un honor aceptar esta responsabilidad en un momento donde Ifema cumple su 40 aniversario y demuestra ser más fuerte que nunca, gracias al inmenso trabajo realizado por Clemente González Soler", ha afirmado De los Mozos.



José Vicente de los Mozos sustituye a Clemente González Soler.

sión o Expoquimia, Eurosurf y Equiplast, entre otros, y el objetivo de ser un motor de la reactivación económica y social. Para realizarlo con la mayor seguridad posible, se ha desarrollado un detallado manual resultado de un análisis exhaustivo de más de 400 procesos asociados a la celebración de ferias y congresos y para el que se han identificado cerca de 1.000 medidas de mitigación posibles, que, entre otras cosas, contempla la eliminación de algunos procesos y elementos que puedan generar interacciones de riesgo innecesarias.

El director general de Fira de Barcelona, Constantí Serrallonga, ha destacado que "ante la nueva realidad derivada de la pandemia, la institución, como no podría ser de otra manera, priorizará la seguridad de todos los participantes en los eventos que está previsto organizar en los recintos de Montjuïc y Gran Vía en el último cuatrimestre del año". En este sentido, ha puesto en valor el protocolo elaborado en colaboración con acreditados expertos técnicos y epidemiológicos y ha señalado que "la actividad de Fira se asemeja por sus caracterís-

cas a la de un gran centro comercial con el valor añadido de tener una mayor trazabilidad en cuanto a la identidad y contactos de los asistentes profesionales". "Hemos realizado un pormenorizado análisis de cada una de las acciones que tanto visitantes como expositores, trabajadores y proveedores llevan a cabo en los salones y se implementarán medidas para minimizar los riesgos", ha añadido el director general de Fira.

### Algunas medidas

Entre las principales medidas que se adoptarán destaca la apuesta por digitalizar de manera integral algunas actividades propias de los eventos feriales como los sistemas de acreditación *online*, el pago *cashless* en todos los locales de los recintos y la venta de servicios *online*. Se habilitarán, siempre que sea posible, más puntos de acceso a las instalaciones, con sistemas de entrada y acreditación mediante móvil y con la posibilidad de hacerlo con horas previamente asignadas para evitar colas. Asimismo, se contempla, en caso necesario, el control de temperatura de los asistentes.

# Transmitir confianza y seguridad es el principal objetivo de los destinos MICE para su reactivación

Las diferentes ciudades españolas están desarrollando diferentes medidas para potenciar la organización de eventos

El principal objetivo de los destinos MICE españoles es transmitir confianza y seguridad al mercado, tanto nacional como internacional, para reactivar

la actividad de reuniones y volver a la senda de crecimiento previa a la pandemia del coronavirus. Esta ha sido la principal conclusión a la que se ha

llegado en la última edición del Vermut MPI Iberian Chapter, que la asociación ha organizado con el título 'La reinención de los destinos'.

Bajo la moderación de Begoña Ruiz, miembro de la Junta Directiva de MPI Iberian Chapter y directora de Relaciones con Clientes y Desarrollo de Negocio en Kuoni Congress, el encuentro ha repasado los últimos meses de trabajo de los Conventions Bureau españoles en plena pandemia del Covid-19 y, sobre todo, las acciones actuales y de futuro que van a desarrollar de cara a fomentar la organización de eventos en cada uno de sus destinos.

En el encuentro han participado Manuel Ferris, director del Valencia Convention Bureau; Eva Garde, directora del Granada Convention Bureau; David Noack, director del Madrid Convention Bureau; y Sònia Serracarbassa, directora del Cataluña Convention Bureau. Todos ellos han coincidido en que lo importante ahora mismo y durante los próximos meses es "transmitir una imagen de confianza y segu-

ridad" de cada destino. Todos —y las empresas que componen el Sector— están cumpliendo todas las medidas de seguridad exigidas y eso hay comunicarlo.

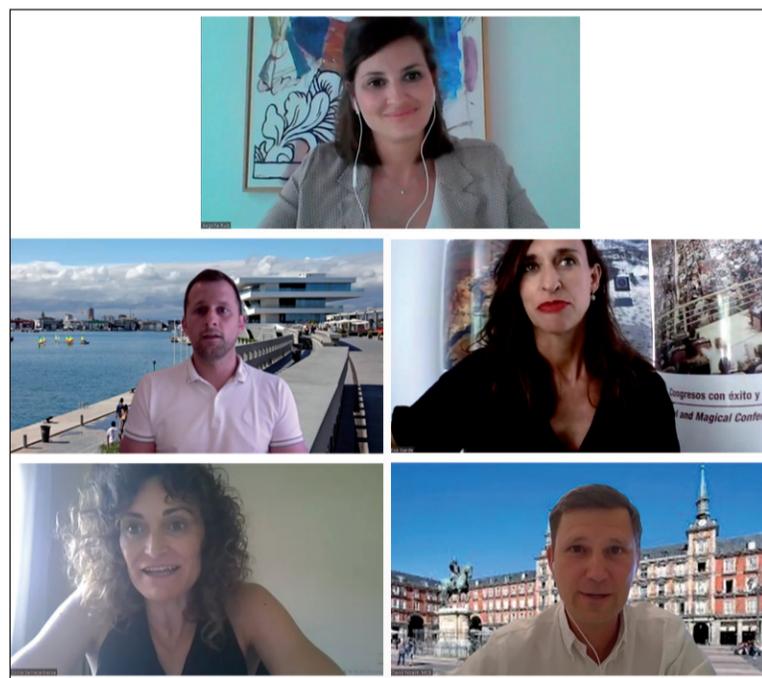
Manuel Ferris ha añadido que en Valencia, además, están potenciando los atributos que la hacen diferente a otras ciudades y sin olvidarse de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, sobre todo, "la innovación, el impacto social y la sostenibilidad". Por su parte, Eva Garde ha apuntado que en Granada están haciendo hincapié en los valores humanos de la ciudad, como "la tradición, el amor o la emoción".

## Cataluña y Madrid

Sònia Serracarbassa se ha referido a la incertidumbre del momento actual y la dificultad de planificar acciones de promoción. En cualquier caso, ahora se están centrandose en el mercado nacional y,

a medio y largo plazo, intentarán recuperar el mercado europeo y el de largo recorrido. También ha destacado la importancia de contar con datos para poder desarrollar una estrategia efectiva; para ello, han creado una plataforma en la que todos los profesionales del Sector pueden exponer sus experiencias y opiniones.

Finalmente, David Noack ha puesto el foco en el socio. Según ha explicado, durante estos meses han estado muy cerca de cada uno de sus socios —y así lo seguirán haciendo— y han desarrollado una serie de herramientas para facilitar la implantación de las medidas incluidas en los diferentes protocolos del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE). Asimismo, en cuanto a promoción ha destacado el desarrollo de varios vídeos promocionales en los que se resalta la seguridad en el destino.



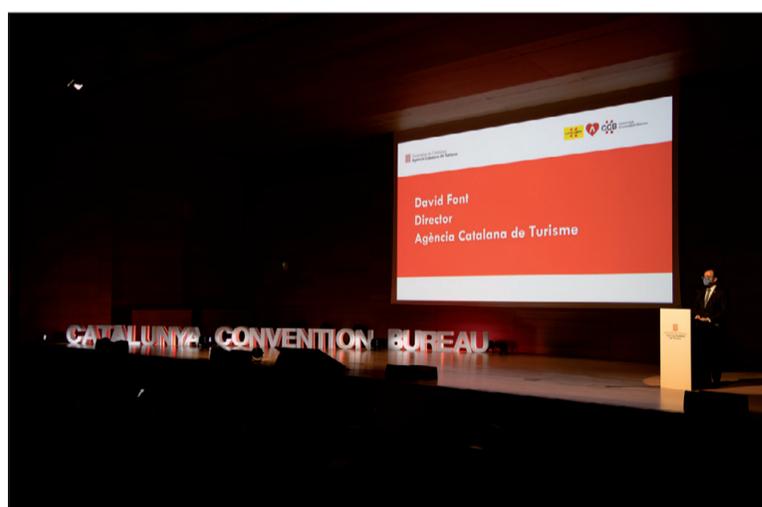
Begoña Ruiz, Manuel Ferris, Eva Garde, Sònia Serracarbassa y David Noack.

## Sostenibilidad, digitalización y legado, claves para el Turismo MICE de Cataluña

El director de la Agencia Catalana de Turismo (ACT), David Font, acompañado del alcalde de Reus, Carles Pellicer, ha presentado el plan de acciones del Cataluña Convention Bureau (CCB) para reactivar el Turismo de Reuniones en la Comunidad. Lo ha hecho durante la Jornada de Miembros del CCB que ha tenido lugar de forma presencial en las instalaciones de firaReus y que también se ha retransmitido de manera virtual.

Desde el inicio de la pandemia del coronavirus, la industria turística ha sido una de las que más ha sufrido las consecuencias y el turismo de negocios, uno de los productos más afectados. Además, las perspectivas a medio y largo plazo aún son inciertas. En este contexto, Font ha explicado que "en esta fase de reanudación de la actividad, y aún con cierta incertidumbre, toca trabajar para la reactivación de la industria. Desde la ACT y en consenso con los patronatos de las diputaciones y los Conventions Bureau territoriales, hemos planteado y trabajado el plan de reactivación del Sector MICE de Cataluña que presentamos hoy".

Durante la jornada, el director de la ACT ha dado a conocer las claves para la recuperación de este Sector y algunas de las iniciativas del plan específico de reactivación que se pondrá en marcha. "Este plan quiere posicionar la marca Cataluña como destino MICE con



La presentación del plan del Cataluña Convention Bureau.

una propuesta de valor de futuro que nos haga más competitivos a largo plazo, apostando claramente por la sostenibilidad, la digitalización y el legado de los eventos, es decir, el retorno social que pueden tener en la comunidad local del destino anfitriona", ha afirmado Font.

Este plan surge de una serie de encuentros en línea con profesionales del Sector MICE de los ámbitos público y privado y contempla acciones de formación, comunicación y comerciales, entre otras, así como potenciar el análisis de los datos. La Jornada de Miembros del CCB también ha incluido una serie de ponencias sobre tendencias, soluciones tecnológicas y herramientas

colaborativas, además de espacios de debate y reflexión.

## Reuniones con todo el turismo

Con la jornada dedicada al turismo de negocios, han sido 12 los encuentros técnicos que han contado con la participación de 600 afiliados (entes públicos y empresas) a los diferentes programas de trabajo de la Agencia Catalana de Turismo: Activo Naturaleza; Cicloturismo; Vacaciones con Familia; Golf; Turismo Deportivo; Pueblos, Ciudades y Villas; Artes y Cultura; Asamblea Barcelona Medical Destination; Enogastronomía; Grupo de Trabajo Grand Tour de Cataluña; Premium; y Cataluña Convention Bureau.

## Galicia apuesta por el Turismo MICE con unos 200.000 euros

El Turismo de Reuniones es uno de los sectores estratégicos para Galicia. Así lo demuestra el convenio que han firmado el consejero de Cultura y Turismo de la Xunta de Galicia, Román Rodríguez, y la presidenta de la Asociación de Organizadores Profesionales de Congresos de Galicia (OPC Galicia), Ana Trevisani, mediante el cual el ejecutivo gallego destinará 200.000 euros —en el marco del Plan de Reactivación de los sectores Cultural y Turístico frente a los efectos de la Covid-19— para impulsar la Comunidad gallega como destino para el Turismo de congresos, eventos, ferias o reuniones y favorecer la reactivación de este Sector tras la crisis sanitaria.

Rodríguez ha destacado la importancia de esta actividad, "fundamental en el modelo gallego", al permitir atraer un turismo urbano y de alto valor añadido durante todos los meses del año, además de favorecer la desestacionalización. Así pues, el acuerdo incluye una batería de acciones entre las que destaca la reactivación del portal Galicia MICE, centrado en facilitar la localización de recursos para los promotores de congresos, eventos o reuniones, iniciativas para impulsar a la Comunidad como destino para este tipo de actividades, así como la creación de un plató online en la Cidade

da Cultura que favorecerá la realización de eventos virtuales.

Del mismo modo, se pondrá en marcha un fondo de contratación de espacios y sedes que contempla incentivos para aquellas empresas que reserven este tipo de servicios, apoyando así la organización de eventos en toda Galicia.

## Medio centenar de eventos

Además, el consejero de Turismo ha informado a la presidenta de OPC Galicia de la resolución de la línea de ayudas puesta en marcha por la Xunta para la captación de eventos MICE. En virtud de esta orden se destinarán cerca de 600.000 euros para apoyar la celebración de un total de 52 eventos como congresos, ferias o reuniones. De este medio centenar de actividades, más de una veintena tendrán lugar en el último trimestre del año, favoreciendo la desestacionalización de la actividad turística.

Las acciones de apoyo al Turismo de Congresos se enmarcan en el programa 'Galicia destino seguro', que cuenta con una dotación global de ocho millones de euros para impulsar la Comunidad como un destino fiable y de calidad a través de acciones de apoyo a las empresas, información, formación y asesoramiento.

## Fycma crea nuevo espacio para eventos 'online'

El Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) continúa preparando el reinicio de su actividad y, entre otros proyectos, ha puesto en marcha la marca 'FYCMA On. Virtual Events', un espacio que permitirá la hibridación presencial y digital de sus eventos y enriquecerá las relaciones interpersonales características de los encuentros presenciales.

## Aspec y Adepe firman un convenio de colaboración

La Asociación Nacional de Espacios para Eventos (Adepe) ha firmado un convenio de colaboración con la Asociación Nacional de Carpas e Instalaciones Temporales (Aspec) con el fin de colaborar y participar en las actividades desarrolladas por ambas entidades, así como por sus delegaciones territoriales, organismos, instituciones, fundaciones o personas.

## Las reuniones virtuales con el Cartuja Center Cite

Cartuja Center Cite ha presentado su 'Virtual Stage 360°' a más de 100 empresas y agencias nacionales del Sector MICE, mostrando las infinitas posibilidades con las que cuenta este nuevo espacio. Se trata de una solución tecnológica e innovadora para la organización de eventos de mediano y gran formato, que por culpa de la crisis sanitaria se ha visto reducido en más de un 90%.

