



**LUIS MAROTO**  
**Caída de las reservas**  
PÁG. 12 / Los ingresos de distribución caen un 85,3% para Amadeus



**AGUSTÍN ALMODÓBAR**  
**Test PCR, claves**  
PÁG. 10 / Los test PCR son claves para la reactivación del Turismo



**JOSÉ LUIS MÉNDEZ**  
**Motivar a la agencia**  
PÁG. 5 / UNAV celebrará en Cádiz su Congreso de Turismo



**CARLOS GARRIDO**  
**Producto adicional**  
PÁG. 10 / Fevitur y CEAV presentan un proyecto para un banco de camas



**NORBERT FIEBIG**  
**Al borde del colapso**  
PÁG. 8 / DRV alerta de que el Turismo sufre un nuevo bloqueo

## El Sector ve 'insuficiente' la dotación del Gobierno en los Presupuestos

La importancia del Sector para la economía debe traducirse en más ayudas

El Sector Turístico español recibirá cerca de 400 millones de euros en términos de ayudas turísticas durante el próximo año. Igualmente, el Ejecutivo

central sitúa una partida de 1.057 euros derivada del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia en los Presupuestos Generales del Estado (PGE).



Senén Fornos, de RIU Hotels.

### La agencia es canal prioritario para RIU

"Ningún hotel puede sobrevivir y desarrollar su negocio solo con la venta directa", asegura el director de Contratación de RIU. Pág. 4

### El número de ocupados en agencias cae un 17%

El porcentaje de parados sobre activos en actividades turísticas fue del 17,3%, frente al 16,3% nacional, en el tercer trimestre. Pág. 9

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

La partida de 1.300 millones de euros destinada al Turismo en los Presupuestos Generales del Estado para 2021 "es claramente insuficiente teniendo en cuenta que España es un país que depende del Turismo y los efectos de la pandemia han paralizado la actividad turística", denuncia el presidente de CEAV, Carlos Garrido. Como subraya el presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martí

Sarrate, no se ve "que se hayan sensibilizado con la situación". De esta manera, para el presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Méndez, "cualquier inversión que se hace en el Sector Turístico, el Estado recupera con creces ese dinero". Y es que, como señala el secretario general de la Mesa del Turismo, Carlos Abella, "el apoyo al Turismo beneficiará al resto de sectores".

Escapate en pág. 6

## ICTE presenta el primer corredor terrestre seguro

El Camino de Santiago dispondrá de las medidas de seguridad para convertirse en el primer corredor terrestre seguro. El Instituto para la Calidad Turística (ICTE) y la Xunta de Galicia han trabajado en dos proyectos para cumplir todos los requisitos. Como celebra el presidente del ICTE, Miguel Mirones, "Galicia ha vuelto a ser pionera



Miguel Mirones

en políticas turísticas y en saber leer las demandas de los potenciales clientes nacionales e internacionales para el futuro". Subraya que "en Galicia y en España ha habido un porcentaje mínimo de casos surgidos en el ámbito turístico, dada la implicación de todo el Sector en la aplicación de los protocolos".

Escapate en pág. 11

## Los proveedores adeudan 325 millones en reembolsos

De toda la deuda, 250 millones es de aerolíneas

CEAV sitúa en 325 millones de euros los reembolsos pendientes de sus proveedores, cifra inferior a los 400 millones de antes de verano, debido a que algunos proveedores han saldado sus cuantías. Y de estos, 250 millones corresponde únicamente a compañías aéreas. Así se lo ha hecho saber a la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA) en la primera reunión que han mantenido para



Mercedes Tejero

transmitirles la situación que está provocando la problemática de los reembolsos de manera directa. La gerente de CEAV, Mercedes Tejero, "ve como algo muy positivo este primer contacto porque abre un canal de diálogo entre el órgano regulador y las agencias, cuyo objetivo final es el mismo, defender los derechos de los pasajeros aéreos".

Escapate en pág. 12

## Suplemento CONEXO

CONEXO regresa en noviembre como suplemento de NEXOTUR. En esta edición destaca un estudio de Gebta y Braintrust, del que se desprende la previsión de que a finales de 2020 los niveles de actividad estén todavía por debajo del 50% de los que se alcanzaron en 2019, e informa de las noticias más destacadas, como el ambicioso plan de futuro de Ifema o la creación de la Asociación On-Go. CONEXO en págs. 15 a 34



Portada del suplemento CONEXO.

**12 Tomos**

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

# NEXOTUR

Más de 6.300 páginas

PVP: 9€ Cada Volumen  
PVP: 98€ Colección Completa

**solicite su ejemplar o colección:**  
[suscripciones@nexotur.com](mailto:suscripciones@nexotur.com)

CON CIERTA DECEPCIÓN y verdadero asombro, aprecio en las estructuras políticas la falta de entusiasmo a favor de una estrategia turística más influyente. Actitud que constato dentro de las conclusiones del foro celebrado el 3 de octubre, en la isla de la Toja. Reunión en la cual, la preocupación de los asistentes por el Turismo se limitó a incluir una referencia en el párrafo 5 de sus conclusiones: modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del Turismo e impulso a una España nación emprendedora. Foro en el cual los especialistas y planificadores asistentes se dedicaron con cierta timidez a presentar un desarrollo turístico, insuficiente con relación a la capacidad que posee. Menospreciando sin ninguna consideración los frutos que el Turismo generó en el pasado a favor de la sociedad española. Logros que se necesitan ahora más que nunca. Por lo que es lamentable observar la falta de políticas estratégicas de recuperación e impulso, que ayuden a superar la tragedia del Covid-19.

El referido foro se plantea como objetivo determinante impulsar un conjunto de alternativas y estrategias en apoyo del desarrollo económico. Aunque lamentablemente se perciba desde las perspectivas iniciales la falta de convencimiento para fomentar la enorme capacidad de desarrollo que todavía posee el Turismo español, manejando los muchos recursos que le quedan en su desarrollo turístico o promoviendo la potencialidad que tiene el crecimiento de nuestro Turismo. En gran medida por causa de la excelencia de los recursos turísticos ofrecidos, que siguen ignorados. Ahora bien, necesariamente, ello será posible mediante el proceso de asumir nuevas acciones imaginativas. Basadas especialmente primero en aplicar la gran experiencia que España posee en la puesta en valor de nuevos recursos turísticos.

Y después también valorando la excelente especificidad de los productos turísticos ofertados, manteniendo de modo continuo acciones de innovación y cambio. Iniciativas difíciles de igualar en otros lugares y destinos. Aunque sin duda es previsible pensar que los redactores del documento transmitirían mayor

interés ante efectos de propuestas reales. Creyendo bastante más en el diseño de un nuevo modelo de alternativas para España, que en el contexto teórico de estrategias y modelos sin valorar.

Ahora bien, llama la atención, leyendo las conclusiones del foro, cierta inquietud por la falta de conocimiento que se reconoce de las posibilidades de un Turismo, posiblemente cada día más dinámico. Quizás por causa de la falta de buena información que todavía posee el Turismo en España. Horizonte que se deduce de la seguridad, credibilidad y potencialidad que sin duda demuestra la evolución del Turismo. Situación que no se conoce con exactitud por causa de la falta de evidencias y estadísticas

**La expansión del Covid-19, generando graves problemas y resultados catastróficos durante 2020, exigirá al sector del Turismo español, mantener una posición de recuperación de los mercados internacionales de fuerte influencia española', subraya el profesor emérito de la Universidad Nebrija**

TRIBUNA



© M. FIGUEROLA

## Recuperar la influencia de la actividad turística

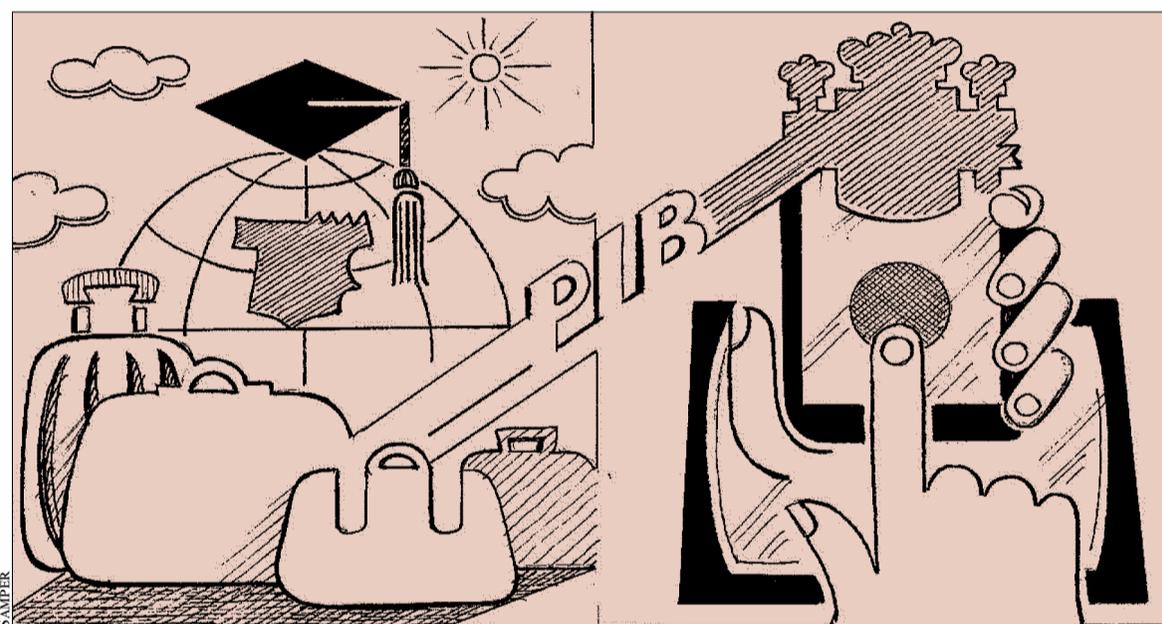
más actualizadas. Problema que debería resolverse con prontitud, con estadísticas que puedan demostrar con mayor exactitud la verdadera capacidad futura de crecimiento de la realidad turística. Crecimiento que puede significar la consecución de actuaciones que se caractericen en el futuro por su profunda preocupación inclusiva. Y también, por el reconocimiento del carácter resiliente de la

mía local. Instrumentando una política de ordenación y recuperación.

Se observa en el contexto de las hipótesis que proyecta el Foro de la Toja la falta de un impulso recuperador de nuevas líneas directrices concretas y concluyentes a favor del Turismo, cuyos objetivos han de ser más ambiciosos y determinantes. En donde se priorice el rigor científico. En el cual se haya dado prioridad a

Ambicioso plan que se justifica como consecuencia de la necesidad de lograr una variación real o crecimiento anual del 2%.

No se puede asegurar que España logre mejorar el proceso de recuperación turística si no se considera imprescindible un mínimo crecimiento de la cuota anual de contribución. Siempre en valores de representación sobre el PIB, como



actividad turística. Lo cual indica, no solo un cierto modernismo en la utilización del lenguaje, con el fin de proyectar resultados evidentes, sino también, la consecución de ciertos objetivos. En donde parece que predominará la preocupación por una sociedad en donde se reconozca, que todas las cosas, con relación con el Turismo, pueden tener un valor significativo.

El documento final del foro España, en su capítulo cinco, dedica un epígrafe compartido con la digitalización del tejido industrial y de la pyme, y a España —como nación emprendedora— en un breve análisis a la recuperación del Turismo. En dicho documento se hace necesario plantear la necesidad de proceder con mayor rigor y conocimiento a la valoración de las cifras turísticas. Siendo evidente que el primer análisis que debe verificarse es demostrar el valor correcto de participación del Turismo.

En ese nuevo proceso de cambio, que se formula como necesario y prioritario, un Turismo sostenible más riguroso y paralelo con sus posibilidades deberá servir además para impulsar la transición ecológica y manifestarse como tractor para potenciar la econo-

actuaciones que impulsen el desarrollo de los espacios naturales con fines turísticos sostenibles. Aquellos que demuestren que estuvieron en el pasado olvidados. Decisiones en las que no debe olvidarse la posibilidad de favorecer nuevos procesos, como la digitalización de la información. Y la valoración de una España cohesionada e inclusiva.

Con frecuencia llama la atención la declaración en los medios de comunicación de la conveniencia de modificar el modelo productivo español. Estrategia que se proyecta recomendando especialmente un cambio en el modelo, intensificando las acciones de crecimiento del sector industrial. Asimismo, la realidad demuestra, que España tiene un peso industrial elevado sobre su cuota en el PIB (23,3%, véase Banco Mundial y Fondo Monetario). Porcentaje superior al que corresponde a USA (20,2%) y al RU (19,1%).

Por tanto, la estrategia de modificar el modelo no consistirá solo en acusar a la actividad turística de que España posee un peso industrial reducido. Por ello se ha de considerar que la evolución normal de la capacidad de desarrollo del Turismo español proyecta un modelo turístico que deberá evolucionar en los próximos diez años. Ampliando su contribución al PIB del 12,4% (2019) al 15,1% en el año 2030.

mínimo, con aumentos medios anuales del 2%. Es evidente, por tanto, que debe reconocerse que la actividad turística española dispone de una densa e importante estructura productiva, que hace posible la consecución de las anteriores hipótesis. Lo que es lo mismo que reconocer la existencia de una fuerte capacidad inversora en las diferentes ofertas diversificadas, que pueden ponerse en funcionamiento en toda clase de productos, destinos y servicios turísticos.

Se considera prioritario —en función de los resultados obtenidos durante el año 2020— aplicar sobre el modelo turístico actual un conjunto de actuaciones dinamizadoras del sistema. Y solo a modo de orientación es conveniente fijar con prioridad las cuatro actuaciones de política económica que se imponen aplicar tras los efectos negativos de la pandemia. En estos momentos, el modelo turístico requiere con prioridad, actuar sobre ciertos condicionantes básicos: a) mejora técnica y profesional de la capacidad y volumen del empleo; b) elevación de los rendimientos medios marginales de las estructuras productivas;

c) actualización del conjunto de las herramientas de *marketing*; y necesariamente, d) fortalecimiento de las actuaciones precisas, que permitan la utilización y el progreso en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación más avanzadas: *big data*, inteligencia artificial y procesos digitales

Puede hablarse de la existencia en la actualidad de cansancio en la evolución de ciertos mercados del Sector Turístico. Pero no cabe duda que existen numerosas actuaciones que podrán aplicarse con el fin de reducir el agotamiento de algunos factores promotores. Aquellos que se han originado en los últimos años por falta de imaginación, rigor y dedicación científica.

— El Turismo requiere en la actualidad para su recuperación y progreso mayor inversión en infraestructuras. Adecuando la oferta motivadora, la política formativa y estableciendo ciertos factores impulsores de un futuro turístico más eficiente y expansivo.

— Se hace necesario favorecer una oferta más regulada y dinamizadora, que deberá someterse a un proceso de mecanización y mejora. Exigiendo mayor capacidad de atracción de nuevos bienes y servicios. Puestos en valor tras la adecuada reforma y modernización.

— Es exigible de manera más científica la puesta en valor de recursos turísticos de variada naturaleza, actualmente ignorados.

— Deberá reducirse y condicionarse la capacidad receptiva de las áreas de recursos y productos turísticos masificados.