## Sevilla celebra 10 años de su Convention Bureau

El Sevilla Congress and Convention Bureau (SCCB) cumple este 2020 10 años promocionando la provincia de Sevilla y su capital como destino MICE. En este periodo ha gestionado más de 300 acciones promocionales, atendido a más de 12.000 profesionales MICE de 30 países y generado más de 1.000 millones de euros de producción inducida.

## El SCB potenciará su promoción en el mercado nacional

El Spain Convention Bureau (SCB), que celebró en julio su asamblea anual de manera telemática, ha decidido retomar sus acciones promocionales durante el último trimestre del año, donde potenciará la promoción de España como destino de reuniones a nivel nacional, sin descartar la promoción internacional a través de encuentros como la IBTM World.

La asamblea del SCB, que preside Augusto Hidalgo, ha decidido continuar con su calendario promocional durante el último trimestre del año adaptado a las circunstancias actuales derivadas de la pandemia del coronavirus. Así, destacarán las acciones dirigidas al mercado nacional, aunque también dirigirá esfuerzos a nivel internacional con su presencia en IBTM World, una de las ferias MICE más importantes del mundo y que se celebrará en Barcelona del 1 al 3 de diciembre.

Asimismo, durante el encuentro virtual se ha dado cuenta de las acciones realizadas durante 2019 y de las desarrolladas durante la

pandemia del Covid-19, destacando, entre ellas, la formación dirigida hacia los técnicos de las ciudades asociadas.

Por otro lado, se ha decidido que A Coruña acoja la asamblea anual de la entidad el próximo año. La candidatura herculina ha recibido el apoyo de la asamblea por delante de ciudades como Cartagena, Almería, Alcalá de Henares y Palma de Mallorca, que también presentaron la petición para acoger el evento. El concejal de Turismo de A Coruña, Juan Ignacio Borrego, ha destacado entre los hitos de la ciudad la próxima creación del A Coruña Convention Bureau y los excelentes recursos con los que cuenta la ciudad para la celebración de reuniones profesionales. También ha resaltado que en el próximo año se celebrará el 30 aniversario de la pertenencia de la ciudad de A Coruña al SCB. Otro de los puntos destacados del discurso del concejal de Turismo ha sido la unión del sector turístico tras la crisis sanitaria y a pesar del gran perjuicio económico sufrido.

## La sostenibilidad será aún más fuerte tras la crisis del Covid-19

La sostenibilidad es una tendencia que ya se estaba desarrollando comúnmente en la industria de eventos en España, pero tras la pandemia del coronavirus se va a potenciar aún más. Así lo han afirmado varios expertos que han participado en la primera edición de los #MPIsost, una serie de encuentros que organiza MPI Iberian Chapter y que tienen como objetivo analizar la sostenibilidad en el Sector MICE en todas sus vertientes.

En esta primera edición el objetivo fundamental ha sido definir qué es exactamente la sostenibilidad en el Turismo de Reuniones. Para ello, se ha contado con la presencia de Alberto Gómez, de Ephymera Sostenibilidad y Eventsost; Mónica Bravo, de Abile Corporate Events; Fernanda Oliva, de Parafina

Comunicación; y Esperanza Iglesias, de GenÉtico. El encuentro lo ha inaugurado la presidenta del capítulo, Teresa Broccoli, y ha sido moderado por Jorge Treceño, director de Patrocinios de MPI Iberian Chapter y Congress Manager Legacy del Madrid Convention Bureau.

Los expertos han destacado que la sostenibilidad ya era



una tendencia muy fuerte en el Sector MICE y que, tras el Covid-19, lo seguirá siendo, ya que tanto las empresas como los profesionales se han dado cuenta aún más de la importancia del medio ambiente y de cuestiones sociales. Por tanto, la aplicación de medidas sostenibles y acciones de RSC se desarrollarán como un proceso más de la organización de un evento.

## Ratificado el acuerdo para el MWC Barcelona hasta el año 2024

El patronato de Mobile World Capital Barcelona celebró en julio una de sus reuniones periódicas en el Ayuntamiento de Barcelona para valorar las últimas actividades y abordar las acciones futuras. La novedad más destacada de la reunión fue la ratificación del acuerdo de extensión del MWC Barcelona hasta 2024, un hecho que consolida el posicionamiento de la ciudad como capital mundial del móvil.

Otro de los puntos destacados del encuentro fue la inclusión dentro del patronato de Nadia Calviño, vicepresidenta tercera y ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital del Gobierno de España, y Carmen Artigas, secretaria de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial. El patronato está formado por representantes del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, la Generalitat de Cataluña, el Ayuntamiento de Barcelona, Fira de Barcelona, GSMA, las operadoras Telefónica, Vodafone y Orange, Damm y CaixaBank.

## Salamanca hará una reforma de su palacio de congresos

El Ayuntamiento de Salamanca, una vez asumida la gestión directa del Palacio de Congresos de Castilla y León, se ha decidido a poner a día sus instalaciones con una amplia reforma. Entre las tareas a realizar destaca la mejora del confort y la accesibilidad en el edificio.

Para ello, la Sociedad de Turismo de Salamanca ha sacado a concurso público la licitación para la prestación del servicio para la redacción del proyecto de reforma del Palacio de Congresos, por un importe de 43.000 euros. El objetivo de estas actuaciones es solventar los problemas de climatización del espacio, así como implantar una serie de mejoras que permitan prestar un servicio más adecuado a la finalidad de uso del Palacio de Congresos.

La revisión de los sistemas de iluminación, para cumplir con los criterios de eficiencia y ahorro

energético, así como la reforma de la instalación eléctrica son también objeto del proyecto. El contrato también contempla la mejora de las condiciones de accesibilidad, teniendo en cuenta los criterios de accesibilidad universal. Además, recoge la reforma de la planta superior de exposiciones y la realización de mejoras en el sistema de extinción de incendios.

La reparación de filtraciones de agua en la Sala Mayor, así como en la zona de aulas y exposición; la instalación de un sistema de vídeo, sonido, microfonía y traducción simultánea en la Sala Mayor, Sala Menor y aulas; los sistemas de seguridad, alarma y videovigilancia, así como la ampliación, reforma y renovación de los aseos y su adaptación para el cumplimiento de la normativa de accesibilidad, tanto en número como en disposición, también forman parte del proyecto.



La nueva sala para eventos en el complejo del Lazareto.

## Menorca presenta un nuevo espacio de eventos en Mahón

La presidenta del Consejo Insular de Menorca, Susana Mora, ha presentado junto a la consejera de Medio Ambiente y Reserva de Biosfera, Maite Salord, y el director insular de Proyectos Sostenibles, Isaac Oliva, la nueva sala de congresos del Lazareto, situada en el complejo situado en el puerto de Mahón. La nueva sala tiene una capacidad para 260 personas y está dotada de todos los equipamientos necesarios para llevar a cabo eventos de primer nivel.

El nuevo espacio es el resultado de un trabajo realizado durante los últimos dos años. Susana Mora ha destacado que este espacio ha de facilitar la celebración de actos como congresos o jornadas. "Este hecho claramente ayudará que Lazareto tenga actividad durante todo el año y nos ayuda a seguir posicionando Menorca con un modelo turístico sostenible en consonancia con nuestros valores de reserva de biosfera", ha afirmado.

## Ifema lanza una guía para la participación sostenible

Los avances de Ifema en materia de sostenibilidad, unido al cambio de paradigma que ha provocado la situación actual, le ha llevado a plantearse el compromiso de desarrollar la primera Guía de Participación Sostenible en Ferias editada por una organización ferial, y de compartirla públicamente para contribuir al posicionamiento del sector ferial ante el reto de la agenda 2030.

Se trata de un compendio de protocolos y recomendaciones que ayuden a las empresas y operadores feriales a convertir su participación en ferias en un modelo de actuación sostenible, con un impacto positivo tanto en el ámbito medioambiental como en el económico y el social. Este manual incluye un análisis de cada una de las etapas del proceso de participación, aquellos aspectos que puedan tener una repercusión negativa, ofreciendo al mismo tiempo los comportamientos que los transformarían en prácticas sostenibles.

CONEXO
PERIÓDICO PARA LA ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y VIAJES DE INCENTIVO

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL DIRECTORIO
Solicite condiciones en el Departamento de Suscripciones

91 369 41 00

Organizadores Profesionales

Table listing various organizing companies like ARCO EVENTOS, ATLANTICO CONGRESOS, CONGRESOS GESTAC, etc., with their contact information.

Agencias de Viajes Especializadas

Table listing travel agencies such as AMERICAN EXPRESS VIAJES S.A., CARIBE INTERNACIONAL TOURS, EUROPA TRAVEL S.A., etc.

Empresas de Catering

Table listing catering companies including INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO.

Convention Bureau

Table listing convention bureaus like INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO, MURCIA CONVENTION BUREAU, etc.

Palacios y Centros de Congresos

Table listing venues for congresses such as ATT, AUDITORIUM PALMA DE MALLORCA, CENTRO DE CONVENCIONES MAPFRE, etc.

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO

91-3694100
Fax 91-3691839

Cadenas Hoteleras

Table listing hotel chains like BEST WESTERN Reservas, PLAYA HOTELES, INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO.

Hoteles

Table listing hotels such as HOTELES TRYP, MARE NOSTRUM RESORT, MELIA DE MAR, etc.

Hoteles

Table listing hotels including BEATRIZ, HOTEL, DOMENICO, HOTEL, INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO, etc.

Hoteles

Table listing hotels like EXPO HOTEL VALENCIA, HOTEL MONASTERIO DE PIEDRA, HOTEL TRYP BOSQUE, etc.

Compañías de Autocares

Table listing bus companies such as AGREDA AUTOMOVIL S.A., AUTOCARES JULIA S.A., TRAPSA, etc.

Alquiler de Automóviles

Table listing car rental services like INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO.

Oficinas Turismo Extranjeras

Table listing foreign tourism offices like OFICINA NACIONAL TUNECINA.

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO

91-3694100
Fax 91-3691839

Compañías Marítimas

Table listing maritime companies like Vision Cruceros, INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO.

Instituciones FERIALES

Table listing trade fairs and institutions such as FIAREUS, INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO, MADRID ESPACIOS Y CONGRESOS, etc.

Empresas Audiovisuales

Table listing audiovisual companies including INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO, ABALOS SL, AUDIO VIDEO RENT S.L., etc.

Guías de Turismo

Table listing travel guides like BGB BARCELONA GUIDE BUREAU, ACHE, etc.

Traductores e Intérpretes

Table listing translators and interpreters such as ABACONGRESS S.L., ABACONGRESS S.L., etc.

Table listing various international congress services and organizations like GLOBAL CONGRESOS - AZAGA, IBERTRAD SERVICIOS EMPRESARIALES, etc.

Azafatas de Congresos

Table listing congress hostesses and agencies like INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO, CONFICON HOSTESSES, etc.

Montadores de Stands

Table listing stand builders and organizers like DECOPLUMA, S.L., MODISEÑO, etc.

Empresas de Servicios

Table listing service companies such as INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO, ELECTRONICA Y SISTEMAS PERIFERICOS, etc.

Organización Actos Empresa

Table listing company event organizers like ARCO EVENTOS, TALISMAN, etc.

Pulseras de Acreditación

Table listing accreditation services like ART & BEAT, SUNNY, INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO.