Se impone de manera decidida incorporar modelos innovadores de gestión y ordenación, que han de contribuir al crecimiento de los flujos turísticos habituales. Haciendo posible mayor capacidad de actuación, aumentando los rendimientos relativos de las diferentes modalidades turísticas.

Se considera que la importante capacidad de crecimiento que ofrece la actividad turística, garantizada en los excelentes resultados obtenidos en el pasado y en la posibilidad de que se

**Incorporar modelos innovadores de gestión que han de contribuir al crecimiento de los flujos turísticos**

alcance pronto su contribución a la formación del PIB (2015), una cuota del 13%, aconseja y justifica la oportunidad que el gobierno conceda al Turismo el reconocimiento de actividad económica principal; exigente de una política estratégica

en su desarrollo, o que se apruebe como una política turística de estado.

Se valora desde las instituciones públicas y privadas, redes y lobbies sociales, asociaciones y organizaciones empresariales y sindicales, centros educativos y formativos y agentes condicionados al desarrollo turístico, que debe promoverse el estatus del Turismo, en el ámbito de su estudio, como área universitaria de conocimiento.

El Covid-19, generando graves problemas y resultados catastróficos en 2020, exigirá al sector del Turismo español mantener una posición de recuperación de los mercados internacionales de fuerte influencia española. Actuaciones que han de ser decisivas, motivando estrategias de recuperación.

© Manuel Figuerola es profesor emérito de la Universidad Nebrija.

# OPINION

## NEXOTUR

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

**PRESIDENTE:** EUGENIO DE QUESADA  
**CONSEJERO DELEGADO:** CARLOS ORTIZ

**DIRECTOR**  
**EUGENIO DE QUESADA**

**DIRECTOR ADJUNTO:** CARLOS ORTIZ RODRIGO  
**COORDINADORA GENERAL:** MARGA GONZÁLEZ

**SECCIONES:** MIGUEL PRAGA LÍBANO (ESCAPARATE Y MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA BÁEZ (REUNIONES), DANIEL GALLEGU ALIAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), PAULA VACAS (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), GERGAÑA 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 CI-MET), CLAUDIO MEFFERT (SALONES Y FOROS FUTURALIA Y NEXOBUSINESS)

**NEXO**  
editores s.a.

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

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

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

NEXOTUR, PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA AGENCIA DE VIAJES, ES UN SEMANARIO INDEPENDIENTE DE LOS INTERESES DEL SECTOR TURÍSTICO  
® NEXOTUR ES UNA MARCA REGISTRADA DE NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)  
© COPYRIGHT: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO) / DERECHOS RESERVADOS

DÉPOSITO LEGAL: M-8043-2012 / IMPRESO EN ESPAÑA  
ISSN (INTERNACIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966  
TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

## ¿Ayudas (europeas) del Turismo?

**E**L SECTOR MIRA HACIA BRUSELAS. El desastre sin paliativos en que se ha convertido este año la temporada de verano ha puesto al Turismo contra las cuerdas. Y la evolución de la pandemia no permite abrigar esperanzas de que este invierno el Sector pueda empezar a reactivar las ventas.

Ante esta crítica situación, el Empresariado reclama un plan de emergencia, que el Gobierno vincula al fondo de ayuda diseñado por la Unión Europea para combatir la pandemia. Pero, ¿de qué o, mejor, de cuánto, estamos hablando?... Pues a la vista de la partida incluida en el proyecto de Presupuestos Generales, la partida que se destinaría al Turismo, en caso de que se aprueben las cuentas públicas y contando con el dinero procedente de Europa, ascendería en total a poco más de 1.000 millones de euros.

Una cifra ridícula en contraste con el rescate estatal a las cajas de ahorro, ya que sólo Bankia recibió más de 20 veces esta cifra. Y reflotar Air Europa, por ejemplo, exige la mitad del fondo de apoyo a las empresas estratégicas.

Pero lo peor de los recursos que el Gobierno presume de haber logrado de sus socios europeos no es la escasa cuantía del dinero que llegará al Turismo, sino que estos recursos que Europa destinará a proyectos concretos de digitalización o sostenibilidad, requieren que por cada euro que ponga Europa, el Sector ponga tres ...o cuatro. O lo que es lo mismo, para que un proyecto de digitalización acceda a fondos europeos, las empresas turísticas deben aportar el 70% del coste de la inversión a realizar. ¿Dónde está el apoyo anunciado por el Gobierno?...

Los créditos ICO, que se vendieron como una tabla de salvación para las empresas turísticas (y que ya se han utilizado en gastos corrientes), han endeudado al Sector.

Y el pretendido plan de ayuda europeo, si no cambia de forma sustancial, será consumido por grandes empresas (en su mayoría públicas u oligopólicas), que financiarán hasta un 30% de inversiones en planes de digitalización, por ejemplo, con cargo a las ayudas de Bruselas. Unos proyectos solo al alcance de las grandes compañías, como Amadeus.

Las pymes turísticas —mayoritarias en el tejido empresarial turístico español— sólo podrían acceder a las ayudas de Europa si las Organizaciones empresariales intermedias que las representan (como es CEAV y Grupos

comerciales en el Sector de agencias, o las demás Asociaciones de hoteleros, transportistas o restauración), pudieran impulsar proyectos de digitalización, reindustrialización o sostenibilidad... y eso no está contemplado.

Por duro que resulte aceptarlo, el Sector solo cuenta con sus propias fuerzas. Su futuro depende de una vacuna efectiva que permita volver a viajar. Y de su excepcional capacidad de adaptación y recuperación. Y, ojalá, de la sensibilidad y el apoyo de un Gobierno que, pese a la empatía de la ministra Reyes Maroto, sólo recibe agravios de los ministros de Podemos y buenas palabras de su presidente. Y o mucho cambian las cosas, o las ayudas de Bruselas serán sólo un espejismo, para un Sector del que depende buena parte de la economía en España.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

*El Gobierno debe transferir a las Organizaciones empresariales recursos para reactivar las pymes, adaptando los requisitos de las ayudas de Europa para combatir los efectos del Covid en la economía*

### ▲ CHECK-IN / CONGRESO DE TURISMO

#### UNAV, con el Sector

UNAV vuelve a demostrar por qué es la principal Asociación empresarial del Sector, además de la decana, al convocar el Congreso de Turismo 2020 en un momento en el que las agencias de viajes están en una situación de (casi) total desamparo. La recuperación del Sector y el apoyo a las agencias es el doble objetivo que asume la mayor cita anual del asociacionismo de las agencias españolas.

El 26 de noviembre tendrá lugar la vigesimotercera edición del Congreso Nacional de Turismo de UNAV, que se celebrará en una jornada de trabajo desde el Parador de Cádiz, con un formato híbrido, que se emitirá vía *streaming*. El evento se abrirá con un formato innovador: la entrevista que el director de NEXOTUR le hará a una figura clave de las agencias y del asociacionismo: Jesús Nuño de la Rosa, el exdirector general de Viajes El Corte Inglés que llegó a ser presidente del Grupo El Corte Inglés, y que en la actualidad preside el Consejo Rector de la Universidad Complutense de Madrid.

El presidente de UNAV, José Luis Méndez, explica a NEXOTUR que el objetivo de esta nueva reunión es "motivar a las agencias de viajes en estos momentos de horas bajas", habida cuenta de que "estamos casi tocando fondo, y ya no hay distinción entre receptoras y emisoras, por lo que el apoyo y la unión en estos momentos es imprescindible".

Entre los ponentes destaca el presidente de la CEOE, Antonio Garamendi; de la Asociación de Trabajadores Autónomos, Lorenzo Amor; la Mesa del Turismo, Juan Molas; y CEAV, Carlos Garrido. Todos apoyando a las agencias en su hora crítica.

### ★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Antonio Garamendi

El presidente de la CEOE se multiplica en su apuesta por el Sector Turístico. A la reunión con la Mesa del Turismo, celebrada el 11 de noviembre en el Centro de Convenciones del Meliá Castilla, ante 60 miembros del *lobby*, se



suma la participación en el Congreso de Turismo de UNAV en Cádiz el 26. Garamendi muestra así el firme apoyo de la gran Patronal al Turismo en contraste con los ataques que recibe de determinados miembros del Gobierno.

### ● LA CHISPA / Quique



### ▼ CHECK-OUT / TERCER TRIMESTRE

#### Las reservas aéreas caen al 18%

La presentación de resultados por parte del CEO de Amadeus permite constatar la magnitud del desplome de la actividad en las agencias de viajes no ya a nivel nacional, sino global: el número total de las reservas de Amadeus realizadas desde julio hasta septiembre a través de las agencias de viajes ha descendido en un 82%. O lo que es lo mismo, las reservas de las agencias han sido el 18% respecto del mismo periodo del ejercicio precedente.

Al margen de las pérdidas solo en el trimestre de Amadeus, evaluadas en 214 millones de euros, los datos del GDS líder en España muestran con toda crudeza la crisis que arrostra la intermediación en la venta de productos y servicios turísticos, en la temporada de verano de 2020. Una temporada catastrófica, que ha puesto al Sector en un brete.

Las palabras del consejero delegado de Amadeus, Luis Maroto, vienen a corroborar que los viajes mantuvieron unos niveles anémicos en el tercer trimestre, a causa de la pandemia de Covid-19, "si bien observamos una tímida mejora en el tráfico aéreo mundial en las distintas regiones, gracias al levantamiento de las restricciones a la movilidad en algunas partes del mundo", según aventura.

El tráfico aéreo basó su escasa actividad en los viajes domésticos, con un resultado "positivo durante el trimestre, dado que las reservas brutas compensaron las cancelaciones", según Maroto. Aunque nada dijo de los miles de reembolsos que siguen pendientes por billetes pagados y no volados. Ni de que la rentabilidad está en los vuelos de larga distancia, que brillan por su ausencia.

Con RIU Pro, las agencias pueden establecer una relación directa con RIU / Riu Pro opera en todo el mundo y con todo tipo de agencias de viajes / Nuestras herramientas están en constante evolución / Las agencias son nuestro principal canal de distribución / No es incompatible la venta directa y una relación saludable con la red de agencias

## «Tenemos que remar todos juntos para superar esta situación»

Senén Fornos / Director de Contratación y Marketing de RIU Hotels

El director de Contratación y Marketing para España, México y Latinoamérica de RIU Hotels & Resorts, Senén Fornos, ahonda en esta entrevista a NEXOTUR en la nueva herramienta RIU Pro, específica para las agencias de viajes y como contribuirá para su recuperación aportando nuevas funcionalidades que facilitarán su trabajo diario. Asimismo, analiza la situación del sector hotelero y indicará cuáles son sus previsiones para los próximos meses.

**P.- ¿En qué consiste RIU Pro? ¿De qué manera va a beneficiar a las agencias de viajes?**

**R.-** RIU Pro es una herramienta digital exclusiva para agencias de viajes. Durante estos meses de inactividad nos propusimos dotar a las agencias de viajes de una nueva herramienta donde integramos en una sola plataforma todo lo que un agente de viajes puede necesitar para desarrollar su actividad profesional de una manera global. Incorpora un potente motor de reservas en el que están todos nuestros hoteles vacacionales y urbanos donde las agencias de viajes pueden establecer una relación directa y sin intermediarios con RIU Hotels.

**P.- ¿Qué otro tipo de funcionalidades ofrece la plataforma?**

**R.-** Pues también ofrece acceso directo a Riu Partner Club, nuestro programa de fidelización exclusivo para las agencias gracias al cual se acumulan puntos por las ventas generadas a RIU que los agentes pueden canjear por estancias gratuitas en nuestros hoteles. Otra de las ventajas es el acceso directo a nuestro banco de imágenes y fichas técnicas. En este apartado los agentes tienen a mano todo tipo de información técnica que puedan llegar a necesitar para presupuestar y cerrar una venta en RIU Hotels con todo lujo de detalles, así como acceso a todas las fotos de nuestros establecimientos en alta resolución.

De esta forma, todo se encuentra en una misma web. Nuestro objetivo ha sido mejorar la experiencia de usuario del agente de viajes, que encontrará como principal beneficio el trato directo con nosotros. Será un trato más cercano y directo entre vendedor y hotel.

**P.- ¿Esta plataforma está dirigida a algún tipo de agencia de viajes en concreto? ¿Qué tiene que hacer una agencia para tener acceso a la herramienta?**

*Nunca había existido una crisis tan profunda y que haya afectado a todos los destinos a la vez*

*Por primera vez en la historia tuvimos que cesar la actividad hasta llegar a cerrar todos los hoteles*

**R.-** RIU Pro opera en todo el mundo y con todo tipo de agencias de viajes, ya sea tanto con grandes redes como pequeñas y medianas cadenas de agencias de viajes minoristas, así como agentes autónomos e incluso con *homeworkers*. Basta con darse de alta en la plataforma para acceder a todas las utilidades que presentamos.

**P.- Según comentan, esta herramienta facilitará el trabajo de los agentes. ¿En qué sentido? ¿De qué soluciones concretas pueden disponer y en qué consisten?**

**R.-** La más importante ya la he mencionado y es el trato directo entre la agencia y cualquiera de los 100 hoteles que RIU tiene en la actualidad. Tenemos mucha experiencia trabajando con las agencias, ya que RIU Pro es una evolución de la web RiuAgents que fue una de las pioneras dentro del ámbito digital.

**P.- ¿Piensan continuar introduciendo más recursos en la página web? ¿Tienen algo ya preparado?**

**R.-** Por supuesto. Nuestras herramientas están en constante evolución. Ahora estamos escuchando a las agencias de viajes y recibiendo los primeros *inputs* de retorno, que serán la base de las futuras mejoras que iremos incorporando más adelante.

**P.- Dejando a un lado la nueva página web, ¿cómo es su relación con el canal de distribución de las agencias de viajes?**

Poner fechas a la recuperación es un ejercicio tan difícil como inútil, ya que si algo hemos aprendido a lo largo de esta crisis es que las cosas pueden cambiar de un día para otro y la incertidumbre siempre está presente. Ahora mismo, nadie sería capaz de poner una fecha. Todo dependerá, según



**R.-** Creo que puedo decir que es realmente extraordinaria. Las agencias son nuestro principal canal de distribución. Ha sido así desde el nacimiento de nuestra empresa en 1953. En la actualidad, disponemos de 99 hoteles en 19 países y todo este crecimiento y desarrollo habría sido completamente imposible sin los miles de agentes de viajes que día tras día recomiendan nuestros productos en la confianza de que sus clientes retornarán de sus viajes con un alto nivel de satisfacción, ya que este es el objetivo nº1 de nuestra empresa. La satisfacción

del huésped. Esto unido a una excelente relación entre calidad y precio, conforma la base principal de nuestro desarrollo de negocio.

**P.- ¿Qué opina de aquellos hoteles que están apostando por la política de venta directa, dejando a un lado la distribución a través de las agencias de viajes? ¿Qué mensaje le trasladaría?**

**R.-** Pues yo les diría que no es para nada incompatible la venta directa y mantener una relación saludable con la red de agencias de viajes. Yo creo que ningún hotel puede sobrevivir y desarrollar su negocio solo con la venta directa.

Las ventas a través de ambos canales pueden convivir de manera conjunta y complementarse al mismo tiempo. Tan solo hay que establecer claramente las reglas de juego para todos los actores para que las agencias puedan aportar el valor añadido que se espera.

**P.- ¿Valora positivamente las ayudas que se están otorgando al Sector Turístico? ¿Qué tipo de medidas echa en falta?**

**R.-** Estamos inmersos en una crisis sin precedentes. Nunca una crisis fue tan profunda y había afectado a todos los destinos al mismo tiempo, y con más de 65 años de historia la cadena ha superado todo tipo de situaciones. Ahora mismo tenemos que remar todos juntos y luchar cada día por superar esta situación. Hay medidas, como la protección de los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE), que han sido esenciales para salvar a miles de trabajadores. A partir de aquí, veremos. Hay tanta incertidumbre que es difícil hacer una valoración. Ahora lo primordial será controlar la curva de contagios y tener la situación sanitaria controlada. Nosotros seguiremos trabajando.

**P.- ¿Cómo se encuentra el sector hotelero? ¿Qué soluciones están buscando desde RIU para paliar el impacto del Covid-19?**

**R.-** Esto nos ha afectado profundamente. Pasamos de la incredulidad por lo que estaba pasando a tener que empezar a cerrar nuestros hoteles. Por primera vez en nuestra historia tuvimos que cesar toda nuestra actividad hasta llegar a cerrar todos los hoteles RIU en todo el mundo. Inmediatamente después de los cierres, RIU se puso a trabajar en los protocolos de seguridad para poder retomar la actividad. Gracias a ello, en verano pudimos comenzar a abrir parte de nuestros hoteles. El mercado español jugó un papel esencial y especialmente las agencias de viajes, que aun cerradas, dieron soporte, consejo y gestionaron las vacaciones de muchos clientes.

**P.- ¿Qué impacto están teniendo los nuevos rebrotes? ¿Tienen esperanza de mejora para los próximos meses?**

**R.-** Ahora, con la segunda oleada, volvemos a pasar por un momento crítico, pero estamos esperanzados de que saldremos adelante. Actualmente el 50% de nuestros hoteles se encuentran operando. Con bajas ocupaciones, pocos clientes, pero mantenemos la operación del hotel para que agencias y turoperadores puedan seguir trabajando. Es cierto que la demanda es muy baja, pero nosotros somos responsables de que exista oferta que pueda atraer esa demanda. Estamos convencidos de que volveremos pronto a tener una normalidad y que la industria saldrá adelante y fortalecida.

## La recuperación continúa en el aire

Poner fechas a la recuperación es un ejercicio tan difícil como inútil, ya que si algo hemos aprendido a lo largo de esta crisis es que las cosas pueden cambiar de un día para otro y la incertidumbre siempre está presente. Ahora mismo, nadie sería capaz de poner una fecha. Todo dependerá, según

dicen los expertos, de la llegada, fabricación y distribución de la vacuna antiCovid-19.

Pero si miramos nuestros números y las reservas que tenemos ya en los hoteles, creo que tendremos un verano de 2021 razonablemente bueno, que podría llegar a ser el punto de inflexión de la curva hacia una recuperación total.



Senén Fornos

Me gustaría para terminar enviar desde RIU Hotels y en nombre de los 32.000 empleados que formamos la plantilla, nuestro total reconocimiento hacia la

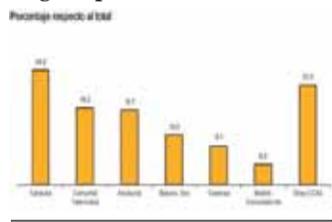
labor extraordinaria que han hecho los agentes de viajes para gestionar de manera eficiente todo lo que ha conllevado esta pandemia. Consideramos que en unas condiciones muy difíciles y lidiando con numerosas problemáticas han estado más que a la altura de las circunstancias que se exigían.

# ESCAPARATE

## Las llegadas y el gasto turístico siguen hundidos

En septiembre el número de visitantes a España se redujo un 87,1%, con 1,1 millones de llegadas. El gasto también continúa a la baja, cayendo un 90%, con un desembolso de 967 millones de euros. **Pág 48**

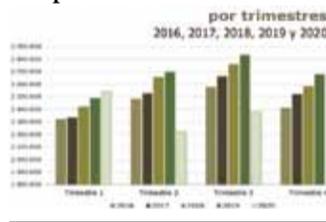
### Llegadas por Comunidades destino



## El número de ocupados en agencias cae un 17%

Ha disminuido el número de ocupados en todas las actividades turísticas. Los ocupados en los servicios de alojamiento caen un 27,4%, en el transporte de viajeros un 14,1% y en agencias de viaje un 17%. **Pág 48**

### Ocupados en el Sector Turístico



## Los viajes internacionales descienden en un 65%

WTTC ha revelado que los viajes internacionales han caído 65%, mientras que a nivel doméstico se han reducido en 33%, debido a los efectos negativos de la pandemia a nivel global. **Pág 6**

## PRONTUARIO

### Unidos llegaremos más lejos

**A**NTE LA PROLIFERACIÓN de hoteles que ponen a disposición de los consumidores precios a los que no pueden acceder las agencias, incluso en algunos casos ni aunque descontasen su margen comercial, queremos dar un toque de atención a los hoteleros que están aplicando esta política comercial, pues están perjudicando a un sector que tal vez haya sido el que más les ha ayudado a posicionarse hasta la fecha y, en consecuencia, se están perjudicando a sí mismos. Queremos señalar a los operadores, tanto de turoperación, aéreas y marítimas, de ferrocarril y hoteleras, que cuando realizan



⇨ P. FERNÁNDEZ

publicidad directa, no debieran olvidar mencionar en la misma que también se pueden reservar tales productos en las agencias.

En esta pandemia, las agencias han demostrado que los clientes que habían reservado sus viajes en las mismas, se han visto mucho más respaldados. Aún a día de hoy, no paran de reclamar el dinero de los viajes que se tuvieron que cancelar. Dinero que, inexplicablemente, en no pocos casos todavía tienen retenido algunos operadores y compañías aéreas.

Ese respaldo constituye parte del valor añadido de contratar las vacaciones en una agencia y es más valorado que nunca por los clientes. El prestigio que se han ganado las agencias es y será el mejor punto de partida para el cliente final, que acudirá sin dudar a una agencia de viajes a reservar sus próximos viajes. Sugérenos, por tanto, encarecidamente, a todos aquellos hoteles y operadores, que eviten saltarse el canal de distribución de las agencias de viajes, pues consideramos que la multicanalidad es mucho más productiva para todas las partes. Juntos sumamos.

⇨ Prisciliano Fernández es presidente del Grupo Gea.

# UNAV celebrará su Congreso de Turismo con el foco en 'motivar a las agencias de viajes'

Méndez: 'Tenemos la certeza de que todos están contentos de participar, y se nota que hay ganas de seguir en la lucha'

Por vez primera en sus 43 años de historia, la entidad decana de las agencias de viajes organizará su congreso vía *streaming* desde el Parador

de Cádiz, en una jornada de mañana y tarde. El nuevo Congreso de Turismo de UNAV llega en un momento en el que las agencias de viajes

están en estado crítico. Por ello, enfocarán el evento en el apoyo a las mismas y en otros temas que contribuirán a su recuperación.

La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) ha anunciado que el 26 de noviembre tendrá lugar su XXIII edición del Congreso de Turismo, que se celebrará en una jornada de trabajo desde el Parador de Cádiz, con un formato híbrido, que se emitirá vía *streaming*. El presidente de la Asociación, José Luis Méndez, ha explicado a NEXOTUR que el objetivo de esta nueva reunión es "motivar a las agencias de viajes en estos momentos de horas bajas". Alega que "estamos casi tocando fondo, y ya no hay distinciones de receptoras y emisoras, por lo que el apoyo y la unión en estos momentos es imprescindible".



José Luis Méndez

habría que reactivar el Turismo en la era pos-Covid o cómo debería de ser el marco regulatorio y legal para abordar los problemas que se han identificado durante la crisis. Asimismo, debatirán sobre cómo serán los nuevos viajeros, que tendrán que hacer los destinos para proyectar su 'nueva normalidad' o cómo gestionar en un entorno de incertidumbre.

De la misma manera, Méndez ha avanzado a este periódico, que una de las mesas tendrá como ob-

jetivo la modificación de la Ley de Viajes Combinados. El presidente alega que "en estos momentos de pandemia se ha demostrado que no estaba adecuada a las necesidades". Además, reivindicarán la solución de la problemática de los reembolsos de los proveedores y lanzarán "un mensaje de futuro de que podemos ejercitar la formación de cara al futuro con destinos sostenibles". Concretamente, pondrán el foco en que "cuando se solucione el tema sanitario debemos estar lo más preparados posibles".

Finalmente, en declaraciones a este diario, el presidente de UNAV

no augura un futuro próspero para el Turismo y para las agencias de viajes en concreto. Lamenta que "en estos momentos, un tercio de las agencias tienen el cierre echado, y todo apunta a que durante los próximos meses todo no hará más que empeorar". No obstante, "estamos convencidos de que las conclusiones que se deriven de este evento, podrán contribuir a los cimientos de la reconstrucción del Turismo en nuestro país", señala Méndez, destacando que "tenemos la certeza de que todos los invitados están contentos con participar, y se nota que hay ganas de seguir en la lucha".

## Se ha organizado un programa muy diverso, en el que tendrán presencia importantes figuras del Sector

Se analizará, entre otros temas, cómo habrá que reactivar el Turismo en la era postCovid

El congreso, que cuenta con la Presidencia de Honor de SM el Rey, don Felipe VI, será inaugurado por el vicepresidente de la Junta de Andalucía, Juan Marín, y por el presidente de UNAV, además de los responsables del Patronato de Turismo de Cádiz. En su planteamiento se han primado las medidas de seguridad y protección impuestas por las autoridades sanitarias, en particular en lo relativo a los aforos y distancia social, por lo que algunas partes de su programa se desarrollarán en remoto o desde la sede de CEIM, en Madrid.

UNAV ha organizado un programa muy diverso, en el que tendrán presencia importantes figuras del Sector Turístico, que abordarán desde distintas ópticas la situación en la que se encuentra el Turismo tras el impacto del coronavirus.

Entre los nombres que participarán figuran, entre otros, el



presidente del Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid, Jesús Nuño de la Rosa; el subdirector general de Cooperación y Competitividad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo, Eduardo Fernández Palomares; el presidente de CEOE, Antonio Garamendi; el presidente de CEIM, Miguel Garrido; el presidente de la Asociación de Trabajadores Autónomos, Lorenzo Amor; el presidente de la Mesa del Turismo, Juan Molas, y el presidente de CEAV, Carlos Garrido.

### El papel del Sector

Habrán entrevistas, mesas redondas, encuentros digitales y charlas e intervenciones temáticas,

siguiendo el modelo TED, que tuvieron una gran acogida en la pasada edición. Incluso se ha previsto una sesión de *networking* digital con empresas y proveedores turísticos locales de la provincia.

Se analizará el papel del Sector en la economía, los aspectos que cambiarán a partir de ahora en la industria, cómo habría que reactivar el turismo en la era postcovid o cómo debería de ser el marco regulatorio y legal para abordar los problemas que se han identificado durante la crisis. Cómo serán los nuevos viajeros, que habrán de hacer los destinos para proyectar su 'nueva normalidad' o cómo gestionar en un entorno de incertidumbre serán asuntos que igualmente se tratarán. La sostenibilidad ocupará asimismo una parte de las sesiones. A la clausura ha sido invitada la ministra de la ministra de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España, Reyes Maroto.

# El Sector Turístico considera 'insuficiente' la dotación del Gobierno en los presupuestos

Garrido: 'Otros mercados competitivos puedan aprovecharse de esta situación para quitar el liderazgo en Turismo'

Las principales asociaciones del Sector Turístico valoran negativamente la presencia del Turismo en los Presupuestos Generales del Estado (PGE). Opinan que la

importancia del Sector para la economía del país debe traducirse en una mayor cantidad de ayudas. Para el presidente de CEAV, la dotación de 1.300 millones de

euros "es claramente insuficiente teniendo en cuenta que España es un país que depende del Turismo y los efectos de la pandemia han paralizado la actividad turística".

Descontento general en el Sector Turístico ante la partida destinada al Turismo en los PGE presentados ayer por el Gobierno. El presidente de CEAV, Carlos Garrido, señala a NEXOTUR que la dotación de 1.300 millones de euros "es claramente insuficiente teniendo en cuenta que España es un país que depende del Turismo y los efectos de la pandemia han paralizado la actividad turística". Debido a esta baja consideración, Garrido teme que "otros mercados competitivos puedan aprovecharse de esta situación para quitar el liderazgo en Turismo y mermar los ingresos futuros de esta industria". Asimismo, lamenta que sigan sin implementarse medidas específicas para las agencias de viajes.

En este sentido, el presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martí Sarrate, explica a este periódico que estos proyectos "representan solo un 0,2% del total del presupuesto nacional y un 0,5% de presupuesto total". Así, opina que "el Turismo tendría que tener una partida exclusiva debido a su aportación al Producto Interior Bruto (PIB) (13%) y a la empleabilidad (14%). En definitiva, Sarrate no ve "que se hayan sensibilizado con la situación, que cada vez más va empeorando, lo que está retrasando su recuperación", alegando que las pérdidas ascienden a los 107.000 millones de euros, y las ayudas han sido solo de 30.000 millones.

Por su parte, el presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Méndez, indica que "cualquier inversión que se hace en el Sector Turístico, el Estado se recupera con creces ese dinero", por lo que cree que invertir en el Turismo "no hay que conceptualizarlo como un gasto". A este respecto, advierte que "tras meses resistiendo, nuestro Sector va agotándose, y lo peor es que las expectativas no mejoran, sino todo lo contrario, por lo que necesitamos una máxima ayuda".

## Nuevo escollo

Por otra parte, el Gobierno aprobó en el día de ayer un estado de alarma que estará vigente hasta el próximo 9 de mayo, siendo revisado cada dos meses. Este periodo abarca fechas tan señaladas para el Sector como la campaña de Navidad o la Semana Santa, festividades que podrían verse truncadas si el Ejecutivo decidiese imponer restricciones para evitar las salidas masivas de viajeros. A este respecto, Carlos Garrido señala a este diario que esta situación "está creando una sensación muy

negativa en el mercado, volviendo a provocar un parón total en la actividad de las agencias". Igualmente, critica el cambio constante en los criterios, la confusión generalizada y la sucesión de malas noticias.

Finalmente, Méndez cree que "carece de sentido anunciar a tan largo plazo sin saber cómo se va evolucionando la situación". "Entendemos que la situación es delicada, pero debería de tomar decisiones según vengamos los acontecimientos", añade. En esta misma línea, Sarrate lamenta que "si había alguna esperanza de poder reactivar viajes para la campaña de Navidad, Final de Año y Semana Santa, quedan totalmente descartadas". Además, coincide en que acelera el miedo psicológico a viajar por esta continuada improvisación y transmitiendo una información totalmente alarmista y que trastoca todos los planes de poder sobrevivir a esta situación tan complicada". Así, su impresión "es que el posible inicio del Turismo será en la campaña de verano 2021, si se han tomado todas las medidas necesarias".

## Sectores paralizados

El secretario general de la Mesa del Turismo, Carlos Abella, considera que los Presupuestos Generales del Estado vuelven a transmitir "la sensación de que el Gobierno no contempla al Turismo como un Sector

estratégico para la recuperación". Así, los tilda de "insuficientes", mostrando incompreensión al respecto, ya que explica a NEXOTUR que "el apoyo al Turismo no solo beneficia al Turismo sino a toda la economía española". "Hay sectores paralizados por el Turismo, como el taxi o la hostelería, y cualquier dotación va a repercutir en el resto de sectores económicos", añade.