# CALENDARIO

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
<b>Septiembre 2020</b>					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
36th European and 12th International Peptide Symposium	Hotel Meliá	Sitges	30/VIII-4/IX	----	----
XIII Congreso Internacional de la Asociación Española de Historia Económica	Bizkaia Aretoa	Bilbao	1-4/IX	----	----
XXX European College Veterinary Internal Medicine Congress (ECVIM 2020)	Centro de Convenciones	Barcelona	2-4/IX	400	----
27 Symposium Internacional sobre Controversias en Psiquiatría	Auditorio AXA	Barcelona	2-4/IX	----	----
26th International SERCIA Conference	Centro Joaquín Roncal	Zaragoza	2-4/IX	----	----
XXV Reunión Sociedad Española de Urgencias de Pediatría	Palacio de Congresos	Guipuzcoa	3-5/IX	----	----
Congreso Internacional Asociación Española Estudios Literarios Hispanoameri.	Bizkaia Aretoa	Bilbao	3-8/IX	----	----
22nd EMMA 2020 Meeting	Hotel Hilton Aeropuerto	Madrid	4-5/IX	----	----
XVI Reunión Nacional de la Sociedad Española de Geomorfología	CaixaForum	Zaragoza	8-11/IX	----	----
I Congreso Internacional y IV de las Américas sobre Factores Psicosociales	Facultad de Medicina	Zaragoza	8-11/IX	----	----
33 Congreso Nacional de la Sociedad Española de la Fertilidad	Palacio Euskalduna	Vizcaya	9-11/IX	----	----
IV Congreso Internacional sobre Libro Medieval y Moderno		Zaragoza	9-11/IX	----	----
VIII Congreso Nacional de Enfermería Reproductiva	Palacio Euskalduna	Vizcaya	9-11/IX	----	----
XXIV Congreso Nacional de la Asociación Española de Coloproctología	Baluarte	Navarra	9-11/IX	----	----
23 Congreso Ibero Latino-Americano de Dermatología	Palacio de Congresos	Madrid	9-12/IX	----	----
VII Reunión del Grupo de Trabajo de Cardiopatías Familiares y Genética Cardi.	Hotel NH Málaga	Málaga	10-11/IX	----	----
XVIII Reunión Anual del SESOC 2020	Hotel Novotel Madrid	Madrid	13/IX	----	----
XXV Congreso Neumomadrid 2020	Hotel Novotel Madrid	Madrid	13-15/IX	----	----
XVII International Society of Amyloidosis (ISA)	Palacio de Congresos	Tarragona	13-17/IX	----	----
Congreso Mundial de Farmacia y Ciencias Farmacéuticas	Palacio de Congresos	Sevilla	13-17/IX	----	----
XIX Congreso de Tecnologías de la Información Geográfica		Zaragoza	14-16/IX	----	----
Congreso LEQUIA EU-ISMET	Palacio de Congresos	Gerona	14-16/IX	350	----
VI Congreso Ciudades Inteligentes	Nave Ayto. Madrid	Madrid	15/IX	----	----
XV Congreso Anual Asociación Madrileña de Hematología y Hemoterapia	Auditoría Mutua Madrileña	Madrid	16-18/IX	----	----
XVII Congreso de la SED	Palacio Euskalduna	Vizcaya	16-19/IX	----	----
XX Congreso SCMGG	Palacio de Congresos	Albacete	17-19/IX	----	----
XLIII Reunión anual de la Sociedad Española de Neurología Pediátrica	Palacio de Congresos	Sant. Compostela	17-19/IX	----	----
III Reunión CIBERFES	Palacio de Congresos	Albacete	17-19/IX	----	----
IX Reunión de la Sociedad Española de Medicina Geriátrica	Palacio de Congresos	Albacete	17-19/IX	----	----
Reunión Anual de la Sección de Riesgo Vascular y Rehabilitación Cardíaca	Hotel Córdoba Center	Córdoba	18-19/IX	----	----
Congreso ESMO	Madrid	Madrid	18-22/IX	----	----
3as Jornadas Hispalenses de Medicina Estética	Hotel Silken Al Andalus	Sevilla	18-20/IX	----	----
25th Congress of the European Sleep Research Society	Fibes	Sevilla	22-25/IX	----	----
IV Congreso PEDPAL	Hotel Novotel	Madrid	23-24/IX	----	----
XXXV GUO Reunion Nacional del Grupo de Urología Oncológica	Palacio de Congresos	Castellón	24-25/IX	----	----
III Jornada de Actualización en Riesgo Cardiovascular Somimaca	Hospital Infanta Leonor	Madrid	24-25/IX	----	----
25 Congreso de la Sociedad Europea del Sueño	Palacio de Congresos	Sevilla	22-25/IX	----	----
VI Congreso Español de Informática	E.T.S.I. Informática	Málaga	23-25/IX	----	----
96 Congreso de la Sociedad Española de Oftalmología	Palacio de Congresos	Santiago de C.	23-26/IX	----	----
XXXV GUO Reunion Nacional del Grupo de Urología Oncológica	Palacio de Congresos	Castellón	24-25/IX	----	----
43 Congreso Neumosur	Hotel Barceló	Granada	24-26/IX	----	----
XXV Congreso Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia (SEMA)	Colegio Oficial de Médicos	Navarra	25-26/IX	----	----
LXXIV Reunión Sección Astur-Cantabro-Castellano-Leonesa de la AEDV	Palacio de Congresos	Santander	25-26/IX	125	----
48º Congreso Nacional de Dermatología y Venerología	Palacio Euskalduna	Vizcaya	26-29/IX	----	----
XLIV Congreso SEICAP	Palacio de Congresos	Oviedo	27-29/IX	----	----
CARDIOTOX 20	Hospital Univ. La Paz	Madrid	28-29/IX	----	----
XXIV Congreso Naciona SEIMC 2020	Palacio de Congresos	Zaragoza	28-30/IX	----	----
Congreso BIOSpain	Baluarte	Pamplona	29/IX-01/X	----	----
Reunión Anual de la Sociedad Española y Portuguesa de Epidemiología	Bizkaia Aretoa	Bilbao	29/IX-02/X	----	----
XIV International Ontolgy Congress	Espacio Chillida-Leku	San Sebastián	29/IX-03/X	----	----
26º Reunión Anual ESRA	Hotel Hiberus	Zaragoza	30/IX-02/X	----	----
57 Congreso SECOT	Palacio de Congresos	Sevilla	30/IX-02/X	----	----
European Breast Cancer Conference EBCC	CCBI	Barcelona	30IX/02/X	----	----
BIRTH 2020	Palacio de Congresos	Valencia	30/IX-03/X	700	----
<b>Octubre 2020</b>					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
XVI Forum Multidisciplinar de la Enfermedad Tromboembólica Venosa	Palacio de Congresos	Córdoba	1-2/X	----	----

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
II Jornada Formativa en Enfermería Oncológica	Weare Chamartín Hotel	Madrid	1-2/X	----	----
XXIV Reunión Anual de la Societat Catalana Neurologia	World Trade Center	Barcelona	1-2/X	----	----
XXVII Congreso Nacional Catalán de Urgencias y Emergencias	Hotel Meliá Sitges	Sitges	1-2/X	----	----
IV Congreso de Dolor y Cáncer	Hotel Meliá Avda. América	Madrid	1-2/X	----	----
35º Congreso Nacional de la SEGO	Parador-Palacio Congresos	Cádiz	1-3/X	----	----
XLII Reunión de la Sociedad Española de Neumología Pediátrica	Hipotels Sherry Park	Cádiz	1-3/X	----	----
Jornadas Nacionales Preventivas para Higienistas Bucales	Bizkaia Aretoa	Bilbao	2-3/X	----	----
XXVII Congreso de la Sociedad Valenciana de Neumología	Hotel AGH Canet	Valencia	2-3/X	----	----
27 Congreso de la Sociedad Gallega de Hipertensión	Sanxenxo	Pontevedra	2-3/X	----	----
XI Simposio de Artritis Reumatoide	Palacio de Congresos	Gijón	2-3/X	----	----
18 Congreso de la Sociedad Gallega de Riesgo Vascular	Sanxenxo	Pontevedra	2-3/X	----	----
CONXEMAR	Ifevi	Vigo	6-8/X	----	----
XXVII Reunión Científica del Club de Nefropatología	Rafael Hoteles Atocha	Madrid	7-9/X	----	----
XIII Reunión del Grupo de Enfermedades Glomerulares de la S.E.N.	Rafael Hoteles Atocha	Madrid	7-9/X	----	----
Congreso ESSD (International Society of Swallowing Disorders)	Palacio de Congresos	Gerona	7-10/X	600	----
XXXVII Congreso Nacional de Enfermería de Salud Mental (AEESME)	Hotel Iruña Park	Navarra	7-10/X	----	----
II Congreso de la Sociedad Catalana de Oncología	Auditorio de la Pedrera	Barcelona	8-10/X	----	----
Bilt Europe 2020	Palacio de Congresos	Valencia	8-10/X	800	----
XI Encuentros Nacionales en Psiquiatría: Conducta Suicida	Hotel Meliá Lebreros	Sevilla	9-10/X	----	----
International Symposium on Rice Functional Genomics 2020	Hotel Campus	Barcelona	12-14/X	400	----
Congreso de Robótica WeRob - ICNR	Vigo	Vigo	13-16/X	----	----
Jornadas de Ginecología	Palacio de Congresos	Gerona	14-15/X	700	----
World Congress of Colleges and Polytechnics	Kursaal	San Sebastián	14-16/X	----	----
42 Congreso de la Sociedad Española de Endocrinología Pediátrica	Hotel Reina Petronila	Zaragoza	14-16/X	----	----
61 Congreso Nacional de la Sociedad Española de Endocrinología y Nutrición	Fibes II	Sevilla	14-16/X	----	----
XXII Reunión de Insuficiencia Cardíaca y Fibrilación Auricular	Hotel Barceló Marbella	Marbella	15-16/X	----	----
XXIV Annual Meeting of the Eating Disorders Research Society	Hotel Sitges Terramar	Sitges	15-17/X	250	----
International Marxist Feminist Conference	Bizkaia Aretoa	Bilbao	15-17/X	----	----
XIX Congreso FAME	Rioja Forum	La Rioja	15-17/X	----	----
XIV Jornadas Neumología de Ibiza	Hotel Torre del Mar	Ibiza	15-17/X	----	----
Encuentro de Editores Mediterráneos y Traductores	Olarain	San Sebastián	15-17/X	200	----
Sine Dolore European Pain Foundation Annual Meeting 2020	Hotel Menorca Occidental	Palma de Mallorca	15-18/X	----	----
VIII Congress of The European Academy of Paediatric Societies EAPS 2020	CCIB	Barcelona	16-20/X	----	----
13º Congreso Nacional de ASEEMA	Hotel Novotel	Madrid	17-19/X	----	----
III Congreso Europeo de la Asociación Internacional de Cirugía Ambulatoria	Hotel Novotel	Madrid	17-19/X	----	----
IX Congreso Ibérico de Cirugía Mayor Ambulatoria	Hotel Novotel	Madrid	17-19/X	----	----
IV Congreso Nacional de Rehabilitación Multimodal	Hotel Meliá	Alicante	19-21/X	----	----
FORCE 11 Conferencia Anual	Kursaal	San Sebastián	19-21/X	350	----
Jornadas sobre Tecnologías y Soluciones para la Automatización Indust. (JAI 2020)	Escola Inxenieria Ind.	Vigo	19-23/X	----	----
NANOGE Fall Meeting	World Trade Center	Barcelona	19-23/X	200	----
Congreso SEMERGEN	Palacio de Congresos	Zaragoza	19-23/X	----	----
COETUR 2020	Aránzazu	Guipuzcoa	21-22/X	----	----
Congreso Nacional de Auditoría	Palacio Euskalduna	Bilbao	21-23/X	----	----
4º Congreso de Servicios Sociales del Colegio de Pedagogos de Cataluña	Palacio de Congresos	Gerona	21-23/X	400	----
XXXIII Congreso de la Sociedad Española de Arteriosclerosis	Museo Reina Sofía	Madrid	21-23/X	----	----
Congreso Nacional de Hematología	Baluarte	Pamplona	21-24/X	1000	----
Congreso de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria SEMERGEN	Palacio de Congresos	Zaragoza	21-24/X	----	----
51 Congreso Mundial de Salud Pulmonar	Palacio de Congresos	Sevilla	21-24/X	----	----
Congreso SEDIA	----	----	22-23/X	----	----
Encuentro Anual de las Organizaciones que componen ISEM	Bizkaia Aretoa	Bilbao	22-23/X	----	----
VII Congreso de la Sociedad Española de Epilepsia	Hotel Santemar	Cantabria	22-24/X	----	----
65 Congreso de la Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria (SEFH)	CCIB	Barcelona	22-24/X	----	----
LXII Congreso Nacional de la SEHH	Baluarte	Navarra	22-24/X	----	----
XXXVI Congreso Nacional de la SETH	Baluarte	Navarra	22-24/X	----	----
24ª Jornadas AndAPap 2020	Hotel El Fuerte	Huelva	23-24/X	----	----
51 Congreso Nacional de Podología	Palacio de Congresos	Valencia	23-24/X	800	----
XXVI Congreso Sociedad Española de Epidemiología y Salud Pública Oral		Zaragoza	23-24/X	----	----
VIII Jornadas Nacionales de Diabetes SEMERGEN	Forum Evolución	Burgos	25-26/X	----	----
XXIII Congreso Nacional de la Empresa Familiar	Baluarte	Pamplona	25-27/X	600	----
Simposio Latinoamericano de Polímeros (SLAP)	Kursaal	San Sebastián	25-29/X	400	----
Congreso Iberoamericano de Polímeros (CIP)	Kursaal	San Sebastián	25-29/X	400	----
32th Symposium on Molecular Targets and Cancer Therapeutics	Barcelona	Barcelona	28-30/X	1000	----



Domo cuenta con más de 2.500 metros cuadrados de jardines, además de parking privado y público y fácil acceso desde transporte público.

## Un nuevo espacio en el centro de Madrid

La Universidad Politécnica de Madrid (UPM) y NewMedia Creative Technology Studio han creado un nuevo espacio para celebrar eventos en el centro de Madrid. Se trata de Domo, una estructura geodésica de 22 metros de diámetro con liner de proyección interno que ofrece una alta capacidad de personalización.

Instalado en los Jardines de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas, en el campus de Ciudad Universitaria, Domo es un espacio camaleónico capaz de transformarse para adaptarse a las ideas y necesidades del cliente generando eventos importantes e inolvidables. Cuenta con 365 metros cuadrados y dispone de un

sistema de proyección de 3.5K de resolución, 5.1 surround de audio, 120.000 lumens y 13.284.000 píxeles, además de un vanguardista sistema de iluminación led controlado por video signal.

Además, Domo cumple los protocolos más exigentes en cuestiones sanitarias mediante la utilización de sistemas desinfección por ozono que eliminan el 99,99% de virus,



**Diego de Anna**

CEO de NewMedia Creative Technology Studio

### '100% de garantías'

"Hemos tomado la decisión de abrir solo con el 100% de las garantías, que nuestros clientes tengan la tranquilidad y seguridad de que, una vez se sometan al test y el resultado sea negativo, podrán hacer una vida normal".

bacterias y gérmenes para garantizar tranquilidad y seguridad tanto a los invitados como a los organizadores. Asimismo, se pueden incorporar sistemas de control de temperatura,

cámaras térmicas, dispensadores de geles desinfectantes, mamparas y postes separadores, entre otros, que garantizan con total seguridad la realización de todo tipo de eventos.

### ✓ CLAVES

### Mucho bla, bla, bla

**P**ERO DE AYUDAS 'nah' de 'nah'. La verdad es que ayudar al único sector que puede, y de hecho lo hace todos los años, contribuir más que nadie, a nuestra maltrecha economía, se va en pura palabrería.

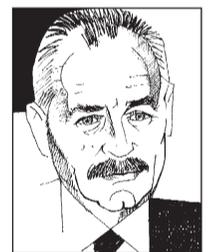
Hombre, alguna alcaldía y diputación hace algo. No mucho, pero algo. Pero son la excepción y, qué pena, cuando debería ser la regla. Somos el sector llamado limpio. Somos el sector que siempre da el do de pecho. Y más aún cuando hace falta. Y sí, al que menos se apoya. Nunca he visto a los agentes de viaje cortar carreteras y prenderle fuego a neumáticos. Ni a ningún hotelero interrumpir las calles y romper mobiliario urbano. Tampoco he visto a las compañías aéreas, cruceros y autocares tratar de asaltar el Congreso. A los palacios de congresos e instituciones feriales hacer huelga de brazos caídos.

¿Tal vez será por eso?

Claro, la amplia mayoría son pequeñas y medianas empresas. Pero también hay grandísimos y magníficos grupos.

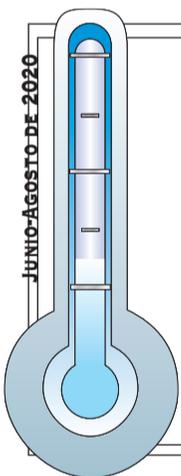
Es curioso, en el extranjero los profesionales y empresas españolas de turismo se les tiene en la más alta estima. Se les reconoce, considera y apoya y seguramente no porque seamos más bonitos, sino porque generamos riqueza, prestigio, buena imagen y con ello garantizamos, en gran medida, la continuidad del negocio para los destinos. Y aquí, en su más amplia mayoría, se las utiliza para captar votos utilizando palabrería grandilocuente de lo importante que somos.

Pero mucho bla, bla, bla, pero de ayudas 'nah' de 'nah'.



**Claudio Meffert**

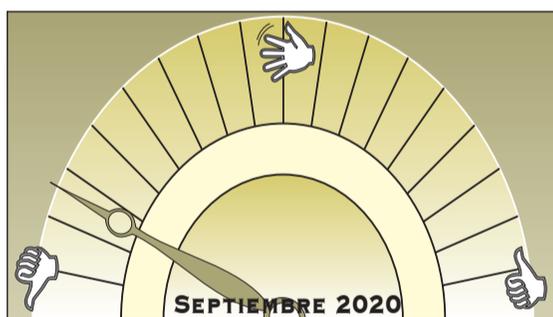
Director de Consejo Asesor de CONEXO



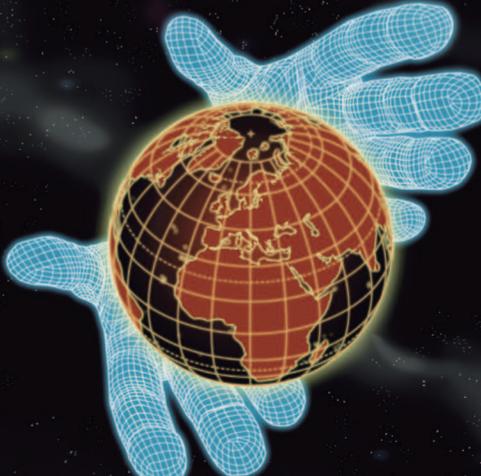
### BARÓMETRO DE RESULTADOS

### El Sector MICE no sale del agujero

La actividad de reuniones y eventos en España está prácticamente parada. La situación de la pandemia del coronavirus no permite el desarrollo normal de los eventos, que están supeditados a una serie de restricciones y normativas que no incentivan su organización física. Durante los últimos meses, la única opción que ha tenido lugar han sido los eventos virtuales y, más tarde, con la posibilidad de celebrar eventos presenciales, se ha optado por la organización de eventos híbridos. Ahora mismo, dadas las limitaciones de aforo que existen en todo el territorio nacional, al Sector MICE parece que la única posibilidad que tiene es apostar por estos eventos híbridos, eso sí, planificados específicamente para este tipo de formatos, ya que si no es así el resultado no será positivo.



### INDICADOR DE EXPECTATIVAS





## Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana en tu email



# NO NECESITAS PROMESAS DE TU GRUPO

Necesitas VER REALIDADES, para elegir el mejor grupo para tu día a día

ÚNICO GRUPO con Departamento de Desarrollo Web e I+D+I propio

Motores de búsqueda XML Propios. Ahorra tiempo y asegura el mejor NETO y el Rappel más alto



Nuestro mayor activo: Nuestro EQUIPO HUMANO

Más de 40 profesionales y 11 departamentos que te asesorarán y ayudarán en cada problema "just in time". **Eficiencia** y **Profesionalidad**

**DITGESTION**

*Mucho más que un grupo de gestión*



# MOSTRADOR

## Air Malta oferta reservas de grupos flexibles

Air Malta ofrece más flexibilidad y tranquilidad a la hora de reservar billetes de avión para grupos, como aerolínea nacional, para volar a Malta. Así, no se requiere depósito y se puede cancelar el grupo hasta 31 días antes de la salida, sin penalizaciones de cancelación. Además, se puede realizar nueva reserva gratuita hasta 31 días antes de la salida para viajes hasta el 17 de diciembre de 2020. La tarifa con impuestos incluidos de Madrid-Malta es desde 113 euros, en billete de ida y vuelta, impuestos incluidos y equipaje facturado de 23 kg.

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

## Catai cuenta con nueva programación a Laponia bajo la fórmula de reserva flexible

Presenta una variada programación en vuelos directos desde diferentes ciudades de España en diciembre

Una temporada más Catai organiza para las fechas navideñas viajes en vuelos directos desde diferentes ciudades españolas a Laponia, para poder disfrutar de unos días inolvidables en la región más septentrional y virgen de nuestro continente. Catai dispone de vuelos directos, sin escalas, desde Barcelona, Bilbao, Madrid, Málaga y Valencia con salidas desde el 4 de diciembre hasta el 2 de enero. Los programas tienen una duración de cinco o seis días.

La principal novedad es la flexibilización tan importante que

se ha realizado en las condiciones de reserva y cancelación. Y es que se puede reservar con 100 euros la inscripción por plaza y cancelar hasta 30 días antes de la salida sólo con ese importe de gastos y sin necesidad de una causa justificada. Además si existiese una causa de fuerza mayor provocada por el Covid-19 que impidiese la realización del viaje, Catai no cobrará gastos de cancelación, devolviendo cualquier importe pagado incluida la cuota de inscripción.

✉ [www.catai.es](http://www.catai.es)



Permite reservar plaza con 100 euros y cancelar hasta 30 días antes.

## Level retoma sus vuelos desde Barcelona a Buenos Aires y Nueva York este mes

La compañía aérea ha adoptado las medidas de prevención recomendadas

Level reanudará desde este mes de septiembre sus vuelos desde Barcelona a Buenos Aires y Nueva York. Desde el 8 de septiembre vuela martes, viernes y domingo a Buenos Aires. En el sentido contrario, vuela los lunes, miércoles y sábados. La ruta entre Barcelona y Nueva York se ha retomado el 9 de septiembre con tres frecuencias semanales los miércoles, viernes y domingos. Tras el cese temporal, la compañía ha adoptado las medidas de prevención recomendadas por las autoridades a través de protocolos.

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



Recupera las rutas con tres frecuencias semanales.

## Princess Cruises cancela los World Cruises de principios de 2021

Princess Cruises cancelaba a finales de agosto sus World Cruises programados para principios de 2021 y Cruceros Circle South America que se realizarían a bordo del Island princess y Pacific princess. La decisión se debe a las restricciones y limitaciones de viajes por el Covid-19.

Los huéspedes que tenían reservas en los viajes cancelados recibirán un crédito de crucero futuro (FCC) reembolsable equivalente al 100% de la tarifa del crucero pagada más una bonificación adicional no reembolsable de la FCC equivalente al 25% de la tarifa del crucero pagada. Como alternativa, los huéspedes pueden solicitar un reembolso por



Barco de Princess Cruises.

todo el dinero pagado en su reserva mediante un formulario *online*. Los huéspedes tienen hasta el 30 de septiembre de 2020 para elegir un tipo de reembolso.

✉ [www.cruceiros-princess.com](http://www.cruceiros-princess.com)

## Croisieurope presenta su programación de la temporada de invierno 2020 y ya tiene a la venta la del próximo 2021

Nuevos cruceros marítimos por las Islas Canarias o Córcega, a bordo de su barco recientemente inaugurado, La Belle des Océans

CroisiEurope ofrece al mercado de habla hispana la posibilidad de reservar ahora y pagar 15 días antes de la salida, para toda reserva hecha para 2020, incluyendo los cruceros de Navidad y Fin de Año, así como un Early Booking de entre el 8% y el 15% para las reservas de 2021.

Con motivo del lanzamiento de la campaña de invierno, CroisiEurope ha puesto a la venta su programación de Fin de Año, Semana Santa y verano 2021, destacando especialmente los destinos más cercanos de los ríos Guadalquivir, Duero, Sena y Ródano, con itinerarios de duración entre cuatro y ocho días además de contar con nuevos cruceros marítimos por las Islas Canarias o Córcega, a bordo

de su barco recientemente inaugurado, La Belle des Océans.

Para 2021, además de mantener todos sus cruceros fluviales y marítimos por Europa, refuerza sus fluviales de larga distancia, como el exótico Mekong o su exclusivo crucero-safari en África desde Johannesburgo a las Cataratas Victoria.

Unos itinerarios de excepción en barcos de 4 ó 5 anclas acompañados de un servicio de calidad con atención al detalle por parte de la tripulación, todo incluido a bordo con una refinada cocina francesa, wifi gratuito y servicios que garantizan el éxito de sus cruceros.

Además, en conformidad con su compromiso con el medioambiente,

la nueva tecnología utilizada a bordo de los barcos de CroisiEurope, permite limitar el consumo de carburante durante la navegación.

Los barcos de la compañía naviera, debido a la situación actual, están navegando aplicando una serie de normas en los diferentes espacios y aspectos de la operativa diaria, como por ejemplo, un control previo de los pasajeros a la llegada al barco, respeto de distancia social a bordo y en excursiones, pagos sin contacto o la reducción del 50% de la capacidad del restaurante. El conjunto de medidas establecidas en colaboración y con el respaldo de Bureau Veritas.

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



Su nuevo barco La Belle des Océans.

## ■ CLUB NEXOTUR

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

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

**Club NEXOTUR**  
Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 39**

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

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

## ■ FAM TRIP



El objetivo fue conocer los recursos de la Axarquía.

### 'Fam trip' de agentes en Costa del Sol

Hasta 12 agentes de viajes de Granada y Sevilla participaron entre el 7 y el 9 de julio en un viaje de familiarización organizado por Turismo Costa del Sol, Turismo Andaluz y con la colaboración de la Asociación para la Promoción Turística de la Axarquía (APTA) que ha tenido como objetivo dar a conocer los recursos de la comarca de la Axarquía y potenciarlo entre la red de ventas de las agencias receptoras de ambas provincias.

## Renfe pone a la venta sus trenes turísticos para el próximo 2021

La operadora sumará el Costa Verde Express para la siguiente temporada

Renfe ha iniciado este verano la venta de la temporada 2021 de sus trenes Turísticos de Lujo que, según las previsiones, se iniciará en la primavera del próximo año. Así, El Transcantábrico Gran Lujo, el Tren Al Andalus, el Expreso de la Robla y el Costa Verde Express recuperarán su actividad tras la suspensión de los viajes previstos para la temporada 2020 debido a la crisis sanitaria por el coronavirus. Como consecuencia de la suspensión de estos viajes, Renfe ofreció a sus clientes la posibilidad de obtener un bono para viajar en 2021, con una bonificación adicional del 10%, o el reembolso de los billetes pagados.

Como novedad, en 2021 a la relación de los trenes turísticos que comercializa Renfe se va a sumar un nuevo producto, El Costa Verde Express, que con El Transcantábrico Gran Lujo y el Expreso de La Robla realizarán sus viajes por las vías de ancho métrico del norte peninsular mientras que el Tren Al Andalus hará su clásico circuito por Andalucía y como novedad, en 2021, inicia un nuevo



Los viajeros también disponen de una amplia oferta gastronómica.

itinerario, la ruta Lusitania, que el Al Andalus realizará entre Sevilla, Lisboa y Oporto.

#### Alojamiento incluido

Las propuestas de viaje en cualquiera de las salidas incluyen el alojamiento en habitación, con cuarto de baño completo incluido, además de los desplazamientos en autobús y los guías para las excursiones para las que se incluyen todas las visitas y entradas. Los

viajeros también disponen de una amplia oferta gastronómica, tanto a bordo del tren como en los restaurantes de las ciudades.

Por otra parte, el billete para viajar lleva aparejada la posibilidad de disfrutar de un descuento del 50% en AVE o Alvia para los traslados de acercamiento hasta el punto de inicio del itinerario turístico y de retorno desde el punto final del viaje, sólo para el territorio Nacional.

✉ [www.renfe.com](http://www.renfe.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](mailto:aconfisa@aconfisa.es)  
[www.aconfisa.es](http://www.aconfisa.es)

## ■ BREVES

**American amplía su oferta con JetBlue**

American Airlines y JetBlue operarán vuelos de código compartido recíproco, lo que permitirá a los clientes reservar un único itinerario que combine vuelos de ambas aerolíneas, ofreciendo una experiencia de facturación y conexiones de vuelos sin interrupciones. Entre la oferta de destinos se encuentran Tel Aviv y Atenas.

**NH Group amplía su promoción de verano**

NH Hotel Group ha extendido su promoción 'Déjate sorprender por...', que ofrece hasta un 25% de descuento para disfrutar recorriendo España a través de más de 90 propiedades. Hasta el 10 de octubre, y pudiendo disfrutarla hasta el Puente del Pilar (12 de octubre) NH Hotel Group ofrece un 25% de descuento, desayuno incluido, niños gratis, tarde y cancelación gratuita.

**Emirates y Flydubai reactivan su asociación**

Tras la reanudación progresiva de los vuelos de pasajeros a destinos globales, Emirates y Flydubai han reactivado su asociación. Los clientes de Emirates pueden ahora viajar en vuelos de código compartido a más de 30 destinos en Flydubai, mientras que los clientes de Flydubai tienen más de 70 destinos a su alcance con Emirates.

**Qatar Airways reanuda su ruta a Mogadiscio**

Qatar Airways ha reanudado el 6 de septiembre su ruta a Mogadiscio, Somalia, con tres vuelos semanales. El servicio es operado por un Airbus A320 con 12 asientos en Clase Business y 120 en Clase Turista. La compañía aérea está operando esta ruta vía Djibouti, destino que reanudó sus vuelos el mes pasado.

**LATAM anuncia aumento gradual de operaciones**

LATAM Airlines Group oferta desde septiembre más frecuencias en destinos domésticos en Chile, Brasil, Perú y Ecuador, así como el inicio de la operación nacional en Colombia. También se retomaneste mes tres rutas internacionales con origen en Santiago y Sao Paulo. La operación del grupo está sujeta a las condiciones de mercado.

# Menorca propone disfrutar del Turismo activo este próximo otoño

La Asociación Menorca Activa agrupa una treintena de empresas especializadas

**Astronomía, rutas a caballo, senderismo, cicloturismo, demostración de trabajos de campo, flyboard, paddle surf, submarinismo, kayak,**

**parapente... Menorca va más allá del 'sol y playa' convertida en escenario natural para disfrutar también en otoño con multitud de propuestas.**

Más allá del verano, los chapuzones y el relajante *dolce far niente* al sol, Menorca convierte sus 702 km<sup>2</sup> de superficie en el escenario perfecto para desarrollar todo tipo de actividades al aire libre; por tierra, por mar y por aire. Y además, con el complemento perfecto de alojamientos singulares en los que disfrutar del Turismo rural y el agroturismo.

Agrupadas en la Asociación Menorca Activa, más de una treintena de empresas especializadas ofrecen una gama de propuestas encaminadas a disfrutar de una escapada inolvidable combinando naturaleza, gastronomía, deporte y, sobre todo, mucha acción.