Del mismo modo, pese a que celebra que haya habido un incremento de la partida hacia la promoción turística, apunta que "no se ha contemplado las ayudas necesarias para el Sector simplemente para sobrevivir", haciendo referencia a la falta de ayudas directas. A este respecto, Abella comparte la opinión del resto de compañeros del Sector, alegando que "si se ayuda de manera directa al Turismo, este tirará del carro y le va a devolver todos y cada uno de los euros invertidos".

Igualmente, lamenta la falta de inclusión en el reparto de fondos europeos, calificando como "baja" la dotación de 1.708 millones para el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Así, explica que el Sector Turístico "ha aportado más de 46.000 millones de saldo neto a la balanza", por lo que tampoco entiende por qué se tiene en cuenta tan poco a un Sector tan importante para España.

Por otra parte, el secretario general de la Mesa del Turismo ha califi-



Con estos presupuestos existe un temor a perder competitividad.

cado el Estado de alarma durante seis meses, aprobado la pasada semana, como "otra mala noticia", comentando a este periódico que causó que todos los viajes que estaban previsto para el pasado puente de noviembre, quedasen cancelados. Además, considera que esta situación no hace otra cosa que provocar que "nadie vaya a planificar un viaje sabiendo que hay un estado de alarma hasta mayo". Igualmente, explica que "se está generando tal confusión que los agentes de viajes no saben si pueden si sus clientes pueden salir de su destino vacacional".

Del mismo modo, lamenta que medidas como la tomada por Ale-

mania, de aplicar un nuevo confinamiento y prohibir las estancias en hoteles "afectan de forma considerable". Por este motivo, Carlos Abella insiste en sus demandas de una medida de coordinación europea, para evitar que cada país tome sus decisiones de forma independiente cuando estamos en el marco de la Unión Europea (UE). Finalmente, en el caso de España, señala que "los políticos están ahí para buscar el equilibrio entre sanidad y economía, con expertos que sepan conjugar ambos factores". "Sin salud no hay economía, pero sin economía no hay salud", concluye.

## Valdés ensalza el valor de Presupuestos generales del Estado para el Sector

El secretario de Estado asegura que desde 2013 no se hace una contribución similar

El secretario de Estado de Turismo, Fernando Valdés, ha destacado la importancia de los recientemente presentados Presupuestos Generales del Estado (PGE) para el Turismo. "Nunca antes en la historia de este país se ha destinado tanto presupuesto público al Turismo", señala, alegando que "prácticamente cuadruplica la asignación realizada en cada ejercicio presupuestario desde 2013". Igualmente, la ministra de Turismo, Reyes Maroto, ha apuntado que "son unos presupuestos necesarios para modernizar nuestro modelo productivo y hacerlo más resiliente, sostenible y digital".

En este sentido, desde el Ejecutivo han recordado que el presupuesto para el año 2021 asciende a 1.349,5 millones de euros, lo que supone un incremento de 1.036

millones, respecto al presupuesto prorrogado de 2018.

## Sostenibilidad

Así, se destinan 15 millones para la creación del Sistema de Sostenibilidad Turística Integral, y aumentan en 1.108 millones de euros, hasta los 1.167 millones, las transferencias de capital en materia turística. Además, se aumenta hasta los siete millones, las actuaciones de promoción digital del Turismo en España, el impulso de la innovación y el conocimiento, Destinos Turísticos Inteligentes, el apoyo al emprendimiento y a la internacionalización de la pyme turística española.

Asimismo, aparecen créditos por 446 millones que dan soporte a acciones en el marco del fomento de la economía circular



El secretario de Estado de Turismo, Fernando Valdés.

en el Turismo (50 millones), del mantenimiento y rehabilitación sostenible de bienes inmuebles patrimonio histórico de uso turístico (150 millones), de la estrategia de

resiliencia turística de Canarias, Baleares, Ceuta y Melilla (46 millones), del plan de transformación digital del modelo turístico (64,6 millones), etc.

## CEOE: 'El Turismo no es un Sector sustitutivo'

El director de Economía de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Gregorio Izquierdo, ha puesto en valor la importancia del Turismo para la economía española, en un encuentro organizado por Servimedia. Considera "que no es un Sector sustitutivo", señalando que es uno de nuestros servicios más importantes y "que se puede exportar hacia el exterior".

## 'Nos hemos topado con un muro', destaca IATA

La Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) alerta de los nuevos brotes de Covid-19 han provocado en septiembre la demanda continúe muy retraída. Según informan, el tráfico aéreo total fue un 72,8% inferior respecto a septiembre de 2019 y la capacidad se redujo un 63% en comparación con el año anterior y el factor de ocupación cayó 21,8 puntos porcentuales a 60,1%.

## OMT y OMI, juntas por el sector de los cruceros

En una declaración conjunta emitida el 5 de noviembre, la Organización Marítima Internacional (OMI) y la Organización Mundial del Turismo (OMT) destacan la importancia del sector de los buques de crucero para la economía mundial. El sector de los cruceros mantiene 1,2 millones de puestos de trabajo y genera 127.000 millones de euros para la economía mundial cada año.

## La nueva asociación de Eurorutas se llama EAS

El grupo Eurorutas, "con la finalidad de hacerse visible ante las Administraciones Públicas", ha decidido constituir una Asociación de ámbito nacional. Su finalidad no es sino "hacerse oír, siendo su uno de sus objetivos fundamentales a corto plazo poder defender sus posturas ante el Comité de Transporte, cuya revisión de porcentajes de representación se efectuará en abril de 2021".

# El Ejecutivo central otorgará las ayudas solicitadas a Air Europa ante su grave situación económica

La compañía aérea perteneciente a Globalia 'es esencial para la conectividad', asegura Montero

La portavoz del Gobierno, María Jesús Montero, ha anunciado la aprobación del rescate de Air Europa, por 475 millones de euros, alegando que "la aerolínea supone el 18% de los ingresos de la cifra global del conjunto de las compañías aéreas españolas, por lo que presta un servicio esencial para la conectividad de España y para el Sector Turístico". La aerolínea pidió estas ayudas en septiembre, debido a la notable caída del tráfico aéreo por el Covid-19. Finalmente, han conseguido 75 millones más

que los 400 solicitados en primera instancia, debido al empeoramiento de la situación en este tiempo.

### Amortizar préstamos

Así, la también ministra de Hacienda ha explicado que el respaldo público se canaliza en primer lugar por un préstamo participativo de 240 millones y, en segundo, por un préstamo ordinario de 235 millones. A este respecto, dispondrán de seis años como plazo máximo para amortizar

los préstamos. La Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), que ha dado luz verde al plan de viabilidad presentado, entrará en el consejo de administración de Air Europa, lo que la permitirá gestionar diversos aspectos de la compañía aérea, como regulaciones de empleo.

Por otra parte, desde el Sindicato Español de Pilotos de Líneas Aéreas (Sepila) han celebrado esta decisión desde sus redes sociales. "Satisfechos con la noticia del rescate de por parte del Estado, a la espera

de ver cómo se concreta el plan de viabilidad de la compañía para los próximos años", explican, destacando que es una empresa "estratégica para nuestra economía, y su supervivencia era imprescindible para seguir garantizando que España siga siendo uno de los principales centros de conectividad aérea en el mundo". "Ahora toca trabajar juntos, para que la fortaleza de Air Europa siga repercutiendo en el bienestar y la salud de nuestra aviación, nuestra economía y sus trabajadores", concluyen.



La portavoz del Gobierno, María Jesús Montero.

## Nuevos seguros COVID-19 Exclusivos Agencias de Viaje



Las mejores coberturas y servicios para que tus clientes viajen con **total tranquilidad, pase lo que pase**

En **aonagencias.es** te lo ponemos fácil para que tus clientes puedan seguir viajando con tranquilidad. Descubre los seguros más completos para hacer frente a cualquier imprevisto causado por el COVID-19. **Incluyen coberturas como la enfermedad por COVID19, la cuarentena médica, la declaración de estado de emergencia y el aviso de cierre de fronteras.**

Podrás encontrarlos en la sección de **productos destacados**.★ No olvides marcarlos como **favoritos**♥ para tenerlos siempre a mano.

El mejor seguro para tus viajes por España y tus escapadas por Europa

### Vacacional COVID

- Gastos médicos hasta 4.500 €
- Convalecencia en el hotel 90€/día (máx 10 días)
- Regreso anticipado
- Gastos de anulación de viaje hasta 1500 €

Desde 7,07€/persona

El mejor seguro para tus grandes viajes en dos modalidades

### Asistencia COVID

- Gastos médicos hasta 100.000 €
- Regreso anticipado
- Convalecencia en el hotel 150€/día (máx 20 días)
- Reembolso de vacaciones no disfrutadas

Desde 17,75€/persona

### Asistencia y Anulación COVID

Válido para grupos

- Gastos médicos hasta 100.000 €
- Regreso anticipado
- Convalecencia en el hotel 150 €/día (máx 20 días)
- Anulación por enfermedad COVID19 hasta 3.000€

Desde 18,64 €/persona

[www.aonagencias.es](http://www.aonagencias.es)

E-mail: [booking.seguros@aon.es](mailto:booking.seguros@aon.es) Teléfono Booking: 900 373 875

Seguros sujetos a normas de contratación. Aon Gil y Carvajal, S.A. Correduría de Seguros. Sociedad Unipersonal. Inscrita en el R. Mercantil de Madrid. Hoja M-19857, Tomo 15321, Folio 133. N.I.F. A-28109247. Inscrita en el Registro Especial de Sociedades de Correduría de Seguros con la clave F-107. Capacidad financiera y Seguro de Responsabilidad Civil concertado según lo previsto en la Ley de Distribución de Seguros.

**AON**  
Empower Results®

## Se prevén pérdidas de 174 millones de empleos

Si se mantienen las restricciones en los viajes internacionales, alrededor de 174 millones de puestos de trabajo estarían en riesgo. Así lo manifiestan desde el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), que a través de un estudio reduce en 23 millones la estimación anterior, debido principalmente al retorno de los viajes nacionales en países como China.

## OMT y Atrevia impulsan el Turismo en África

La Organización Mundial del Turismo (OMT) y Atrevia trabajarán en la promoción del destino África, debido a que la consultora se ha proclamado ganadora en el Inspiration Africa Branding Challenge organizado por la OMT, gracias a su campaña 'Ubuntu: Africa invites you to live'. Así, pretenden reunir todos los atributos del continente en un mismo concepto.

## El 66% de los usuarios se siente seguro al viajar

Un estudio de Nuba revela que más de un 92% de los encuestados afirma haber viajado en los últimos tres meses. Los datos dicen que, frente a un 34% que sí ha sentido la inseguridad en sus viajes, un 66% no lo ha hecho, datos que parecen estar relacionados con la recomendación por parte de los propios clientes de viajar, casi un 70% que dice que sí, frente a un 33% que dice que no.

## Ostelea toma parte en la nueva edición del TIS2020

El Tourism Innovation Summit 2020, que se celebrará en Sevilla del 25 al 27 de noviembre, contará con la participación de investigadores y docentes del claustro de Ostelea Tourism Management School en las sesiones del congreso tecnológico. La participación del centro universitario contribuirá a la formación de líderes, directivos y técnicos en Turismo.

# Alojamientos y transporte se consolidan como lugares de bajo riesgo de contagio por Covid-19

Los ciudadanos creen que los elementos del viaje que más van a cambiar a raíz de la crisis sanitaria serán los destinos y tipo de viaje

El nivel de seguridad sanitaria de los alojamientos ha sido calificado por los turistas con un 7,9, mientras que la higiene se puntúa con un 8,3 y el control de aforos con un 7,6, como se

desprende del último barómetro elaborado por Braintrust. Igualmente, la seguridad en los medios de transportes a los destinos se puntúa con un 7,3, mientras que la higiene ob-

tiene un 7,6 y el control de aforos un 6,8. Por otro lado, los ciudadanos creen que los elementos del viaje que más van a cambiar serán los destinos (53%) y tipo de viaje (43%).

Las medidas de seguridad en los medios de transporte y el tipo de alojamiento reciben buena nota por parte de los viajeros, según el nuevo Barómetro de Braintrust. Así, el nivel de seguridad sanitaria de los alojamientos ha sido calificado por los turistas con un 7,9, mientras que la higiene se puntúa con un 8,3 y el control de aforos con un 7,6. Midiendo esta experiencia por tipo de alojamiento, el mayor nivel de seguridad sanitaria lo han percibido los visitantes de hoteles de playa y hoteles pequeños (8,1).

Igualmente, la seguridad en los medios en que los turistas se desplazan a los destinos se puntúa con un 7,3, mientras que la higiene obtiene un 7,6 y el control de aforos un 6,8. El tren y el autobús obtienen las mejores calificaciones tanto en seguridad sanitaria (7,6 y 8 respectivamente) como en higiene

(7,8 y 7,9) y también en el control de aforos (7,1 y 7,5). Por su parte, las aerolíneas tradicionales y también las *low cost* son las que mayor recorrido de mejora presentan.

Como publicó NEXOTUR, la consultora ya informó en el último Barómetro de que solo un 0,7% de los viajeros han sufrido algún contagio durante sus vacaciones, por lo que estos nuevos resultados vuelven a consolidar la posición del Sector en materia de seguridad sanitaria. "Nos va a tocar convivir con el Covid-19 durante un tiempo, pero en España contamos con un Sector Turístico muy preparado para recibir a los viajeros y hacerles sentir casi tan seguros como en casa", explicó entonces el director del Barómetro, Ángel García.

En este sentido, el propio Ministerio de Sanidad también corrobora este bajo riesgo de contagio en sus

datos. Como avanzó este periódico, desde el fin del proceso de desescalada, los casos positivos en el ámbito turístico solo ascienden hasta los 713, con solo 113 brotes. La mayoría de estos casos se han producido en los viajes extracomunitarios o vacacionales, con 525 y 88 brotes. Asimismo, en los establecimientos hoteleros y en los alojamientos turísticos solo se han notificado 127 casos desde el pasado 21 de junio.

### Cambios en los viajes

Por otra parte, según el nuevo Barómetro de Braintrust los ciudadanos creen que los elementos del viaje que más van a cambiar a raíz de la crisis sanitaria serán los destinos (53%) y tipo de viaje (43%), seguidos de los medios de transporte y tipo de alojamiento (40%).

Además, estos turistas cuya forma de viajar se va a ver afectada por la pandemia, van a preferir destinos con menos aglomeraciones (68%) y menos riesgo sanitario (65%); tipos de viaje relacionados con naturaleza y montaña (93%); alojamientos rurales (84%) y hoteles pequeños (73%); y como forma de desplazarse, el coche propio (96%).

Para el codirector del Barómetro Turístico Braintrust y socio responsable de estudios y modelos cuantitativos, José Manuel Brell, "la pandemia estará con nosotros un tiempo razonable, por lo que adaptar la oferta a las necesidades sanitarias será muy valorado por los viajeros, que quieren seguir viajando". "En ese sentido medir la experiencia de cliente se ha convertido en una prioridad, más si cabe que en los tiempos anteriores al Covid-19, y esa



El 53% cree que los destinos cambiarán.

es nuestra recomendación al Sector, medir y comunicar la percepción de los viajeros para seguir creando confianza, factor clave para la reactivación de la industria", añade.

## DRV alerta de que el Turismo sufre un nuevo bloqueo en Alemania

Podrán seguir vendiendo, ya que no se ha producido un cierre de fronteras

La Asociación Alemana de Viajes (DRV) avisa de que el Sector Turístico alemán está al borde de un nuevo colapso. Explican que, pese a que en la temporada de verano parecía haber un repunte, la situación vuelve a parecerse a la de marzo y abril. Las pérdidas aumentan cada mes y hay cientos de miles de puestos de trabajo en juego en 2.300 operadores turísticos y 11.000 agencias alemanas. Por ello, el Sector se manifestó en Berlín para ilustrar la dramática situación.

Y es que el aumento de los casos Covid-19 en Alemania les ha obligado a implantar unas nuevas medidas de confinamiento. A este respecto, el mayor impacto se verá reflejado en los hoteles, ya que el gobierno ha prohibido cualquier tipo de alojamiento en los mismos. Sin embargo,



Norbert Fiebig

las agencias y demás empresas comercializadoras de viajes podrán seguir vendiendo, ya que no ha habido un cierre de fronteras, dejando abierto entre otros los corredores hacia Canarias. No obstante, desde DRV esperan una caída en las ventas de más de 28.000 millones de euros para los operadores turísticos y agencias desde marzo hasta finales de año. Esto supone un descenso en las ventas del 80%.

El presidente de DRV, Norbert Fiebig, critica que "si el gobierno federal obliga a la industria a bloquearse mediante un curso en zigzag sobre las reglas de prueba y cuarentena o mediante el caos en relación con la prohibición de alojamiento, también debe garantizar el apoyo económico adecuado". Por ello, pese a que agradecen las

medidas de ayuda otorgadas, cree que "la crisis no terminará el próximo año", y piden medidas futuras diseñadas con sensatez y adaptadas a las necesidades especiales del Sector Turístico hasta más allá de mediados de 2021".

### Más ayudas

Desde DRV insisten en ayudas para que los puestos de trabajo se conserven. Crean que es necesario un reembolso de los salarios de los empresarios para asegurar su sustento. "Las empresas unipersonales autónomas con y sin asalariados podrían recibir un salario de emprendedor a tanto alzado como un subsidio al costo operativo que no se deduce de la garantía básica", señalan. Además, apuntan que el límite de las ayudas puate en 50.000 euros al mes debe ser modificado, ya que "no es suficiente para las medianas empresas".

## Maroto: 'Turismo aboga por corredores de ámbito nacional'

La ministra de Turismo, Reyes Maroto, en la XIV edición de los premios de Hostelería de España, ha mostrado su interés por extender los corredores turísticos al resto de destinos de la Península. No obstante, ha advertido que esta medida solo se llevará



Reyes Maroto

a cabo siempre y cuando la evolución de la pandemia lo permita. Asimismo, ha afirmado que está analizando ampliar los periodos de carencia y de amortización de los créditos ICO para que los negocios que sean viables, puedan mantener la actividad y atender los reembolsos previstos cuando se recupere la normalidad. "La voluntad del Gobierno es que estas medidas permanezcan hasta cuando sea necesario porque se han mostrado eficaces ya que permiten dar confianza y certidumbre mientras se controla la pandemia", ha destacado.

En este sentido, la ministra también ha adelantado la puesta en marcha de un plan, en colaboración con el Ministerio de Trabajo y Economía Social, para formar a más de 70.000 trabajadores y trabajadoras del Sector Turístico, especialmente de la hostelería, a través de la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE). "Es imprescindible la colaboración y los consensos para adoptar medidas que consoliden y aceleren la recuperación del Sector", ha subrayado, haciendo referencia a la grave situación que atraviesa el Turismo, y por consiguiente, la hostelería. El plan busca consolidar las medidas, relativas al empleo, creadas y puestas en marcha tras el surgimiento de la crisis provocada por la Covid-19; y potenciar el proyecto 'Digitalízate'.

# La cifra de ocupados en agencias cae un 17% en el tercer trimestre

El porcentaje de parados sobre activos en actividades turísticas fue del 17,3%

En este trimestre del año la economía española ha registrado 697 mil ocupados menos con respecto al mismo trimestre del año anterior, de los cuales el 65% corresponden a las actividades características del Turismo. Se ha alcanzado la cifra de 2.379.053 ocupados vinculados a actividades turísticas, lo que significa un descenso interanual del 16% y supone 453.568 empleados menos que en el mismo trimestre del año anterior. Los ocupados en el Sector han constituido el 12,4% del empleo total en la economía española.

En la economía nacional la tasa de paro se ha situado en el 16,3%, mientras que el porcentaje de parados sobre activos en actividades turísticas fue del 17,3%, cifra superior a la del mismo trimestre del año anterior y con la que se encadenan cinco trimestres consecutivos de aumentos. Asimismo, los asalariados del han disminuido (-19,4%), mientras que los autónomos han aumentado (1,4%).

Los datos recogidos no incluyen como parados a los trabajado-

res afectados por Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) cuando existe una garantía de reincorporación al puesto de trabajo una vez finalizado el periodo de suspensión como consecuencia del coronavirus. De acuerdo con las recomendaciones de organismos internacionales, estos trabajadores se consideran ocupados a efectos de su clasificación en la EPA.

## Por ramas y Comunidades

Ha disminuido el número de ocupados en todas las actividades turísticas. Entre los componentes de estas actividades se encuentran los ocupados en hostelería (-19,3%), debido a la evolución negativa tanto de los servicios de comidas y bebidas (-16,5%) como de los servicios de alojamiento (-27,4%). En el transporte de viajeros la contracción fue del 14,1% y en agencias de viaje del 17%.

De otro lado, en el tercer trimestre el número de ocupados en todas las Comunidades autónomas, destacando los descensos de Canarias (-31%),



En alojamiento cae más del 27%.

Extremadura (-26%), Cantabria (-25,9%) y Ceuta y Melilla (-25,5%). Aragón (-2,8%), Castilla-La Mancha (-3,5%) y La Rioja (-4,1%) fueron las Comunidades donde menos disminuyeron los ocupados con respecto al mismo trimestre del año anterior. En el conjunto de la economía el número de ocupados evolucionó desfavorablemente en casi todas.

# WTTC: 'Los viajes internacionales disminuyen un 65% por la pandemia'

El Consejo Mundial de Viajes (WTTC) ha revelado que los viajes internacionales han caído 65%, mientras que a nivel doméstico se han reducido en 33%, debido a los efectos negativos de la pandemia. Por ello, "es fundamental el trabajo coordinado



Gloria Guevara

entre empresarios y autoridades, que permita salir adelante de esta crisis. La recuperación de la actividad turística demanda de una cooperación global sin precedente, que permita la reactivación segura y coordinada", ha señalado la presidenta y CEO del WTTC, Gloria Guevara, en la feria virtual 'ASONAHORES 2020', organizada por la Asociación de Hoteles y Turismo de la República Dominicana. "Se han perdido 142,6 millones de empleos a nivel global", añade.

"Una crisis sin precedente, requiere de una colaboración sin precedente, por ello hemos propuesto ante el G20 un plan de recuperación de 100 millones de empleos, a través de compromisos asumidos por la iniciativa privada y los gobiernos, que permitan retomar de manera segura los

viajes y el turismo", resalta. Asimismo, ha asegurado que WTTC promueve cuatro principios globales para la recuperación: un enfoque internacional coordinado, que incluya la reapertura de fronteras, la remoción de barreras y el establecimiento de puentes aéreos; la realización de pruebas rápidas para la detección del virus; la adopción de protocolos de salud, higiene y seguridad con estándares internacionales, y el uso de mascarillas; y por último, los estímulos y apoyos gubernamentales para el Sector.

## República Dominicana

Por otro lado, el ministro de Turismo de República Dominicana, David Collado, ha destacado la importancia de que las naciones cuenten con protocolos sanitarios que garanticen la seguridad de turistas y prestadores de servicios. Ha asegurado que su país se encuentra a la vanguardia en la región, ya que todos los turistas que visitan la República Dominicana, cuentan con un seguro médico gratuito para la protección de su salud.

## NUESTRA TRAYECTORIA, NUESTRA MEJOR GARANTÍA



TEN PRESENTE TU FUTURO

Con Grupo GEA obtienes:

**Rentabilidad**

**Innovación**

**Exclusividad**

**Asesorías especializadas**

25 años

www.grupogea.com  
952 37 66 55

ASÓCIATE A GEA

## Las restricciones agravan la situación de las agencias

"Las cancelaciones por la situación sanitaria actual y las restricciones de movilidad, recrudecen la problemática de los reembolsos". Así califican desde la Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas (Fetave) la nueva aunque acostumbrada situación que tienen que vivir las agencias de viaje tras las recientes restricciones.

## Turisme de Barcelona otorga el sello Safe Travels

Turisme de Barcelona será el encargado de gestionar a nivel local el sello Safe Travels promovido por The World Travel & Tourism Council que reconoce los protocolos de viaje seguro a nivel mundial. Este distintivo permite a los viajeros reconocer en cualquier país del mundo las empresas, entidades y destinos que hayan adoptado protocolos normalizados frente a la Covid-19.

## Mallorca colaborará con OMT en proteger al turista

El Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha establecido un comité intergubernamental para desarrollar un código internacional para la protección de los turistas. Pretende elaborar un marco jurídico más claro y común, con unos estándares mínimos. Este comité contará con expertos independientes u observadores, entre los que Mallorca estará.

## Las matriculaciones no levantan cabeza en octubre

Las matriculaciones de los autobuses, autocares y microbuses sufrieron un nuevo revés en octubre. En concreto, la cifra de matriculaciones en el transporte de viajeros ascendió a 205 unidades, un 37,5% menos que en el mismo mes del año 2019, lo que deja el acumulado anual, tras los 10 primeros meses del ejercicio, un 46,5% por debajo de lo que registraban en 2019.

# Fevitur y CEAV presentan un proyecto para desarrollar un banco de camas

Insta al Gobierno a crear un turoperador público-privado con oficinas de venta

**FEVITUR realiza diferentes propuestas para favorecer la recuperación del Sector Turístico. Entre ellas, propone, junto a CEAV, la creación de un banco de**

**camas de viviendas de uso turístico. También pide al Gobierno un turoperador público-privado con oficinas en los principales mercados emisores a España.**

La Federación Española de Asociaciones de Viviendas y Apartamentos Turísticos (FEVITUR) insta al Gobierno a crear un turoperador público-privado con oficinas de venta en los principales mercados emisores de turistas a España: Alemania, Reino Unido y



Carlos Garrido

Escandinavia. Para la Federación con esta creación se favorecería la recuperación de todo el Sector Turístico, consiguiendo como destino ser un actor definitivo en la toma de decisiones y favoreciendo la desestacionalización de los destinos de nuestro país. La creación de este turoperador a partir de fondos públicos y privados de promoción turística forma parte del paquete de tres proyectos que la patronal de las viviendas de uso turístico ha presentado para reactivar al sector turístico a través de las ayudas contempladas en los fondos europeos Next Generation EU.

El presidente de Fevitur, Tolo Gomila, destaca la necesidad de poder contar con parte de las ayudas prometidas por la Unión Europea para paliar la grave crisis

que defiende el sector de la vivienda de alquiler vacacional "buscan la recuperación de destinos y empresas y, sobre todo, la normalización del Sector".

En esta línea, el segundo de los proyectos, la creación de un banco de camas de viviendas de uso turístico se ha presentado de forma conjunta con la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV). Esta propuesta, que conseguiría la normalización del sector, daría acceso a toda la oferta de alquiler vacacional del país previo un filtrado que permitiría eliminar la oferta ilegal y sin licencia turística. Para Fevitur este proyecto "permitiría a las agencias de viajes contar con un producto de venta adicional a su cartera y ofrecer una tipología de

alojamiento que este verano ha sido la preferida por los viajeros por su tipología individual y no disponer de zonas comunes".

### Turismo no recreativo

La tercera de las propuestas que ha presentado se centra en la promoción de la oferta de viviendas de uso vacacional entre nómadas digitales, Turismo sanitario, estudiantes y Turismo de congresos. Fevitur quiere llevar a cabo una campaña de promoción y comunicación que rompa con la dependencia del turismo de ocio y el enfoque hacia otros segmentos de clientes entre aquellos que buscan un alojamiento ya sea por trabajo, estudios o salud.

Para Tolo Gomila, con esta redirección de los esfuerzos de promoción "podríamos impulsar toda aquella oferta alojativa que mejor respete los criterios de sostenibilidad requeridos por cada uno de los destinos". "Conseguir estancias más largas supondría un fuerte incentivo a la reducción de la estacionalidad", añade. En total, el sector reclama una inyección 70 millones de euros para poder llevar a cabo los tres proyectos presentados.

# Las previsiones de la capacidad aérea empeoran para los próximos meses

Rusia, China, Estados Unidos, Irlanda y Reino Unido, los mercados que más caen

Las recientes previsiones realizadas por TurEspaña respecto a la capacidad aérea para los meses de fin año parece que no van a cumplirse, y se van a mantener más alejadas de lo esperado. Como publicó NEXOTUR, el mes pasado se esperaba una caída de la capacidad del 19,4% en noviembre y del 7,5 en diciembre. No obstante, tras el nuevo informe de Capacidad Aérea, se prevé un desplome del 80,1% y 52,4%, respectivamente, frente a 2019. Esto supone mantener la tendencia negativa del mes de octubre, cuando el descenso fue del 71,1%.

La tendencia de caídas será decreciente. En noviembre, se espera la llegada de 1.408.252 y en diciembre de 3.457.501. Enero podría ser un punto de inflexión para la demanda, ya que llegarán 5,2 millones de viajeros y la caída será más moderada (-22,8). Todas estas previsiones continuarán estando condicionadas por la evolución epidemiológica.

### Mercados emisores

Como era de esperar, todos los principales mercados vuelven a disminuir su capacidad aérea en este

trimestre. Entre los descensos destacan, en este orden, Rusia (-90,3%), Noruega (-89,6), Estados Unidos (-74,9%), Finlandia (-73,7%) y Dinamarca (-67,9%). Respecto a los principales emisores para España, Reino Unido experimenta una caída total del 43,9% hasta enero, al igual que Francia (-43,5%). En peor situación se encuentra Alemania, cuyos desplomes no bajan del 35% en ninguno de los meses, y el descenso general será del 58,7%. Austria y China son los únicos países que experimentarán alguna subida, pero no será hasta el mes de enero.

# Los PCR en origen, claves para la reactivación del Sector Turístico

Las demandas de pruebas Covid-19 antes de emprender el viaje han vuelto a salir a la palestra de la mano del Partido Popular. A través de una nueva Proposición No de Ley (PNL), que se debatirá en el Congreso de los Diputados, los populares exigen que se implemente esta medida en los puertos, aeropuertos y estaciones ferroviarias para favorecer la restauración de la conectividad y la movilidad internacional, y el restablecimiento de la confianza y la seguridad de los viajeros. El portavoz popular en el Congreso, Agustín Almodóbar, ha explicado a NEXOTUR que "los aeropuertos tienen que ofrecer una tranquilidad", alegando que "no puede ser que cualquiera pueda pasar por cualquier aeropuerto español sin ningún tipo de medida ni ningún tipo de garantía".