Como Destino Starlight que es desde el pasado año, el cielo de esta isla balear reserva de la Biosfera es uno de los espectáculos a disfrutar acompañados de expertos en astronomía. Para descargar adrenalina surcando los cielos, nada mejor que una experiencia



Estará operativa entre el 22 de julio y el 30 de agosto.

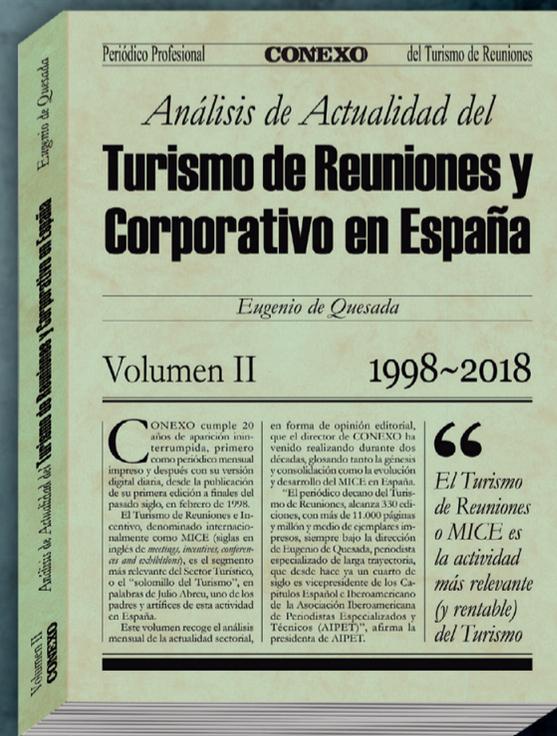
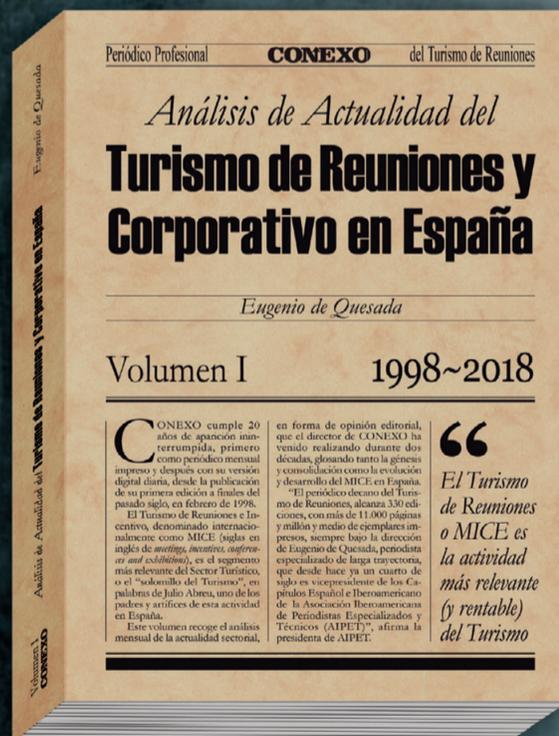
en parapente biplaza. Y para hacerlo saltando las olas, con el *parasailing*. Los amantes del mar lo pasarán en grande sumergiéndose en las aguas del Mediterráneo para practicar buceo, submarinismo o *snorkeling*; sintiendo la emoción del *paddle surf* o el *flyboard*; o descubriendo los mil recovecos de la costa en kayak.

Ya en tierra, el histórico Camí de Cavalls que circunvala la isla puede hacerse a lomos de un caballo de raza menorquina. Otra experiencia ecuestre puede ser la de participar en clases de doma menorquina. Y para los amantes de la etnografía, nada mejor que asistir a una demostración de trabajos antiguos de campo.

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

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

# CONEXO



PVP: 18€

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

# CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00

☎ 91 369 18 39

Lope de Vega, 13  
28014 Madrid

## EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

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

## Cancelaciones vuelos

### Responsabilidad de la agencia

**Pregunta.-** Ante las cancelaciones de vuelos por parte de la aerolínea, ¿qué derechos tienen nuestros clientes? ¿Cuál es la responsabilidad que tenemos en estos casos las agencias de viajes?

**Respuesta.-** Para conocer los derechos del pasajero debemos acudir al Reglamento europeo (CE) 261/2004, que establece cuáles son los derechos de este en caso de denegación del embarque contra la voluntad del pasajero, la cancelación y el retraso de su vuelo. Ante todo, cabe destacar que el Reglamento solo es aplicable a vuelos que tengan como origen o destino el territorio de un Estado miembro sujeto a estas disposiciones. Si el vuelo parte de un tercer país en el que los pasajeros puedan acogerse a beneficios, compensaciones y asistencia, el Reglamento no tendrá vigor, aunque el destino pertenezca al territorio donde sí se aplica el Reglamento. Por ello, es conveniente que en la agencia de viajes estéis informados acerca de las políticas sobre cancelaciones si vuestros clientes van a volar entre países que no sean miembros de la Unión Europea.

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

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

## Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

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

Por último, el pasajero afectado tiene derecho a ser compensado económicamente salvo en los siguientes supuestos: que haya sido informado de la cancelación con al menos dos semanas de antelación a la hora del vuelo, que se le haya informado con entre una y dos semanas y se le haya ofrecido un transporte alternativo que salga con no más de dos horas de antelación y llegue al destino con un retraso máximo de cuatro horas con respecto al vuelo inicial, o que, habiendo sido informado con menos de siete días de antelación, se le ofrezca un transporte alternativo que salga con menos de una hora de antelación y llegue con menos de dos horas de retraso respecto a la hora de llegada prevista.

Del mismo modo, la compañía aérea no tiene obligación de compensar al pasajero si la cancelación se da por circunstancias extraordinarias. El Reglamento clasifica como extraordinarias situaciones tales como las condiciones meteorológicas, los riesgos para la seguridad, los casos de inestabilidad política, las deficiencias inesperadas en la seguridad del vuelo y las huelgas.

En cuanto a la responsabilidad de la agencia de viajes, el Reglamento contempla que si por la cancelación de un vuelo los viajeros pierden cualquier servicio incluido dentro del contrato de viaje combinado, la responsabilidad del correcto cumplimiento del mismo recaerá sobre el organizador del viaje y el detallista.

contratación del seguro, también es uno de los puntos clave para elegir un buen seguro de viaje. Por este motivo, es fundamental que el cliente entienda bien qué es la franquicia, cómo se aplica cuando se produce un incidente y por qué se aplica.

La franquicia es la cantidad económica que un asegurado debe asumir en caso de que se produzca una incidencia, es decir, es la parte del daño producido por un siniestro de la que el asegurado tiene que hacerse cargo. Este importe puede ser fijo o un porcentaje sobre el total de la cantidad asegurada y se incorpora al seguro para cubrir aquellos siniestros que suponen para la aseguradora gastos de gestión y tramitación muy elevados.

Sin embargo, las franquicias no solo ayudan a la aseguradora a poder asumir ciertos gastos, también benefician al asegurado, ya que poner un coste a aquellos siniestros de gestión más complicada permite que el seguro sea más barato.

Es importante diferenciar los dos tipos de franquicia que existen. En primer lugar, los seguros con franquicia absoluta, mediante la cual se establece una cantidad fija que deberá asumir el asegurado en caso de producirse una incidencia, estando el resto del coste de esta incidencia cubierto por la aseguradora. Por ejemplo, si se de-

termina una franquicia absoluta de 30 euros y se produce un daño con valor de 200 euros, la compañía de seguros devolverá a su cliente los 170 euros restantes.

En segundo lugar, existen los seguros con franquicia relativa. En este tipo de franquicias también se establece una cifra por siniestro. Sin embargo, la diferencia reside en que si los daños suponen un coste menor a esta cifra, el importe de los mismos será asumido por el asegurado y si los costes son mayores, será la aseguradora la encargada de correr con todos los gastos. Así, si, por ejemplo, se establece una franquicia de 200 euros y el coste del siniestro es de 100 euros, estos tendrán que ser asumidos por el asegurado; por el contrario, si el daño supone un coste de 400 euros, la aseguradora reembolsará al cliente en cuestión la totalidad de este importe.

En el caso de nuestros seguros de viaje incluidos en el catálogo para agencias de viajes Pack Plus, solo tienen franquicias dos coberturas: la cobertura de búsqueda y rescate en el seguro Ski Aventura Plus y la cobertura de cancelación por libre desistimiento –el cliente puede cancelar su viaje sin argumentar una causa– en el caso de los seguros Multiasistencia Élite y Anulación Élite.

## Franquicia

### ¿Qué es la franquicia del seguro?

**Pregunta.-** La franquicia es una de las dudas en las que inciden mis clientes a la hora de incluir el seguro de viaje en su reserva. ¿Todos los seguros de viaje incluyen franquicia? ¿Qué coberturas del seguro son las más susceptibles de incluir franquicia?

**Respuesta.-** Efectivamente, la franquicia no solo es uno de los conceptos que más dudas genera en la



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



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

# HOTELERÍA

## Manuel A. Ruiz: 'El Gobierno central tiene que escuchar a las Asociaciones'

Desde AEDH han creado una plataforma llamada 'Turismo somos todos' con una hoja de ruta

"La situación está siendo caótica, este va a ser un año en blanco, un año para olvidar", asegura el presidente de la Asociación Española

de Directores de Hotel (AEDH) de la Comunidad de Madrid y director general del hotel Mayorazgo, Manuel A. Ruiz. Ruiz se lamenta

de que "ni tan siquiera hemos sido capaces de salvar el verano" y señala las restricciones de otros países como motivo principal.

"El Gobierno tiene que ser proactivo, si no se hace algo distinto, no obtendremos resultados distintos", asegura el presidente de AEDH. En este sentido, ha insistido en que "tienen que escuchar a las Asociaciones" y ha expresado el disgusto del sector por la contratación de consultoras para hacer un diagnóstico y reformular la estrategia turística. "Creemos que se nos debe escuchar porque, además, las Asociaciones del Sector Turístico se han coordinado entre ellas mismas y hemos dictaminado mensajes claros y sencillos sobre las prioridades", insiste.

Igualmente, ha explicado que desde AEDH han creado una plataforma llamada 'Turismo somos todos' para aunar a las Asociaciones y "establecer una hoja de ruta con ocho puntos muy sencillos y estratégicos que esperamos que queden atendidos".

Esta iniciativa tiene tres claros objetivos: salvar vidas, evitar el cierre de empresas y desempleo, para con ello, recuperar la economía de este país. 'Turismo somos todos' pretende aunar a todo el Sector Turístico español, colaborando al mismo tiempo con los organismos y empresas internacionales relacionadas, para

ofrecer al Gobierno una propuesta que ayude a evitar la destrucción de empresa y empleo ligado al Turismo. El manifiesto cuenta con una hoja de ruta de ocho medidas concretas y directas por la protección de la industria turística. La primera, PCR a toda la población. Del resultado de estos test masivos, segmentar a la población, aislando de forma segura y en hospitales o lugares acondicionados para ello, a enfermos de Covid-19 o asintomáticos. Y proteger y aislar debidamente a la población de riesgo.

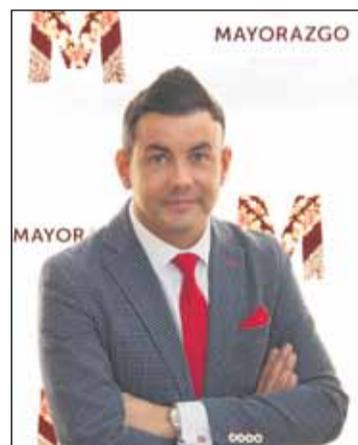
### PCR para todos los viajeros

Igualmente, proponen PCR a los viajeros o turistas en origen y devolverlos con PCR en destino. Así se garantiza la seguridad del viajero y del destino, creando confianza en el Sector Turístico. Y si ya existiera vacuna Covid-19, creen que debería requerirse certificado de vacunación para poder viajar a España.

En segundo lugar, proponen la creación de un Plan de Comunicación prestigiando la marca España, como destino seguro a nivel europeo e internacional, en el que se escuche y participe el Sector Turístico.

También piden que se pongan en marcha los necesarios estímulos económicos y fiscales para el Sector turístico, como la bajada de los tipos de IVA del Turismo a un único tipo, el más bajo posible. Rebaja o exoneración de impuestos: Sociedades, impuestos municipales (IAE, basuras, IBI...). Creación de un espacio económico, fiscal y laboralmente atractivo para la inversión. Respecto al ámbito laboral, que se flexibilice y facilite la contratación, además de bajadas en las cuotas de cotización de contrataciones. Ampliación del plazo de carencia en los préstamos ICO. Y moratoria para los préstamos bancarios.

En cuarto lugar destacan que es imprescindible que los Expedientes de Regulación Temporal del Empleo (ERTE) se prorroguen hasta marzo de 2021, que se flexibilicen y que el *quantum* de las bonificaciones se eleve como mínimo al 90% en el Sector Turístico. Proponen también al Gobierno la creación y composición de un Comité de Expertos en Turismo, en el que esté presente el Sector Turístico y al que se le consulte en la toma de decisiones que afecten a la industria.



El presidente de AEDH de la Comunidad de Madrid y director general del hotel Mayorazgo, Manuel A. Ruiz.

Para poder considerar que habría que prohibir, sancionar y perseguir la comercialización de pisos turísticos ilegales, así como cualquier otra oferta turística ilegal, sin licencia o correspondiente registro que permita su actividad. Así como, promover y poner en marcha una Ley AntiOkupa que defienda la propiedad privada.

Por último, piden crear un ministerio dedicado exclusivamente al Turismo, que tenga al frente a un experto y profesional en esta industria, a propuesta del Sector.

## CEHAT pide a la ministra de Turismo un plan de choque para el Sector Turístico

La confederación insiste en la articulación de unos ERTE específicos para el sector hotelero

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) ha trasladado a la ministra de Industria Comercio y Turismo, Reyes Maroto, en una carta, la necesidad de que se trabaje con urgencia desde el Ejecutivo para crear una comisión interministerial



Jorge Marichal

con los responsables de las diferentes Comunidades y para poner en marcha de un plan de choque que asegure la supervivencia del Sector Turístico. Considera fundamental la creación de esta comisión para que se puedan abordar debidamente todas aquellas cuestiones que llevan meses afectando seriamente al Sector Turístico y que dependen de varios ministerios como Sanidad, Asuntos Exteriores, Hacienda o Trabajo, entre otros.