Agustín Almodóbar

En este sentido, el Grupo Parlamentario Popular solicita garantizar a los viajeros un servicio de realización masivo y sistemático de pruebas rápidas y baratas de antígenos, preferiblemente antes de embarcar, así como a la llegada procedente de áreas de alto riesgo, mediante la habilitación de zonas especiales dentro de las instalaciones de la red de aeropuertos de interés general gestionada por Aena. Asimismo, también abogan por un protocolo de prueba internacional estandarizado aplicable al tráfico de pasajeros y tripulaciones en los espacios portuarios y aeroportuarios.

El caso de Canarias. Mientras esta incertidumbre sigue en el aire, cabe recordar que Canarias ha acordado un Decreto Ley para que los viajeros que lleguen al país deban demostrar con un resultado negativo de una prueba de Covid-19 estar libre del virus, ya sea tras hacérsela en origen o en destino. Según explicó, la consejera de Turismo de Canarias, Yaiza Castilla, "se basa en tres preceptos básicos: seguridad sanitaria, seguridad comercial para los agentes que intervienen en el Sector, y transparencia en la información a la que tiene derecho el cliente". Esta iniciativa está siendo imitada por las islas Baleares, cuyos dirigentes también están trabajando en la posibilidad de la realización de pruebas PCR en origen para la próxima temporada turística. Así, el consejero de Modelo Económico, Turismo y Trabajo de Baleares, Iago Noguera, ha destacado que "la apuesta ahora es por la apertura", remarcando que "la defensa del Sector por parte del Govern es clara". En la misma línea, ha destacado que se estudiará qué controles se pueden instaurar "para ver cómo y qué planteamos para 2021", junto con el Sector, ya que "es clave su preparación y comercialización". "Debemos reactivar el Sector Turístico lo antes posible", concluye.

### Abocadas al cierre

Del mismo modo, Almodóbar señala a este diario que esta falta de medidas de control está provocando que numerosas empresas se vean abocadas al cierre, y que muchas personas "estén yendo a las listas del paro". Además, critica "que no se den cuenta de cómo están nuestros destinos turísticos, que están vacíos y a los aeropuertos no llega ni un solo turista". Por todo ello, el diputado popular recalca la importancia de esta PNL, porque "no solo incluyen las demandas del Partido Popular, sino medidas que están recomendando des-

de del sector privado", instando al Gobierno a "fijarse en lo que otros países están haciendo".

Como publicó NEXOTUR, el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, y el ministro de Sanidad, Salvador Illa, se han reunido recientemente con sus

homólogos en la Unión Europea para tratar la problemática de los tests. No obstante, los encuentros no concluyeron con resultados concretos. Sí es cierto que Sánchez destacó entonces que "es fundamental disponer de pruebas con resultados rápidos". Sin embargo, no especificó en ningún momento que estos test se fuesen a aplicar en el ámbito turístico, tal y como vienen demandando desde el Sector.

# El ICTE y la Xunta de Galicia presentan el Camino de Santiago como el primer corredor terrestre seguro

Han realizado un análisis que permite identificar las zonas de mayor riesgo en función de diferentes factores

El Camino de Santiago dispondrá de las medidas de seguridad oportunas para convertirse en el primer corredor terrestre seguro. El ICTE y Galicia han trabajado en dos

proyectos para cumplir todos los requisitos. El primero es la elaboración de una especificación técnica que reúne todos los requisitos y recomendaciones a aplicar por los

entes gestores que intervienen en las etapas de los Caminos. El segundo incluye diferentes análisis para identificar las zonas de mayor riesgo en función de diferentes factores.

En un momento en el que el término "corredores turísticos" está muy presente, el Instituto para la Calidad Turística (ICTE) y la Xunta de Galicia han anunciado que el Camino de Santiago será el primer corredor terrestre seguro, gracias a la aplicación de una serie de medidas de prevención de riesgos frente al Covid-19. "Cuando existe todavía un debate internacional sobre los corredores aéreos seguros, en Galicia se ha estado trabajando discretamente en la configuración del mayor corredor terrestre seguro del mundo, que será el Camino de Santiago a su paso por Galicia una vez aplicadas las medidas contenidas en el proyecto hoy entregado", ha destacado el presidente del ICTE, Miguel Mirones.

En este sentido, el trabajo engloba dos proyectos. El primero es la elaboración de una especificación técnica que reúne todos los requi-

sitos y recomendaciones a aplicar por los entes gestores que intervienen en las etapas de los Caminos. Incluye también un diagnóstico de las medidas de prevención en la cadena de valor de los Caminos de Santiago, mediante una identificación de los riesgos en cada uno de los recursos turísticos, un sistema que permite categorizar los riesgos, y unas recomendaciones sobre el control de aforo y distanciamiento, limpieza y desinfección, información y comunicación y protección individual. Asimismo, se ha llevado a cabo una formación para técnicos y gestores públicos.

El segundo de los proyectos incluye cuatro trabajos distintos. En primer lugar, un análisis que permite identificar las zonas de mayor riesgo en función de factores como la densidad peatonal o la ubicación de determinados recursos. Igualmente, se han identificado espacios

públicos singulares en el trazado de los distintos caminos con un mapa interactivo con la opción de filtrado por concello, camino al que pertenecen y categoría. Finalmente, se ha llevado a cabo un análisis de riesgos en los servicios públicos prestados al peregrino; recomendaciones basadas en los 23 protocolos UNE elaborados por el ICTE; y se ha desarrollado un plan de contingencia específico para albergues.

## Destinos seguros

De igual manera, Mirones ha celebrado que "Galicia ha vuelto a ser pionera en políticas turísticas y en saber leer las demandas de los potenciales clientes nacionales e internacionales para el futuro". No obstante, ha señalado que esto no debe quedarse así, y ha animado a "continuar con el proyecto un paso

más allá, consiguiendo no sólo que todo el Camino sea un corredor seguro, sino que cada uno de los municipios por los que atraviesa las rutas se conviertan en sí mismos en destinos seguros, con el objetivo de que, de cara al Xacobeo, sea posible garantizar de forma integral al Camino de Santiago, las rutas y los pueblos que atraviesa, como producto o destino seguro".

Por último, el presidente del ICTE ha destacado que "en Galicia y en España, ha habido un porcentaje mínimo de casos surgidos en el ámbito turístico, dada la implicación de todo el Sector en la aplicación de los protocolos que en su momento se elaboraron desde el ICTE". Por ello, opina que "si se ha hecho ese esfuerzo, ahora toca darle forma de manera ordenada de la única manera en que responden favorablemente los clientes desde el ámbito sanitario,



Presentación del acuerdo.

como es certificando los procedimientos implantados para ofrecer la máxima garantía en la gestión de sus servicios y poder comunicar de esta forma: Camino de Santiago, Destino Seguro".

## Apostamos por el Business Travel

Proporcionamos a nuestras agencias del Corporate, soluciones y herramientas tecnológicas de última generación, para que sean las más competitivas del sector.



### Auto Reservas

Disponemos de dos herramientas, una en entorno web y otra en GDS Amadeus permitiendo que nuestras agencias sean autosuficientes para reservar, tarificar, emitir, reemitir y voidear los billetes con las tarifas especiales de Avasa.



### Tarifas PYMES y TT.00.

Negociamos constantemente para obtener las más competitivas y mejores tarifas para nuestras agencias.



### Sistema de alertas

Contamos con un sistema de alertas, para que nuestras agencias estén siempre informadas de cualquier incidencia a nivel mundial.



### Atención 24 horas

Proporcionamos un servicio exclusivo 24h para nuestras agencias corporate. Se atiende la llamada del cliente de empresa como si fuera la propia agencia.



### Buscador de hoteles

En el cual están integradas + de 25 cadenas y centrales de reservas nacionales e internacionales. En una única pantalla se visualizan los diferentes precios y comisiones para un mismo hotel facilitándole a la agencia elegir al proveedor que más le interesa.



### Estadísticas e informes a medida

Hemos desarrollado una herramienta para que nuestras agencias asociadas puedan disponer de Informes y Listados Business ad hoc. Con los "Listados business", las agencias pueden conocer el volumen de ventas por revenue, transacciones realizadas o bookings, acumulados con comparativo y en función del producto (air, coche, tren, hotel, etc).



### Reclamaciones

Con este servicio enfocado a reclamaciones por retrasos en vuelos, huelgas, pérdidas de conexiones, etc. la agencia puede avanzarse ofreciendo la indemnización a su cliente antes de que él la solicite



¡Únete a nuestro grupo y apuesta sobre seguro!



93 655 65 55



expansion@avasa.com



www.grupoavasa.com

## Viajes El Corte Inglés factura un 90% menos

El Grupo El Corte Inglés ha alcanzado un EBTIDA positivo durante el segundo trimestre del ejercicio (junio a agosto de 2020) de 64 millones de euros. El área más perjudicada ha sido Viajes El Corte Inglés, que ha visto reducida su cifra de negocio en más del 90%. La cifra de negocio total del *retail* se ha situado en 2.843 millones, un 12,9% menos, por la menor afluencia de turistas.

## ACAVE celebra nueva edición de Travel Market

La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), ha celebrado una nueva sesión de los ACAVE Travel Market Webinars con más de 230 participantes. Cinesa, la Región de Murcia, Diputación de Lleida, Ratchhawk y Southern Cross han ofrecido sus últimas novedades y productos turísticos para el próximo año 2021.

## Lufthansa inicia ensayo para las pruebas rápidas

El 12 de noviembre, Lufthansa ha comenzado las primeras pruebas rápidas de antígenos Covid-19 en rutas seleccionadas entre Munich y Hamburgo. Ofrece a sus clientes la oportunidad de hacerse la prueba para Covid-19 de forma gratuita antes de la salida en dos vuelos diarios. Los pasajeros que no deseen pasar la prueba serán transferidos a un vuelo alternativo.

## Avasa Travel Group celebra su 40 aniversario

Avasa Travel Group cumple 40 años. El 5 de noviembre del año 1980 se creó en Barcelona Agencias de Viajes Agrupadas, S.A. (AVASA), como una agrupación de 20 de las principales agencias de viajes con implantación en Cataluña que querían hacer frente a los intereses de las agencias de viajes españolas de los principales turoperadores de la época.

# CEAV da un paso más en sus demandas sobre los reembolsos de los proveedores y se reúne con AESA

De toda la deuda, un total de 250 millones de euros corresponde únicamente a las compañías aéreas

"Es algo muy positivo este primer contacto con AESA porque abre un canal de diálogo entre el órgano regulador y las agencias, cuyo objetivo final es el mismo, defender los

derechos de los pasajeros aéreos", asegura la gerente de CEAV, Mercedes Tejero, tras una reunión con la Agencia Estatal de Seguridad Aérea. Igualmente, la directora de

AESA, Isabel Maestre, subraya que "este primer encuentro ha sido muy beneficioso, porque ha podido explicar al canal las actuaciones que AESA ha llevado a cabo".

Las agencias de viajes continúan trabajando en que los operadores devuelvan las cantidades de los viajes pagados y no disfrutados por motivo de la pandemia. Ahora, CEAV ha ido más allá y ha mantenido una reunión con la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA) para transmitirle su situación ante esta problemática de manera directa. Como publicó NEXOTUR, el presidente de la Asociación, Carlos Garrido, ya comentaba que había pasado "el tiempo suficiente para que puedan saldar sus deudas". Ahora, dan un paso más con la apertura de un canal de comunicación directo con la Agencia.

La gerente de CEAV, Mercedes Tejero, "ve como algo muy positivo este primer contacto con AESA porque abre un canal de diálogo entre el órgano regulador y las agencias, cuyo objetivo final es el mismo, defender los derechos de los pasajeros aéreos". Igualmente, la directora de AESA, Isabel Maestre, subraya que "este primer encuentro ha sido muy beneficioso, porque ha podido explicar al canal las actuaciones que AESA ha llevado a cabo desde el inicio de la crisis, tanto con las compañías aéreas como con la Comisión Europea, y aun no siendo de su competencia las agencias han podido recoger sus inquietudes, poniéndose a su

disposición para cualquier incidencia que puedan detectar".

### Más de 300 millones de deuda

En este sentido, desde la Asociación han situado la deuda en 325 millones de euros los reembolsos pendientes de sus proveedores, cifra inferior a los 400 millones de antes de verano, debido a que algunos proveedores han saldado sus cuantías. De estos últimos datos, 250 millones corresponde únicamente a las aerolíneas. Por su parte, desde AESA les han informado de que la cifra de reclamaciones asciende hasta más de 30.000, de las cuales un gran porcentaje han tenido un resultado positivo para el

consumidor, por haberse efectuado el reembolso. Igualmente, han recordado que siguen en curso expedientes sancionadores contra las compañías aéreas incumplidoras.

Con esta reunión, las agencias de viajes quieren asegurarse de que desde la Agencia Estatal tendrán en cuenta sus exigencias. El vicepresidente de CEAV, Martí Sarrate, ya se mostraba seguro de que "desde AESA se están llevando a cabo todas las acciones necesarias para el cumplimiento de esta normativa". Ahora, tras esta reunión cara a cara con las agencias, todo apunta a que la gestión de la problemática de los reembolsos avanzará de manera más efectiva durante los próximos meses.



La gerente de CEAV, Mercedes Tejero.

## Maroto: 'Las reservas aéreas de agencias se han mantenido en terreno positivo'

El EBITDA ha descendido un 88,8%, hasta los 196,2 millones de euros

Amadeus presenta sus resultados del tercer trimestre del año. En este periodo los ingresos han retrocedido un 59,8%, hasta los 1.699,8 millones de euros y el EBITDA ha descendido un 88,8%, hasta los 196,2 millones de euros. De otro lado, el beneficio ajustado se ha contraído un 121,7%, lo que dio lugar a unas pérdidas de 214,2 millones de euros.



Luis Maroto

han mantenido en terreno positivo durante el trimestre, dado que las reservas brutas compensaron las cancelaciones", ha asegurado. Además, "las transacciones en la división de hoteles siguieron siendo superiores a los volúmenes aéreos", añade.

"De cara al resto del año y el invierno, la situación sigue presentando una elevada incertidumbre ante la segunda ola de la pandemia", ha explicado Maroto. "Hemos continuado haciendo progresos en nuestro programa de eficiencia de costes y a 30 de septiembre, contábamos con una liquidez disponible de más de 4.000 millones de euros, que debería ayudarnos a superar esta crisis y adaptar el negocio a la nueva realidad del Sector", revela.

### El negocio de la distribución

En el tercer trimestre de 2020, en el negocio de distribución, el número de reservas realizadas a través de

agencias de viajes ha descendido un 82,1%, hasta los 80,1 millones. Los ingresos de distribución han descendido un 85,3% debido a la reducción de las reservas aéreas a través de agencias de viajes usuarias de Amadeus y a un nivel de cancelaciones de reservas superior al habitual, así como, en menor medida, al descenso de los ingresos por reserva aérea. Esta contracción de los ingresos representa una mejora frente a la caída del 102,0% que registró la firma en el segundo trimestre. Esta ligera mejora en la evolución se vio apuntalada por unas mejores tasas de crecimiento de las reservas aéreas brutas a través de agencias de viajes y por la moderación de la ratio de cancelaciones frente a las reservas brutas.

Asimismo, en el tercer trimestre de 2020, las reservas aéreas a través de agencias de viajes usuarias de Amadeus se contrajeron un 89,8%, lo que supone una leve recuperación frente al descenso del 113,2% experimentado por las reservas aéreas en el segundo trimestre.

## Europa prepara nuevas medidas contra el Covid-19

La Comisión Europea ha puesto en marcha un conjunto de medidas adicionales para limitar la propagación del coronavirus, y reforzar la resiliencia del mercado, para dar una respuesta más eficaz, intensificando la realización de pruebas y reforzando el rastreo de



Ursula von der Leyen

contactos. "Hoy adoptamos medidas adicionales para luchar contra el virus: ampliamos el acceso a las pruebas rápidas, preparamos campañas de vacunación y facilitamos la seguridad en los viajes, cuando sea necesario", ha explicado la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen.

En lo que confiere a los viajes, la Comisión está trabajando con vistas a garantizar que las salidas por Europa sean seguras. Por ello, piden a los Estados miembros que apliquen la Recomendación adoptada por el Consejo relativa a un enfoque conjunto y coordinado de la restricción de la libre circulación, para ofrecer a los viajeros claridad y previsibilidad. Igualmente, destacan que la

Agencia de Seguridad Aérea de la Unión Europea (UE) está trabajando en un protocolo de pruebas a los viajeros, que será utilizado por las autoridades sanitarias públicas, las compañías aéreas y los aeropuertos para contribuir a garantizar una

llegada segura a los pasajeros.

Asimismo, la Comisión también trabajará con los Estados miembros en un enfoque común en cuanto a los sistemas de cuarentena. Mientras tanto, solicitan que los Estados utilicen los formularios de localización de pasajeros, ya que les ayuda a evaluar los riesgos de las llegadas y permiten el rastreo de contactos. Al hilo de esto, el mes que viene, un proyecto piloto permitirá a los países prepararse para la puesta en marcha y el uso de un formulario digital. Finalmente, desde Europa piden a los Estados miembros que faciliten información precisa y actualizada para convertir Re-open EU en la ventanilla única de información sobre las medidas sanitarias y las posibilidades de viajar en la UE.

## Transmediterránea estudia la posibilidad de refinanciar bonos

Naviera Armas Transmediterránea ha asegurado que "no se encuentra en situación de precurso ni concurso de acreedores". No existe, y desmiente rotundamente, otros calificativos vertidos, "que dañan la imagen de la empresa y de sus trabajadores".

Ante la afectación de la demanda derivada de la crisis provocada por el Covid-19, y con el objetivo de preservar su liquidez y optimizar su estructura de capital, ha iniciado conversaciones con los representantes de los principales bonistas para refinanciar o reestructurar los bonos con vencimiento en 2023 y 2024, que esperan que fructifique en la próximas semanas. Igualmente, la compañía garantiza todos sus compromisos con sus proveedores comerciales, así como la prestación de todos los servicios que viene prestando tanto en la Península como en los respectivos archipiélagos y en el Estrecho.

# Agavi reclama apoyo y medidas para que la recuperación se produzca 'cuanto antes'

El objetivo es mantener con vida los negocios hasta que lleguen tiempos mejores

La Asociación Gallega de Agencias de Viajes (AGAVI) reclama una implicación de todas las Administraciones para tomar medidas

urgentes que eviten el cierre masivo de unas empresas que en estos momentos han visto reducida su facturación a prácticamente

cero. AGAVI apuesta por una acción coordinada, pacífica y constructiva desde todas las industrias turísticas afectadas.

AGAVI advierte de lo peligroso que puede resultar en estos momentos para el futuro del Sector "actuar en caliente y de una forma irresponsable, porque es algo que una sociedad atemorizada por el avance de la enfermedad no va a entender". Por ello, reclama una implicación de todas las Administraciones para tomar medidas urgentes que eviten el cierre masivo. Apuesta por una acción coordinada, pacífica y constructiva desde todas las industrias turísticas afectadas.

En este sentido, las agencias de viajes renuevan su compromiso con la lucha contra la pandemia porque consideran que la salud y la seguridad de las personas es lo primero, y es también una premisa fundamental para que puedan desarrollarse las actividades económicas. Y lo es más en un Sector como el de los viajes, "en el que las inseguridades son el principal enemigo".

No obstante, entienden la dificultad de la toma de decisiones en estos momentos y aceptan que ahora pueden ser necesarias medidas drásticas para intentar salvar en la medida de lo posible la campaña de Navidad, tan importante para el Sector, pero estas medidas deben ir acompañadas de ayudas que eviten la ruina de las empresas. "Son necesarias, por una parte, ayudas directas y facilidades de acceso y financiación a créditos que permitan a las agencias asumir compromisos ya adquiridos y afrontar los efectos de las cancelaciones de viajes", explican.

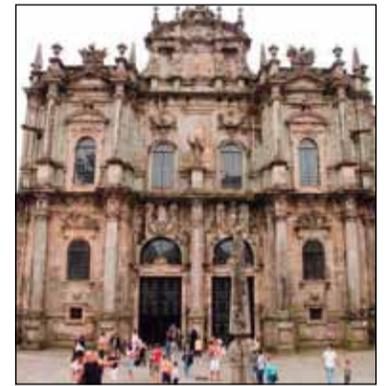
### Empleo, Planificación, PCR...

"Es urgente que haya exenciones fiscales, en impuestos como el IVA o el IAE y una flexibilización en los pagos a la Seguridad Social", señalan. Con las empresas paradas, y en muchos casos cerradas, "son

necesarias también ayudas directas para pagar los alquileres". El objetivo es mantener con vida los negocios hasta que lleguen tiempos mejores.

Por otro lado, explican que mantener el empleo debe ser también un objetivo prioritario, con una ampliación de los Expedientes de Regulación Temporal del Empleo (ERTE) y otro tipo de ayudas que eviten que las empresas tengan que despedir a unos trabajadores formados y con unas habilidades específicas, que serán imprescindibles para la recuperación. Asimismo, las agencias recuerdan también que será necesaria una planificación que acelere esa recuperación, con medidas para la promoción de viajes o para el fomento de la demanda, como pueden ser los bonos turísticos.

En este contexto, "es esencial generar confianza, por lo que es necesario también disponer de ayuda para la realización de pruebas PCR



Es esencial generar confianza.

a empleados y viajeros". Por último, las agencias de viajes gallegas recuerdan que forman parte de un Sector muy castigado durante todo el año en incluso antes, ya que ha tenido que padecer las consecuencias de las cancelaciones masivas, también de viajes contratados antes de la aparición de la enfermedad.

**ACCIONES COVID-19**

- > Más de 13.500 reembolsos tramitados
- > Departamento Legal propio con abogados ACCESIBLES para los asociados
- > Departamento Jurídico propio
- > 43 profesionales que te ayudarán en tu día a día
- > Herramientas de pagos y firma a distancia covid-19
- > NUEVOS TEMPLATES de web para asociadas con venta 100% online

**DITGESTION** *Mucho más que un grupo de gestión*

info@ditgestion.com 943 219 732 f DIT Gestión @DITGestion

## Nueva página web de Riu exclusiva para agencias



Riu Pro, la nueva web de la cadena para las agencias de viajes ofrece, además de la información de sus hoteles y una completa y rápida gestión de reservas, la gestión de su cuenta, su programa de fidelización y el sistema Rio Brand Center.

Riu Pro, la nueva web de la cadena para las agencias de viajes ofrece, además de la información de sus hoteles y una completa y rápida gestión de reservas, la gestión de su cuenta, su programa de fidelización y el sistema Rio Brand Center.

## Muy pocos cambios en la web actual de AutoReisen



La versión actual de la página de AutoReisen mantiene con muy pocos cambios las mismas características que la analizada anteriormente, manteniendo un sencillo sistema de reservas *on-request*, no disponible para las agencias.

## Versión compatible de la página web de Palexco



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

## Nueva página en Internet de Turismo en Suiza



La nueva página de Turismo en Suiza ofrece, con un diseño amigable, un completo sistema de información sobre sus atractivos y servicios turísticos, así como la reserva de alojamientos y del Swiss Travel-Pass, no válida para las agencias.



Mobile Guest Service contiene información práctica del hotel.

## NH Hotel lanza la solución digital 'Guest Mobile Service'

NH Hotel Group ha presentado la nueva plataforma Mobile Guest Service, una solución digital con la que busca cambiar la forma en la que los huéspedes interactúan con el hotel y todos sus servicios, mejorando su experiencia y garantizando su seguridad. Se trata de un sistema que ofrece todo el control de la estancia en el hotel desde cualquier dispositivo electrónico.

Contiene desde información práctica del hotel y acceso a los principales servicios como: *room service*, reserva de *spa*, gimnasio o reserva de mesa en el restaurante, hasta la posibilidad de pedir productos del minibar —ahora virtual— o *amenities* extra. Tam-

bién se ha incluido información de utilidad como contenido de interés de la ciudad y consejos para visitar los puntos turísticos, o acceso a la prensa internacional diaria. Todo esto desde sus propios dispositivos electrónicos, ya sean móviles, *tablets*, o portátiles, para que los clientes tengan el control total.

Para su puesta en marcha, la cadena hotelera ha colocado carteles en la recepción, *lobbies* y habitaciones de los establecimientos donde a través de un código QR los usuarios acceden al contenido. Actualmente, el 86,5% de los hoteles en España disponen de este sistema y ya está disponible en 293 hoteles de los más de 360 que gestiona.

## España exporta su modelo de Destino Turístico Inteligente hacia Colombia

Esto permitirá que la ciudad se revalorice a través de la innovación y la digitalización

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur),

exportará el modelo de Destino Turístico Inteligente a Colombia, donde empezará a trabajar con Medellín, para su conversión en destino turístico inteligente.

Segittur exportará el modelo de Destino Turístico Inteligente a Colombia, donde empezará a trabajar con la ciudad de Medellín, para su conversión en destino turístico inteligente. Según explica su presidente, Enrique Martínez, esto "conlleva una serie de ventajas como la revalorización del destino a través de la innovación y la digitalización, de lo que resulta un aumento de la competitividad, una mejora en la eficiencia de los procesos y un impulso al desarrollo sostenible en sus tres vertientes: medio-ambiental, económica y socio-cultural".

Por su parte, la subsecretaria de Turismo de Medellín, Ledys Vianey López Zapata, ha señalado que "esta es una apuesta novedosa, es cambiar el modelo de gestión del destino y que va en coherencia con el propósito de convertir a Medellín en un Valle del Software y democratizar el uso de la tecnología como eje del desarrollo". "La implementación de este modelo permitirá el posicionamiento de la ciudad como un



Medellín será un Valle del Software.

destino atractivo y con capacidad de transformación, que garantiza un desarrollo sostenible de las empresas y su población, promueve la generación de ingresos económicos, apoya la reactivación del Sector Turístico y permite su consolidación como territorio innovador", añade.

El trabajo comenzará con el análisis de toda la información del municipio relacionada con los cinco ejes que conforman la metodología, que abarca la gobernanza, la innova-

ción, la tecnología, la accesibilidad y la sostenibilidad. Tras ello tendrán lugar una serie de entrevistas con los responsables de las distintas áreas del Ayuntamiento, así como con otros organismos relacionados directa e indirectamente con el Turismo. Finalmente, el resultado de las reuniones junto con el análisis de la información aportada por todos los agentes implicados servirá para evaluar el grado de cumplimiento de Medellín en cada uno de los ejes.

## RoomRaccoon crea el distintivo 'Contactless Stay' para los hoteles que apuesten por un 'check-in' sin contacto

Para obtenerlos, los establecimientos hoteleros deberán garantizar el registro y pago en línea en sus instalaciones

Los establecimientos hoteleros que permitan reservar y pagar de forma íntegramente *online* podrán obtener el sello Contactless Stay, que ha sido desarrollado por la empresa RoomRaccoon con motivo de la pandemia por el Covid-19.

El *software* hotelero RoomRaccoon pone a disposición del sector de la hostelería el sello de creación propia Contactless Stay, que distingue a todos aquellos establecimientos que apuesten por un *check-in* sin contacto, como práctica para incrementar las medidas de seguridad frente a Covid-19. Para obtenerlo, los hoteles deberán garantizar el registro y el pago en línea, además de otros estándares

cada vez más habituales como la limpieza a fondo de las habitaciones, la instalación de dispensadores de geles hidroalcohólicos y la garantía de mantener la distancia de seguridad entre los huéspedes en las zonas comunes.

El *check in contactless* ha sido una medida que han tomado algunos hoteles para afrontar la que ha sido la temporada turística más atípica de las últimas décadas. Con la pandemia, todo apunta que las interacciones sin contacto se están afianzando. El caso más evidente es el de los métodos de pago, como demuestra el hecho que un 47% de los españoles dice haber utilizado más las opciones de pago digital.

Ante esta situación, RoomRaccoon quiere seguir ayudando al sector hotelero internacional con este sello que pretende ser garantía de mayor seguridad.

### Gestión eficiente

Este *software* tiene por objetivo apoyar a los propietarios de hoteles independientes a gestionar de forma eficiente e integrada los tres principales focos de trabajo de cualquier alojamiento: el *channel manager*, el sistema de reservas y el PMS. De este modo, puede potenciarse la experiencia del huésped y reducir las tareas administrativas imprescindibles en el día a día

de cualquier hotel. Algunos hoteles españoles, como The Moods Oasis, ya han depositado su confianza en RoomRaccoon y trabajan utilizando el laureado *software*.

La empresa neerlandesa tiene oficina en España desde el pasado mes de julio y el responsable es Marc Forcadell, ex director adjunto de ventas de Derby Hotels Collection. Forcadell considera que "la seguridad en los hoteles ha pasado a ser un factor todavía más determinante. RoomRaccoon considera que todos los integrantes del sector deben remar en la misma dirección para que los huéspedes se sientan cada vez más tranquilos y, de este modo, facilitar su reserva".



Apoya a los hoteles independientes.

# El volumen del sector 'business travel' desciende más del 50% respecto a 2019

Las empresas medianas serán las más viajeras en este contexto del Covid-19



José Vicente de los Mozos, Ifema.

## Internacionalización e innovación en Ifema

El presidente del Comité Ejecutivo de Ifema presenta un plan ambicioso de futuro, más digital e internacional. *Panorama / Pág. 8*

## CWT Easy Meetings para pequeñas reuniones

CWT Meetings & Events lanza plataforma de reserva directa para pequeñas reuniones, CWT Easy Meetings. *Panorama / Pág. 14*

## Platós en los hoteles para eventos híbridos

NH Hotels desarrolla nueva red de platós fijos para MICE con BMotion. *Panorama / Pág. 13*

## Viajes de incentivos individualizados

Meliá ofrece la oportunidad de regalar una estancia como incentivo. *Panorama / Pág. 13*

Aunque el tamaño del mercado disminuirá, la cuota de las agencias de viajes de negocios aumentará, pasando del 40% a más del 50% en detrimento de las *online* y la venta directa, según un estudio conjunto de Gebta y Braintrust. Estiman, además, que a finales de 2020 los niveles de actividad estarán todavía por debajo del 50% de los que se alcanzaron el

año anterior. Empresas medianas, con menor internacionalización y un modelo basado en mercado doméstico, serán las más viajeras en este contexto del Covid-19. Las primeras industrias en viajar serán las que han sido las beneficiadas en esta crisis como Farma, Alimentación, E-Commerce, Distribución o Telco. *Panorama / Pág. 15*



La cuota de las agencias de negocios pasará del 40% a más del 50%.