En el escrito, también remitido a los ministerios de Trabajo y Sanidad, CEHAT ha solicitado también la articulación de un plan de reactivación del Turismo español con algunas cuestiones generales y un tratamiento específico por territorios. Esto permitiría abordar la temporada de

invierno para aquellos destinos que la tengan o preparar la próxima temporada para aquellas zonas que trabajarán a partir de marzo de 2021.

El presidente de CEHAT, Jorge Marichal, subraya que, ante una situación como la que está atravesando el Sector, "no podemos improvisar medidas, está en juego la supervivencia del Sector Turístico español y dicho plan debe contener medidas financieras, de lo contrario, quedará

únicamente como papel mojado". Considera, por tanto, imprescindible que este plan de choque contemple la implantación de medidas sanitarias, laborales y fiscales concretas y de máxima urgencia para garantizar la supervivencia del Turismo.

### ERTE ágiles

Dentro del ámbito laboral, insiste en la articulación de unos Expedientes de Regulación Temporal del Empleo (ERTE) específicos para el sector hotelero. Así, solicita unos ERTE ágiles que permitan la entrada y salida de trabajadores en función de la coyuntura turística. Además, estos nuevos ERTE deben estar activos, como mínimo, hasta la Semana Santa de 2021 con el fin de garantizar que las empresas tengan oxígeno para llegar hasta esa fecha y, con ellas, el empleo que generan.

En materia de salud, CEHAT considera fundamental el establecimiento de medidas como el pasaporte sanitario digital y/o soluciones similares que permitan la trazabilidad del cliente durante su estancia en destino e identificar riesgos y vulnerabilidades durante su estancia, facilitando su localización y aislamiento en caso de necesidad. Asimismo, apuesta por la realización de pruebas y test a los turistas que llegan a España.

Por último, en materia fiscal, CEHAT solicita que se articule la exoneración de algunos impuestos que graven la actividad tanto a nivel local como autonómico, para este ejercicio 2020, como es el caso del IBI (Impuesto sobre Bienes Inmuebles), las tasas municipales, el Impuesto sobre Actividades Económicas, etc.

### ■ PRODUCTO

El Madrid Marriott Auditorium ha abierto el 1 de septiembre

El 1 de septiembre el Madrid Marriott Auditorium abre de nuevo sus puertas. Lo hace, como subrayan desde el hotel y centro de congresos madrileño referente del Turismo MICE en Europa, con un compromiso renovado que abraza los valores que le caracterizan: personalización, exclusividad, servicio, calidad y confianza. El establecimiento madrileño ha vuelto adaptando cada uno de sus espacios y servicios a las condiciones actuales. A los espacios únicos ya existentes, se han agregado estaciones de saneamiento de manos y una gran facilidad de acceso a través de las diferentes entradas, permitiendo el flujo de asistentes.

El Villa Magna, primer hotel español en operar con la marca Rosewood

Julio Rosewood Hotels & Resorts ha sido seleccionada por RLH Properties para administrar el Hotel Villa Magna una vez RLH Properties finalice una renovación que llevará a cabo. Este será el primer hotel de la marca en España, y la cuarta operación en Europa, donde Rosewood también se está expandiendo a otras principales ubicaciones. Situado en el Paseo de la Castellana, la propiedad se estrenará como Rosewood Villa Magna tras una profunda renovación, durante la cual la propiedad permanecerá abierta, y que incorporará un diseño contemporáneo ambientado en la capital española.

Magic Natura recibe el Sello de Viaje Seguro que otorga WTTC

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) ha otorgado el Sello de Viaje Seguro (Travel Safety Stamp) al parque de naturaleza y animales Terra Natura Benidorm, en cuyo interior funciona Magic Natura. El WTTC ha creado este sello para identificar a los destinos y empresas que aplican protocolos específicos de salud e higiene para dar confianza a los consumidores. Magic Natura ha activado todos los protocolos de higiene y medidas sanitarias recomendadas ante la pandemia sanitaria, a las que ha sumado un paquete de medidas diseñado, dirigido y supervisado por expertos en medicina preventiva del prestigioso Hospital Clínica Benidorm.

# Los hoteleros madrileños evalúan la situación del sector ante la pandemia

‘En el mes de agosto la ocupación media fue del 17%, frente al 65% de 2019’, lamenta AEHM

El sector hotelero "ha hecho los deberes para prepararse frente al Covid-19 y acoger viajeros con las mayores garantías", asegu-

ra la secretaria general de AEHM, Mar de Miguel. A pesar de ello, en agosto la ocupación media ha sido del 17%, frente al 65%

de 2019, "algo hasta ahora impensable". En Madrid ya han abierto más de un tercio de los hoteles de la asociación, unos 131.

La secretaria general de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Mar de Miguel, hace balance de la situación en la que se encuentra en estos momentos el sector hotelero: "Los datos que se van publicando ponen de manifiesto que estamos en una situación sin precedentes y que tiene un impacto generalizado, que afecta a España, a nivel europeo y global, a lo que hay que sumar las restricciones de muchos países que afectan a la movilidad". La actividad hotelera de Madrid depende, en gran medida, de la demanda extranjera y, por ello, "estamos en una situación de gran incertidumbre", asegura.

Con la llegada del mes de septiembre, "empezamos un nuevo

trimestre en el que tenemos que ver cómo evoluciona la situación en general, con una atención especial a cómo se pueden desarrollar ferias, congresos, reuniones de negocios, eventos, para poder tomar el pulso de la realidad a la que nos enfrentamos de una manera más precisa", añade De Miguel.

## Datos impensables

En este sentido, asegura que "el sector ha hecho los deberes para prepararse frente al Covid-19 y acoger viajeros con las mayores garantías, aunque en el mes de agosto la ocupación media fue del 17%, frente al 65% registrado el pasado año para estas mismas fechas y con toda la

planta hotelera en pleno rendimiento; algo hasta ahora impensable".

Sin embargo, en relación a las aperturas, señala "que ya han abierto más de un tercio de los hoteles de la Asociación, 131 aproximadamente, y esperamos que, en los próximos meses, y de manera paulatina, más establecimientos retomen su actividad, como lo ha hecho The Westin Palace, uno de los hoteles más emblemáticos, o como la apertura del Four Seasons, que en breve abrirá sus puertas". No obstante, también hay otros tantos que han retrasado su reapertura e incluso algunos que aún no tienen fecha determinada. "Todo dependerá de la evolución de la situación a nivel global y nacional", concluye.



La secretaria general de AEHM, Mar de Miguel.

## Los ‘campings’ salvan la temporada, con una ocupación media del 65%

Casi el 70% procedían de provincias limítrofes o de la misma Comunidad autónoma

La crisis sanitaria ha condicionado buena parte de la temporada de verano en los campings españoles. Según la Federación Española de Campings (FEEC), la ocupación media ha sido del 65% en julio y agosto.

Se han registrado buenos niveles de clientes en establecimientos de la cornisa cantábrica e interior y no tan positivos en establecimientos de la costa mediterránea, al tener mayor dependencia del cliente extranjero. Dos factores han condicionado estos datos de ocupación: los sucesivos rebrotes que han ido apareciendo por distintas zonas del país y la ausencia prácticamente total de turistas extranjeros.

Así pues, este verano atípico deja algunos datos novedosos, como que más de un 30% de estos clientes desconocían por completo el sector hasta este verano, siendo el *bungalow* el producto estrella. Además, casi el 70% de los campistas procedían de provincias limítrofes o de la misma Comunidad autónoma. Un 40% de las reservas se han producido la misma semana de viajar y un 20% de ellas, en las 48 horas previas. Y, por último ha destacado que miles de autocaravanistas, atraídos también por el *boom* que vive ese sector, han descubierto también los *campings* como forma de alojarse segura y con todas las comodidades.

Aún así y de cara al resto de temporada, las previsiones de reservas para otoño e invierno son mínimas teniendo en cuenta la escasa presencia de turistas extranjeros y los distintos llamamientos de Gobiernos europeos a no visitar



Las previsiones de reservas para otoño e invierno son mínimas.

nuestro país. Si a estas previsiones se añade que en Semana Santa los establecimientos permanecieron cerrados por el Estado de Alarma, se puede asegurar que la temporada de *campings* en nuestro país se ha reducido a tan solo dos meses.

## Prorrogar ERTE

Ante esta situación inédita, desde la Federación Española de Campings se incide en la necesidad crucial de que los Expedientes de Regulación Temporal del Empleo (ERTE) en sus establecimientos se prolonguen hasta final de año para si evitar el cierre definitivo de muchos campings. Según la presidenta de la FEEC, Ana Beriain, "la lectura que tenemos que hacer de este verano

tan atípico tiene dos vertientes: hemos salvado los meses de verano y hemos permitido a cientos de miles de familias disfrutar de unos días de descanso proporcionándoles la seguridad necesaria en un momento tan delicado como el que nos encontramos". "Algo tremendamente positivo y que nos llena de orgullo a todos los campings de España", señala. Sin embargo, ha asegurado que "no nos podemos olvidar que el sector ha perdido y va a perder por completo el resto del año por lo que necesitamos de manera imperiosa que la Administración prolongue los ERTE ya aplicados hasta el 31 de diciembre, si no es así, algunos establecimientos se verán abocados al cierre definitivo de sus negocios y al desempleo a miles de trabajadores".

## Hoteleros de Castilla y León constituyen una asociación

La grave situación económica, en la que ha derivado la crisis sanitaria que sufrimos desde hace más de seis meses, ha afectado de forma crítica a los alojamientos en todo el país y también en Castilla y León. Como contrapartida, este hecho ha conseguido unir a un buen número de empresarios del sector hotelero, que han tomado la decisión de organizarse y constituir la Asociación de Empresarios de Alojamientos Turísticos de Castilla y León para mantener una interlocución directa con las instituciones regionales.

El 28 de agosto, 14 hoteles de Castilla y León formalizaron la constitución de la Asociación, que suma en este momento otras 50 solicitudes de adhesión de empresarios de todas las provincias. La entidad nace con dos objetivos primordiales en este momento. Por un lado, conseguir estructurar con la Junta de Castilla y León la forma de lograr la supervivencia de un sector que da empleo a más de 12.000 personas de forma directa y a otras tantas de forma indirecta y facturó el año pasado más de 400 millones de euros y, por otro, aportar su experiencia para las estrategias de promoción y comercialización de nuestro territorio. "Nuestros hoteles están vacíos y es obvio que, sin turistas, no hay hoteles, pero también lo es que, si los hoteles desaparecen, no habrá Turismo en el futuro", señala el presidente de la Asociación de Hoteles de Castilla y León, y empresario del sector en Zamora, Carlos Díaz.

## PRODUCTO

Con más de 50 hoteles en proyecto, Accor Hotels refuerza Tribe

Accor Hotels fortalece su crecimiento en el sector del estilo de vida con Tribe, una marca *mid-scale* de rápida expansión, que está superando las expectativas iniciales y planea abrir más de 50 hoteles. En Europa, además de París, Amsterdam o Varsovia, donde ya se han firmado hoteles, se están ultimando proyectos en Berlín, Londres, Bruselas, Lisboa y Viena. En los próximos cinco años, la marca prevé la apertura de un total de 150 hoteles a nivel global dirigidos a una nueva generación de viajeros en busca de experiencias sofisticadas pero asequibles. Tribe es una marca de estilo de vida alternativa creada para satisfacer los deseos y necesidades del viajero moderno, sin comprometer la elegancia, el estilo o la originalidad.

Radisson firma en EMEA 15 hoteles en el segundo trimestre

En el segundo semestre de 2020, Radisson Hotel Group ha anunciado la firma de 15 nuevos hoteles. En plena pandemia del coronavirus, el equipo de Desarrollo de Negocio del grupo ha estado inmerso en expandir su nueva arquitectura de marca y fortaleciendo aún más su presencia en Europa, Oriente Medio y África (EMEA), que se añadirán a su portafolio a lo largo de los próximos cinco años en destinos como Italia, Francia, Austria, Grecia, Rusia, Ucrania, Emiratos Árabes y África. Como ha explicado su vicepresidente ejecutivo y director de desarrollo de Radisson Hotel Group, Elie Younes, "nuestro negocio se basa en relaciones a largo plazo basadas en la confianza y la responsabilidad".

Aehcos registra una ocupación del 45% en el mes de agosto

Según los datos recopilados por la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol, (AEHCOS) entre sus asociados, el mes de agosto ha registrado el 45,32% de ocupación de las plazas abiertas. Es importante valorar el número de plazas abiertas, y no tanto el porcentaje. Aehcos dispone de 88.500 plazas de las cuales solo algo más de 67.000 han permanecido abiertas en el mes más importante del año para la industria turística de la Costa del Sol. Otro dato preocupante es que de este 45,32%, solo el 23% han sido extranjeros, lo cual augura un mes de septiembre que será caótico. La previsión actual de los que ya han comunicado que tienen intención de permanecer abiertos a día de hoy en septiembre es de un 23% del total.

# 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 91-6549777
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 Arequipias, 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
OKATOIR Av. Doctor Arce, 25 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 Fax 91-5416174
TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ Trespaderne 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 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq. MADRID	91-5401840 Fax 91-5401841

VIVA TOURS Trespaderne, 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
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	91-5878767-5877592 Fax 91-5877502
LAN Capitán Haya 1, 7º planta. MADRID	91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
AMERICAN AIRLINES Edificio Iberia, Martínez Villergas 49, 2º Planta Norte	902-011737

### Compañías Marítimas

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

### Ferrocarril

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

### Alquiler de Automóviles

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

AEROCITY 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 cumplen. Estas sanciones pueden ser de hasta 600.000 euros.

### ¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

#### NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN

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

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

## POSITIVO FRANCÉS NATIVO ANGLORICANO: GLOBISH SPANISH COACH

### Busqueda activa de EMPLEO

Excelente **PROFESOR** Management y Marketing **ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE**

Suiza ("La primera del mundo")

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

GARANTIZO RESULTADOS

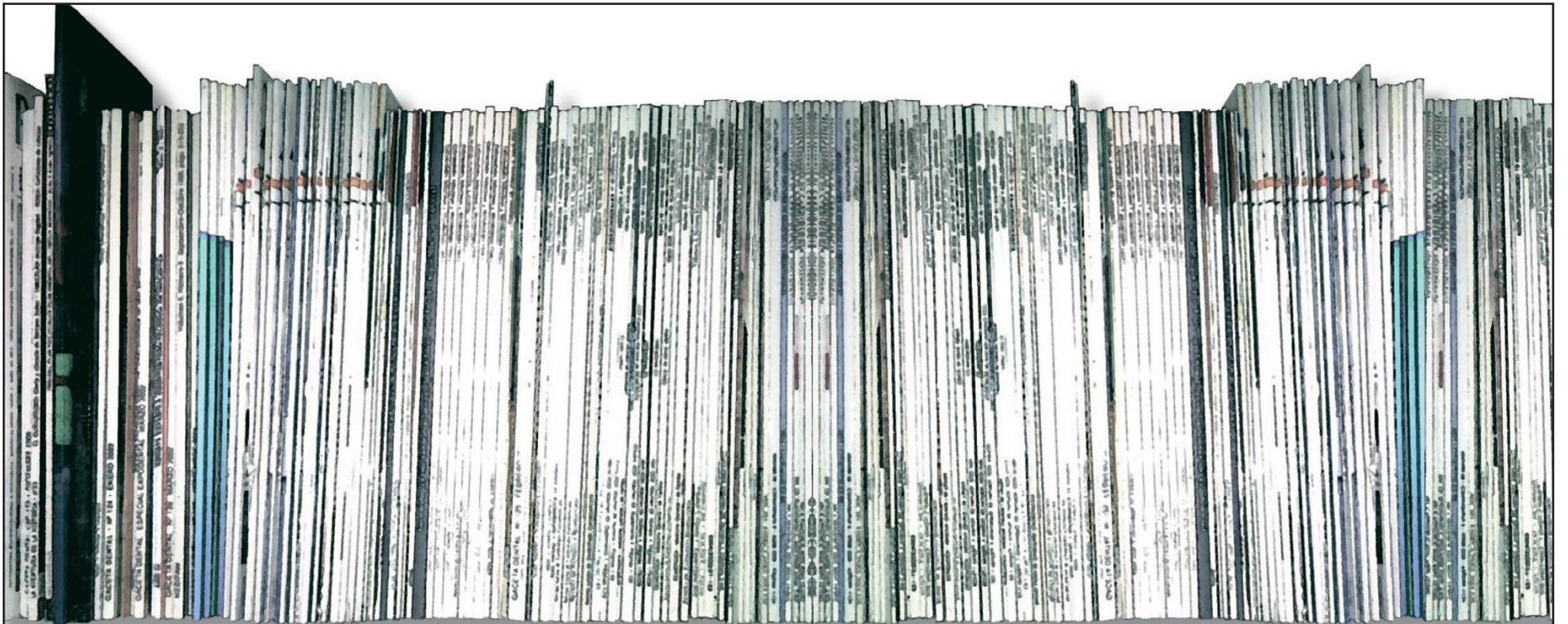
GRATIS 1ª hora

[fetisalain@gmail.com](mailto:fetisalain@gmail.com)

skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71

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

# NEXOTUR



# 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 ([aepp@aepp.com](mailto:aepp@aepp.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**

# Nueva web compatible de Choice Hotels con reserva desde agencias

La cadena Choice Hotels ofrece una nueva versión *responsive* de su página de diseño amigable, que permite a clientes, empresas y agencias de viajes consultar la información sobre la empresa y sus hoteles y gestionar reservas.



www.choicehotels.com

La nueva versión de la *web* de **Choice Hotels** sigue siendo muy adecuada para consultar y gestionar reservas de los más de 5.000 hoteles franquiciados que ofrece Choice en la mayor parte del mundo. Con un diseño compatible, amigable y de fácil navegación, mantiene el área específica para las agencias de viajes, con una completa gestión de sus ventas, y ofrece una información muy completa de los hoteles y su entorno, así como un cómodo sistema de reservas, diferenciando hoteles, vacaciones y grupos, con versiones en inglés, francés, español, alemán e italiano.

## INFORMACIÓN

Se accede a los hoteles únicamente desde la selección en la reserva y solo por ciudad, aeropuerto, lugar o parte del nombre, sin información previa por zona o país. Presenta una relación con los datos básicos de cada hotel y su descripción general en una pantalla.

## RESERVA

Mantiene su completo sistema de reservas, con posibilidad de cancelación y con códigos de identificación de tarifas especiales para las agencias de viajes y otros tipos de clientes. También ofrece procesos específicos para la gestión de vacaciones y de grupos.

## GENERAL

Incluye un amplio sistema de información sobre la empresa, su historia, su sistema de franquicias, un área de empleo con sus ofertas y otra para las agencias de viajes, información para sus accionistas y sobre su programa de finalización de clientes Choice Privileges.

### ▲ Lo Mejor / Completa

Con un correcto diseño ofrece sus distintos tipos de reservas desde cualquier terminal y a clientes, agencias y empresas.

### ▼ Lo Peor / Acceso a los Hoteles

No incluye ninguna forma de conocer sus destinos por país o zona, sólo informa de sus hoteles por destino, aeropuerto o lugar.

## CHOICE / Hoteles

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva versión de la página de Choice Hotels, ahora compatible para cualquier tipo de terminal, resulta de utilidad para los profesionales de Turismo, tanto por su amplia cobertura como por su facilidad para reservar desde las agencias, que disponen de un área para su gestión.



# La nueva versión del sitio web de EasyJet presenta pocos cambios

EasyJet ha desarrollado una nueva versión de su página *web*, ahora disponible desde cualquier tipo de terminal, manteniendo las características principales de la versión anterior e incluyendo la gestión de reservas, que no es válida para las agencias.



www.easyjet.com

EasyJet, compañía aérea británica de bajo coste, presenta una versión *responsive* de su página en la que, con algunos cambios en su presentación, mantiene una completa información de sus vuelos y de hoteles, coches de alquiler y traslados, así como la gestión de reservas basada en un 'carro de la compra' y que permite el acceso posterior para la consulta y modificación de las reservas, pero que sigue sin estar disponible para las agencias de viajes. En cuanto a idiomas, la página mantiene las versiones en múltiples idiomas, una de ellas en castellano y otra en catalán.

## INFORMACIÓN

Presenta un mapa activo que permite consultar sus vuelos por origen y destino, complementado por sus ofertas especiales, enlazándolos con su reserva para una fecha. También informa sobre la situación de vuelos en curso, por número de vuelo u origen/destino.

## RESERVA

Dispone de un completo sistema de reservas de vuelos, hoteles, coches de alquiler y traslados, que se pueden acumular en un carro de la compra. Permite consultar y modificar posteriormente las reservas, pero sigue sin contemplar la gestión desde las agencias de viajes.

## GENERAL

Mientras en esta versión no permite el acceso a su información sobre la empresa ni informa sobre su tarjeta EasyJet plus, mantiene las ayudas al cliente, la zona para viajes de negocios y el 'Destinator' que ofrece un mapa con ofertas y un conjunto de herramientas de ayuda al usuario.

### ▲ Lo Mejor / Utilidad

Ofrece al cliente final, ahora desde cualquier tipo de terminal, una completa gestión de vuelos, hoteles, coches y traslados.

### ▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Sigue sin incluir la gestión de reservas desde las agencias que existía en la primera versión de esta página.

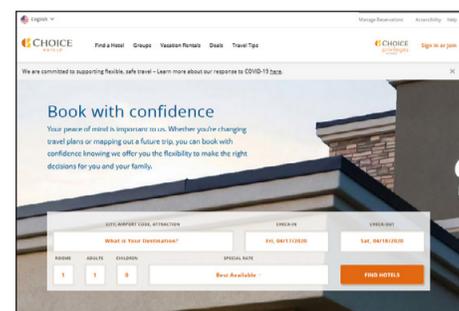
## EASYJET / Línea Aérea

### Ponderación de los Valores

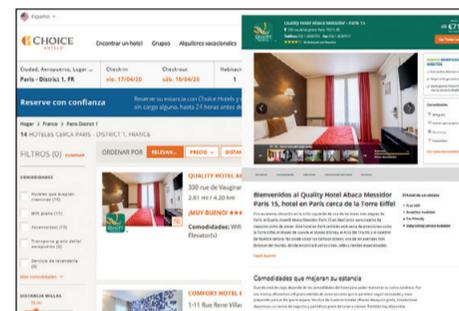
Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
10	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
6	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTIÓN DE RESERVAS									
8	BILLETE ELECTRONICO						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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

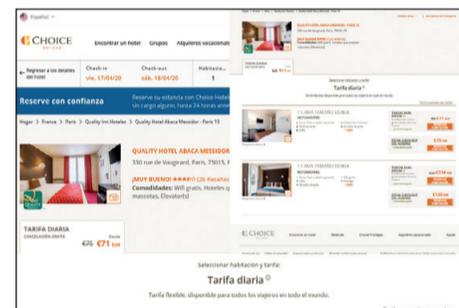
La versión compatible de la *web* de EasyJet sigue sin ofrecer a las agencias la posibilidad de gestionar y administrar sus reservas, que si existía en una versión analizada anteriormente, por lo que su interés sigue limitado a la información que ofrece sobre sus vuelos, ofertas y tarifas.



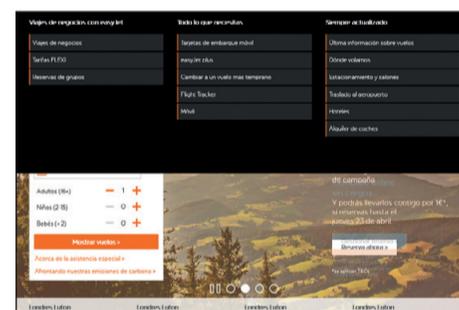
**Entrada /** En diseño compatible, presenta la reserva de hotel y el acceso a la gestión de vacaciones, grupos y ofertas.



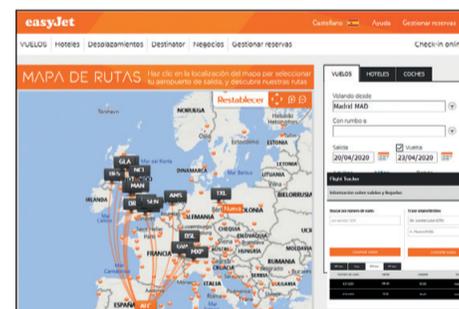
**Producto /** Desde la selección de hotel en la reserva se puede acceder a su descripción general y sus ofertas en la misma pantalla.



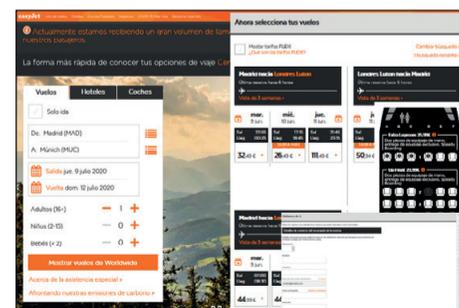
**Reserva /** Mantiene las tres formas de reserva, para estancias, vacaciones y grupos, con un área especial para las agencias.



**Entrada /** Con un nuevo diseño compatible mantiene la estructura de la versión anterior con el acceso a la reserva y a toda su información.



**Producto /** Informa en un mapa activo sobre todas sus líneas y de sus tarifas mínimas y permite consultar vuelos y los que hay en curso.



**Reserva /** Mantiene su completo sistema de reservas de sus vuelos, hoteles, coches y traslados, válido solo para el cliente final.

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

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

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

■ **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-

ponibilidad 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.

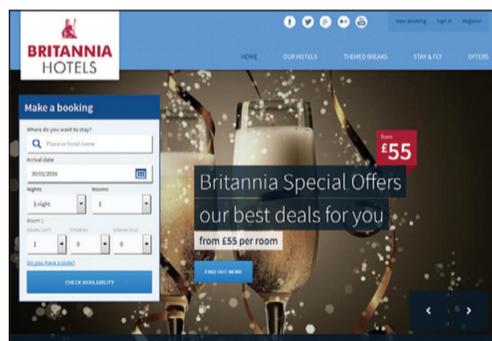
## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Hoteles en Inglaterra

↑ Britannia presenta una página en Internet bien diseñada con **información** sobre la empresa y sus hoteles, y un completo sistema de gestión de reservas, pero sin área para la gestión de las agencias de viajes y con una única versión en inglés.

⇒ Su **utilidad** está limitada porque sólo ofrece hoteles en Inglaterra.

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



<http://www.britanniahotels.com>

## Transportes en Sevilla

↑ Alompe Autocares presenta una nueva versión de su **web** en la que, con un nuevo diseño **responsive**, mantiene un nivel de información semejante al anterior, ya que sigue sin incluir sus tarifas, limitándose a ofrecer un formulario de consulta.

⇒ Por su escaso nivel de información es de una **utilidad** limitada.

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



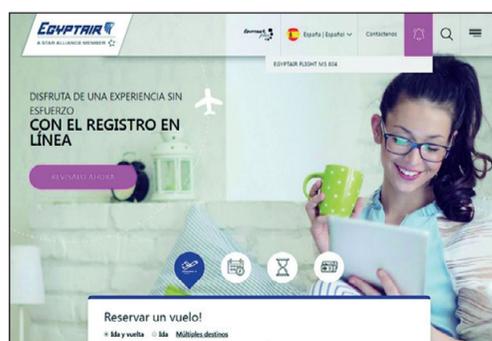
<http://www.alompe.com>

## Vuelos a Egipto

↑ La nueva **web** de EgyptAir mantiene, con un nuevo diseño compatible y más atractivo, la **información** sobre sus vuelos a Egipto y un completo sistema de gestión de reservas de sus vuelos y de hoteles y coches en todo el mundo, no disponible para las agencias.

⇒ Su **utilidad** está limitada por su escasa cobertura desde España.

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



<http://www.egyptair.com>

## Turismo en la Costa Blanca

↑ La nueva página de Turismo en la Costa Blanca ofrece la **información** sobre los atractivos turísticos que existen en la provincia de Alicante, aunque sobre alojamientos y otros servicios sólo incluye algunas ofertas en un interesante planificador.

⇒ Su **utilidad** está limitada porque no funciona el buscador.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece la forma de contacto en algún caso.



<http://www.costablanca.org>

## Congresos en Marbella

↑ El Palacio de Congresos de Marbella ha desarrollado una nueva **web**, ahora independiente de la del Ayuntamiento, en la que incluye una **descripción** muy general de sus espacios, servicios y eventos por mes, pero sigue con poca información para OPC.

⇒ Su **utilidad** está limitada por su escaso nivel de información.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece sus formas de contacto.



<http://www.marbellacongresos.com>

## Turismo en Vitoria

↑ Vitoria presenta una nueva versión del área de Turismo que existe en la **web** de Turismo de su Ayuntamiento en la que amplía la **información** de sus temas de interés para el viajero y el enlace con dos centrales para la gestión de alojamientos.

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

↓ Para la **reserva** de alojamientos ofrece enlaces con dos centrales.



<http://www.vitoria-gasteiz.org/turismo>

## LEGISLACIÓN

## Medidas de viaje

Ministerio del Interior

✓La Recomendación 2020/912 de 30 de junio, sobre la restricción temporal de los viajes no esenciales a la Unión Europea y el posible levantamiento de dicha restricción, estableció un listado de terceros países cuyos residentes quedaban exentos de las restricciones de viaje a la UE, así como un conjunto de categorías de personas también exentas de esas restricciones, independientemente de su lugar de procedencia. Esta Recomendación ha sido modificada en sucesivas ocasiones para ir reduciendo el listado de terceros países en vista del empeoramiento de la situación epidemiológica en varios de ellos. Así, se establece una restricción temporal de viajes no imprescindibles desde terceros países a la Unión Europea y países asociados Schengen. Además, se proroga hasta el 16 de septiembre la validez de la Orden INT/ 657/2020 y se aprovecha la ocasión para suprimir a Marruecos del Anexo.

Boletín Oficial del Estado.  
www.boe.es

## CURSO

## Nuevo programa formativo de Expedia

Prepara a los participantes para futuras oportunidades laborales

Expedia Group Academy ha estrenado una nueva plataforma de aprendizaje *online*. El nuevo programa de formación gratuito impulsado por la compañía está diseñado para ayudar a los trabajadores que han perdido sus empleos de manera temporal o definitiva a ampliar sus conocimientos y habilidades, fomentar sus redes profesionales y acceder a oportunidades profesionales, en tanto que la industria turística comienza su camino hacia la recuperación del impacto de la crisis del Covid-19. "Expedia Group Academy es parte de nuestro enfoque integral para contribuir a que toda la industria turística, incluyendo los profesionales que han perdido

sus empleos, sigan siendo productivos y se mantengan en el camino del crecimiento y el éxito durante esta fase disruptiva", ha apuntado la Chief Inclusion Officer de Expedia Group, Melissa Maher.

De esta manera, la plataforma ofrece módulos *online* mensuales tematizados, dirigidos por expertos en la materia y de la industria turística, y por ejecutivos del Grupo Expedia. Los módulos incluirán *webinars*, capacitaciones *online*, actividades guiadas y recursos disponibles para descarga. Los profesionales que quieran participar pueden inscribirse en [gateway.on24.com/wcc/experience/eliteexpedia/2445012/2456002/expedia-group-academy](http://gateway.on24.com/wcc/experience/eliteexpedia/2445012/2456002/expedia-group-academy).



## LIBROS

## Guía para la era posCovid-19

'Guía para la reactivación de los destinos turísticos inteligentes tras el Covid-19'

Segittur y TE-CHFriendly, con el apoyo de la FEMP, han elaborado la Guía para la reactivación de los destinos turísticos inteligentes tras el Covid-19. Concretamente, esta publicación pretende sensibilizar al ente gestor sobre los cinco ejes del modelo Destino Turístico Inteligente (DTI) y trazar una hoja de ruta de recuperación para conseguir un desarrollo turístico equilibrado, más sostenible, y seguro, alineado con la Agenda 2030. En este sentido, define recomendaciones y propuestas de acción concretas para orientar a los gestores de los destinos y que pueda servir de acompañamiento para diseñar su propia estrategia para la reactivación del Turismo en sus destinos.



El libro 'Guía para la reactivación de los destinos turísticos inteligentes tras el Covid-19' es una publicación que pretende sensibilizar al ente gestor sobre los cinco ejes del modelo Destino Turístico Inteligente (DTI) y trazar una hoja de ruta de recuperación para conseguir un desarrollo turístico equilibrado, más sostenible, y seguro, alineado con la Agenda 2030. En este sentido, define recomendaciones y propuestas de acción concretas para orientar a los gestores de los destinos y que pueda servir de acompañamiento para diseñar su propia estrategia para la reactivación del Turismo en sus destinos.

## CALENDARIO

## Eventos próximos

●Del 24 al 27 de septiembre se celebrará OnViaje, La Feria Virtual del Viaje, un espacio en el que ofertar y adquirir directamente la próxima escapada, los productos, etc, con descarga de folletos, cierre de agendas, ampliación de nuestra cartera de clientes, venta de nuestras propuestas, llamadas virtuales... Además, El público podrá dejarse seducir por sugerentes experiencias o elegir dónde y qué quiere y será redirigido a las empresas participantes en OnViaje que lo ofertan. Más info en [www.onviaje.com](http://www.onviaje.com).

●El coronavirus ha obligado a posponer la séptima edición del Congreso Europeo de Turismo (Coetur), una de las citas más importantes del sector rural en nuestro país, organizada por EscapadaRural.com. Coetur, que el año pasado reunió a más de 200 profesionales del sector y que en un principio estaba calendarizado para el mes de junio, se celebrará los días 21 y 22 de octubre siempre que las condiciones sanitarias lo permitan.

# La información profesional no es un juego de niños

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

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

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

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13/28014 Madrid

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



**De Profesional a Profesional**

# NEXOTUR®

☒ PASEO DE LA REINA CRISTINA, 6, 1º. 28007 MADRID / ☎ 91 369 41 00 / ✉ E-MAIL: redaccion@nexotur.com

## SUBEN

### ▲ Fernando Valdés



El Consejo de Ministros nombró recientemente a Fernando Valdés como nuevo secretario de Estado de Turismo. Valdés Verelst ha desempeñado las funciones de subsecretario de Industria, Comercio y Turismo desde junio de 2018.

### ▲ Josep Abellán



B&B Hotels ha nombrado a Josep Abellán como nuevo Chief Operating Officer para España y Portugal. El directivo se incorporó a B&B Hotels en el pasado año 2016 como Chief Financial Officer. Ahora afronta un nuevo reto en la compañía.

### ▲ Antonio Teijeiro

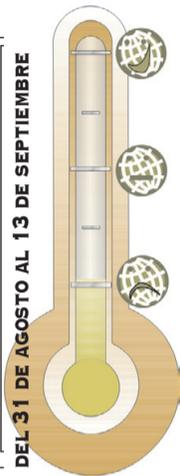


Grupo Piñero, ha nombrado a Antonio Teijeiro como nuevo director general de su división de negocio Bahía Principe Hotels & Resorts. Así, afrontará nuevos retos entre los que destaca, definir e implementar el plan estratégico de la cadena hotelera para los próximos años.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Juan Molas	3
Entrevista / Juan Molas	4
Escaparate	6-14
Suplemento CONEXO	15-34
Mostrador	26-38
Gestión	40
Hotelería	41-42
Booking	43
Evaluanet	45
Ofertas de empleo	46
Agenda	48

DEL 31 DE AGOSTO AL 13 DE SEPTIEMBRE

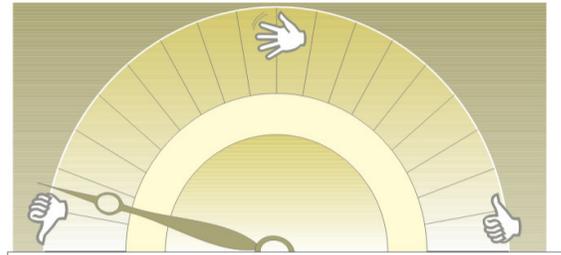


## BARÓMETRO DE RESULTADOS

## LA SEMANA

### Sector servicios, el que más parados trae en agosto

Los nuevos datos de paro publicados por el Ministerio de Trabajo confirman el impacto de las restricciones de movilidad y los brotes en el Turismo. Y es que el sector servicios, donde se engloba el Turismo, ha sido el que más parados ha registrado en agosto, con 20.016 de los 29.780 que se han contabilizado entre todas las actividades, es decir, un 67,2% del total. No obstante, como dato positivo, no alcanza ni el 10% del que se produjo en marzo y abril. En este sentido, cabe destacar que las Comunidades más afectadas se encuentran entre los destinos más importantes. Estas son Cataluña (11.293), Madrid (6.260) y la Comunidad Valenciana (5.694), que concentran el 78% de los nuevos parados.



DEL 14 AL 27 DE SEPTIEMBRE

## INDICADOR DE EXPECTATIVAS

La llegada de turistas extranjeros a España cayó un 97,7% en junio como consecuencia de la declaración del estado de alarma, vigente hasta el 21 de junio, que estableció el cierre de fronteras para evitar la propagación del coronavirus, según ha informado este lunes el Instituto Nacional de Estadística (INE). En concreto, durante el sexto mes del año, que tuvo tres semanas, España recibió un total de 204.926 turistas internacionales, siendo Francia es el principal país de residencia, con 64.895 turistas, lo que representa el 31,7% del total y un descenso del 93,2% respecto a junio del año pasado. Alemania (33.740) y Países Bajos (12.321) son los siguientes países con más turistas que visitan España.

Cataluña es el primer destino principal de los turistas en junio, con el 37,4% del total. A la ciudad Conchal llegan 76.634 turistas, un 96,5% menos que en junio del año pasado, siendo los franceses los principales turistas. Le siguen muy de lejos la Comunidad Valenciana (15,4%) y las Islas Baleares (13,8%), con una caída del 96,6% y 98,6%, respectivamente, predominando también la llegada de franceses y alemanes. En el resto de Comunidades el número de turistas desciende un 97,1% en la Comunidad de Madrid, un 98,9% en Andalucía y un 99,8% en Canarias. Cabe destacar que Reino Unido no se encuentra en los primeros puestos tras ser el primer mercado emisor durante varios años consecutivos. En junio solo llegaron 8.473 británicos, un 99,6% menos que el año pasado.

## COYUNTURA

### Las llegadas caen un 98% en junio

En el último mes de junio, se ha registrado un fuerte desplome en las llegadas de turistas extranjeros a nuestro país. Concretamente, ha descendido en un 98% respecto al mismo periodo del año anterior, con solo 204.926 turistas. En esta misma línea, el gasto registrado en el sexto mes del año fue un 98,6% inferior al del pasado junio de 2019, llegando solo hasta los 133 millones de euros.

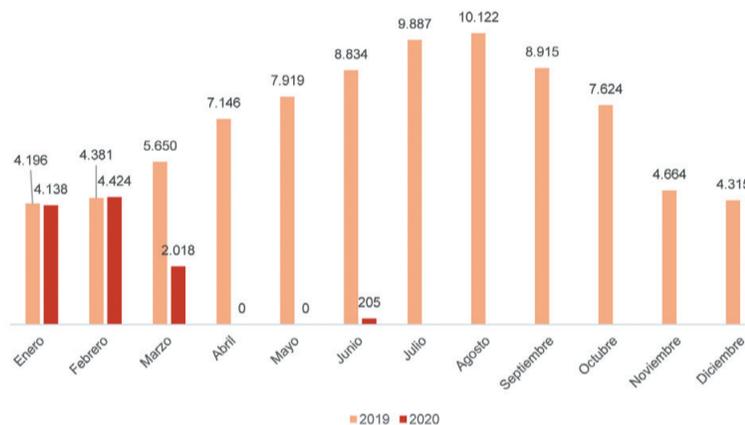
sirve de entrada al mayor número de turistas en junio, con 136.676, lo que supone un descenso anual del 87,8%. Por aeropuerto llegan un 99,1% menos de turistas y por puerto un 97,9% menos.

### Gasto medio de 651 euros

Esta menor afluencia de turistas tuvo su reflejo en el gasto. Los turistas extranjeros que visitaron España en junio gastaron 133 millones de euros, un 98,6% menos que en el mismo mes de 2019, siendo el gasto en actividades la principal partida en junio, con un 19,9% del total del gasto. Así, el gasto medio por turista se situó en 651 euros, con un descenso anual del 40,6%, al tiempo que el gasto medio diario bajó un 30,4%, hasta los 114 euros. Igualmente, la duración media de los viajes de los turistas internacionales es de 5,7 días.

Del mismo modo, durante los seis primeros meses de 2020 el gasto total de los turistas baja un 70,6% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando los 11.840 millones de euros. Los principales países emisores por nivel de gasto en junio fueron Francia (con el 22,5% del total) y Alemania (22,3%). El gasto de los turistas residentes en Francia disminuye un 95,5% en tasa anual y el de los turistas procedentes de Alemania un 97,7%. Finalmente, las Comunidades autónomas de destino principal con mayor peso en el gasto de los turistas en junio son Cataluña (con el 29,1% del total), Islas Baleares (20,6%) y la Comunidad Valenciana (13,9%).

### Comparativa llegada de turistas 2019-2020



Fuente: INE.

© NEXOTUR

El ocio, recreo y vacaciones es el motivo principal del viaje a España para 166.651 turistas en junio, (-97,9%). Por negocios, motivos profesionales llegan 15.950 (un 97,3% menos) y por otros motivos 22.325 (un 94,8% menos). Asimismo, el número de turistas que utilizaron el alojamiento de

mercado como modo principal en junio disminuye un 98,1% en tasa anual. Dentro de este tipo, el alojamiento hotelero baja un 98,3% y la vivienda en alquiler desciende un 97,9%. Por su parte, el alojamiento de no mercado disminuye un 95,6%. Respecto al modo de llegada, la carretera es la vía que



## Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana en tu email

**NEXOTUR.com**

AGENCIAS DE VIAJES

Las huelgas de controladores europeos cuestan 12.000 millones de euros

Ciudadanos quiere hacer una Carta del Turismo Sostenible

La Proposición No de Ley del grupo Ciudadanos de la Asamblea de Madrid incluye cinco medidas para favorecer la sostenibilidad del Sector. Una de ellas es impulsar una conferencia mundial sobre este Turismo.

Aumenta el uso de 'chatbots' en las reservas de viajes

Fomento sugiere a las aerolíneas que bajen los precios

¿Cuál es el mejor momento para reservar vuelo?