## Sevilla Convention Bureau respalda el Tourism Innovation Summit (TIS)

El Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla (Fibes) acoge entre los días 25 y 27 de noviembre el Tourism Innovation Summit 2020 (TIS), la cita para transformar el Sector con innovación, tecnología y sostenibilidad. Sevilla Congress & Convention Bureau



Manuel Macías

(SCCB), entidad dirigida por Manuel Macías, respalda este evento que reunirá en Sevilla a los responsables de la toma de decisiones del Sector Turístico. TIS brinda a los líderes de la industria turística un espacio de intercambio de estrategias, soluciones tecnológicas y reuniones de negocios

para definir las acciones del Sector Turístico para la próxima década, donde los más fuertes y los más atrevidos se unirán para impulsar el renacimiento del Sector. El evento presenta una agenda diseñada específicamente para cada perfil profesional de este sector, así como foros especializados para cada sección como destinos, aerolíneas, movilidad, turoperadores, distribuidores, agencias de viajes o MICE, entre otros. Una *masterclass* de tendencias y un debate en profundidad sobre el futuro del Turismo durante tres días. *Panorama / Pág. 3*



Reunión híbrida de On-Go.

## Se On-Go, para trabajar en la defensa de los intereses de sus profesionales

Se acaba de crear la Asociación Empresarial de Diseño y Producción de Stands y Eventos On-Go. Su objetivo, defender los derechos de las empresas en estos momentos tan complicados que estamos viviendo. Igualmente, la asociación también quiere desarrollar el espíritu de solidaridad entre sus

miembros. Como ha destacado su presidente, Francisco Garrido, durante su presentación para defender el proyecto, "un sector para su completo desarrollo necesita una Asociación, si creemos en nosotros mismos, lograremos todo aquello que nos propongamos". *Panorama / Pág. 7*



Distanciamiento social y desinfección, claves en el Turismo de negocios.

## El Sector de eventos prevé una recuperación en uno o dos años

Se necesitan mínimo uno o dos años para que el sector de los eventos presenciales se recupere. Esta es una de las principales conclusiones de la encuesta realizada por EventsCase entre unos 500 profesionales del sector en todo el mundo. El 52% no puede

prever una recuperación antes de por lo menos el final de 2021. Sólo el 28% votó por la segunda opción más elegida, entre seis y 12 meses. Un 14% predice unos tres años, y sólo el 6% prevé un cambio rápido de uno a seis meses. *Panorama / Pág. 4*

**Date de alta en Conexo.net**

Diario online de Congresos, Reuniones e Incentivos

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

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

Se plantea un nuevo recinto congresual en Sevilla

Globalia mejora la experiencia del cliente con IA

Voxel, finalista en los Business Travel Awards 2020

# COMETEXO

GRUPO  
**Nexo**

## COMETEXO

EDICIÓN ESPECIAL  
NÚMERO 230 / XX AÑO

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

UNA PUBLICACIÓN  
DEL GRUPO **Nexo**

*20 años de actualidad  
del MICE en España,  
que es la Historia  
de los Congresos,  
Convenciones e  
Incentivos, con-  
tada trimestre a  
trimestre y en  
lenguaje pe-  
riodístico.*



**1.150 noticias**  
**330 opiniones**  
**600 imágenes**  
**más de 20 años**  
**en 140 páginas**

**20**  
AÑOS

del MICE  
en España



**PVP: 15€**  
(+ gastos de envío)

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

# PANORAMA

✓ COLUMNA

**Complemento,  
no amenaza**

**D**EL FACE2FACE HE-MOS pasado al Inter-face2Interface, de la escuela tradicional a la asistencia *online*, del horario de 9 a 5 hemos llegado al 24-7-365 y todo ello a base de clic...

Mi amigo Claudio me mandaba hace unos días un artículo fechado hace más de 20 años, en el contaba la "CX" (Customer Experience) del usuario de un hotel precursor en los sistemas de reservas *online*, llaves magnéticas, minibares informatizados para realizar el cargo de producto con solo retirarlo de su ubicación, *check-out* a través de la TV y demás funcionalidades que representaron una barrera en aquella época y que provocó más de una pérdida de avión por no haber sabido configurar el sistema despertador disponible en ese hotel...

Ahora ya no hay excusas, el acceso a la tecnología, como el valor en la "mili", se le supone a todo el mundo y ya sabemos a lo que nos enfrentamos y nuestras mutuas capacidades.

Para aquellos que vean amenaza en la digitalización e incursión de la inteligencia artificial en nuestro día a día, que sepan que no hay batalla posible, no hay enemigo, solo hay aliados y son complementos.

Pero ojito, que el *know-how* (por seguir por la línea de anglicismos, jajajaja) que tiene mi amigo Claudio no lo va a tener ninguna máquina. Su experiencia vital no se puede enseñar a ninguna máquina, y la toma de decisiones, siempre estará determinada en base a un aprendizaje que adquiera a través de una programación que requiere de personas y de sus experiencias, su corrección y actualización en todo momento.

Por cierto, ahora me viene a la mente que estos días se ha hecho viral un video de un sistema de retransmisión de partidos de fútbol de categorías inferiores en el Reino Unido que mediante un programa de inteligencia artificial, la cámara debía seguir en todo momento al balón, el cual habían definido en la programación como algo redondo y blanco, pues bien, los telespectadores se pasaron todo el partido siguiendo al juez de línea, pues... ¡jera calvo!



**David Abreu**

Presidente OPC Madrid

## Sevilla Convention Bureau respalda TIS, la cita para transformar el Sector

Tourism Innovation Summit 2020 (TIS) se celebra del 25 al 27 de noviembre en Sevilla

Sevilla acoge entre los días 25 y 27 de este mes el Tourism Innovation Summit 2020 (TIS), la cita para transformar el Sector con innovación, tecnología y sostenibili-

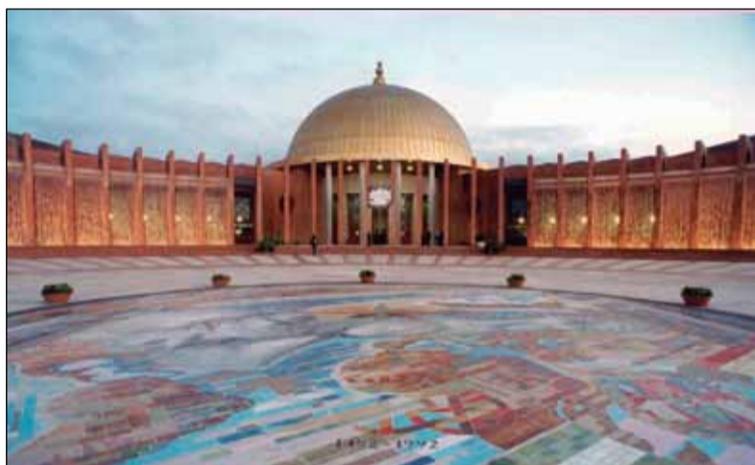
dad. Sevilla Congress & Convention Bureau (SCCB), entidad dirigida por Manuel Macías, respalda este evento que reunirá en Sevilla a los responsables de la

toma de decisiones del Sector Turístico. La Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) también será colaborador en el TIS 2020.

El 2020 se va a ser un año que marca un antes y un después en especial en nuestra industria. ¿Cómo identificamos amenazas, cómo descubrir nuevas oportunidades, cómo establecer un plan de acción basado en las expectativas y nuevos comportamientos del viajero en esta nueva década?

TIS - Tourism Innovation Summit 2020, respaldado por el SCCB, Sevilla Congress & Convention Bureau, entidad dirigida por Manuel Macías y aglutinadora de las empresas e instituciones más importantes del Sector, brinda a los líderes de la industria turística un espacio de intercambio de estrategias, soluciones tecnológicas y reuniones de negocios para definir las acciones del Sector Turístico para la próxima década, donde los más fuertes y los más atrevidos se unirán para impulsar el renacimiento del sector. El evento también tendrá como colaborador a la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT), que garantiza la gran calidad y magnitud del foro en la ciudad hispalense.

Los avances en tecnología han cambiado la forma en que viajamos, aumentando la experiencia del cliente. Además, estar al día con las últimas soluciones y modelos de negocio que repensan nuestra industria es clave para la supervivencia de cualquier negocio que quiera seguir operando.



El Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla (Fibes) acoge el evento.

Tourism Innovation Summit surge para presentar las últimas tecnologías, soluciones, innovaciones, modelos y tendencias que están revolucionando el Sector Turístico. Es la plataforma de negocios para cualquier empresa innovadora que quiera aprovechar la tecnología más disruptiva para la industria turística, junto con el Tourism Innovation World Summit, donde los líderes del sector compartirán sus casos de éxito en tanto nuevos modelos de negocio para redefinir una nueva era para el turismo. El evento presenta una agenda diseñada específicamente para cada perfil profesional de este sector, así como foros especializados para cada sección como destinos, aerolíneas, movilidad, tour

operadores, distribuidores, agencias de viajes, o MICE entre otros. Una *masterclass* de tendencias y un debate en profundidad sobre el futuro del turismo durante tres días.

### Evento presencial

Todo ello en un enclave tan especial como Sevilla, siendo la ciudad hispalense capital mundial de la innovación turística, del 25 al 27 de noviembre de 2020. Y por todo ello, a pesar de las últimas restricciones impuestas, el Gobierno central, la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Sevilla y el Sector Turístico han confirmado que el evento se celebrará de manera presencial, a pesar de las nuevas restricciones.

En este sentido, el alcalde de Sevilla, Juan Espadas, ha destacado que se pretende convertir a la ciudad en una referencia en cuanto a la innovación y las tecnologías. "Vamos a trasladar un mensaje de confianza a la industria turística celebrando un congreso que marcará tendencia en cuanto al uso de las nuevas tecnologías, que serán capitales a la hora de retomar con fuerza el Turismo una vez superada la pandemia", ha explicado. Por su parte, la directora de TIS 2020, Silvia Avilés, ha destacado que "los eventos profesionales no pueden parar, y TIS 2020 será la cumbre estratégica de recuperación económica en el que se decidirá la hoja de ruta de reactivación de la campaña 2021 del Turismo".

Por otra parte, pese a las nuevas medidas adoptadas por la Junta de Andalucía, que permite la celebración de congresos profesionales con un máximo del 40% del aforo, el Sector ha reclamado a los gobiernos y autoridades la activación de medidas de prevención que permitan continuar con "una actividad fundamental para la economía española". Entre ellas, demandan la realización de pruebas de antígenos en origen y destino para los turistas, una medida que ya se ha empezado a aplicar en algunas regiones como en la Islas Canarias, para crear entornos más seguros.

## El Foro MICE crece con la incorporación de TAG

Sigue trabajando para mantener España como destino de excelencia del Sector

La asociación de agencias de viajes españolas independientes especializadas en viajes corporativos, MICE, y viajes vacacionales a medida, Travel Advisors Guild (TAG), se suma a Foro MICE (premiado recientemente por su labor), y será su vicepresidente del Consejo Directivo y CEO de MTGlobal, José Miguel Gimeno, quien se incorpore a la Junta Directiva del Foro como vocal. De esta manera, sigue conformándose la estructura del Foro con las principales asociaciones nacionales e internacionales de la industria MICE, cuyo principal objetivo es dar visibilidad al sector de congresos, reuniones, incentivos y eventos.

Su presidenta, Matilde Almanoz, ha destacado la importancia de esta nueva incorporación, tanto por

la actividad que representa Travel Advisors Guild, como por la visión y el nuevo enfoque que ahora completa la visión conjunta del Foro: "Sin duda, es el camino para que seamos una industria unida y profesionalizada que sigue trabajando para mantener España como destino MICE de excelencia".

### Posicionamiento de fuerza

José Miguel Gimeno ha señalado que "la incorporación de TAG a Foro MICE supone un paso definitivo y un posicionamiento de fuerza del sector de los organizadores de eventos, en un momento en el que el desafío que nos plantea el nuevo escenario hace más vital y estratégico quienes

forman parte del Foro". "TAG cierra el círculo con voz y voto en representación de las agencias de viajes independientes organizadoras de eventos corporativos y, por tanto, con un alto componente MICE", asegura, a la vez que explica que "nuestras agencias tienen un importante peso en congresos, eventos corporativos y DMC y aportan valor en integrar de alguna manera la mayoría de las corrientes del resto de los miembros de Foro MICE".

Así la Junta Directiva pasa a estar integrada por Matilde Almanoz (presidenta de OPC España), como presidenta; Germán Inostroza (presidente SITE Spain), vicepresidente; Fay Taylor (presidenta de SpainDMC's) tesorera y Christoph Tessmar (presidente de ICCA),



José Miguel Gimeno, de TAG.

secretario. Como vocales Alessia Comis (past president de MPI); Andrés Virto (vicepresidente de Aevea); José Miguel Gimeno (vicepresidente del Consejo Directivo y CEO de MTGlobal), y los miembros del Consejo Asesor María Gómez, presidenta de EMA; Anselmo Rodríguez, secretario de Aspec; y Jesús Baranda, presidente de AEC.

# Industria de eventos prevé una recuperación total en uno o dos años por la interrupción de eventos presenciales

El distanciamiento social y la desinfección se convierten en claves en el Turismo de negocios de la era postCovid-19

**Hay que ser realistas: se necesitan mínimo uno o dos años para que el sector de los eventos presenciales se recupere. Esta es una de las principales conclusiones de la encuesta realizada por EventsCase entre unos**

**500 profesionales del sector de los eventos en todo el mundo. Según estos datos, parece que los organizadores de eventos están resignados a que el parón continúe durante el próximo invierno. "Muchos**

**eventos simplemente no pueden llevarse a cabo con las restricciones actuales, y eso tiene un gran impacto", aseguran, y esperan el éxito de eventos online e híbridos para paliar la necesidad de los cara a cara.**

La mayoría de los profesionales de eventos cree que uno o dos años es un plazo realista para recuperarse de la crisis generada por el Covid-19 y la consiguiente interrupción generalizada de las reuniones cara a cara. Una encuesta reciente del proveedor de tecnología de eventos EventsCase, realizada entre unos 500 participantes concluye que el 52% no puede prever una recuperación antes de por lo menos el final de 2021. Sólo el 28% votó por la segunda opción más elegida, entre seis y 12 meses. Según estos datos, parece que los organizadores de eventos están resignados a que el parón continúe durante el próximo invierno.

Un total de 14% predice un período de recuperación aún más largo de tres años, y sólo el 6% prevé un cambio rápido de uno a seis meses. La encuesta se cerró justo antes del anuncio del gobierno del Reino Unido de que se permitiría la

celebración de conferencias y exposiciones a partir del 1 de octubre de 2020 y justo antes de alcanzar lo que en España se ha venido en llamar "nueva normalidad", una normalidad marcada por el uso obligatorio de las mascarillas, reducción del aforo y estrictas medidas sanitarias en los pocos eventos físicos celebrados tras el confinamiento.

## Eventos virtuales

Comentando los resultados de la encuesta, José Bort, CEO y cofundador de EventsCase, ha dicho: "Es comprensible que muchos piensen que nos llevará hasta dos años reparar el daño infligido por el Covid-19. Muchos eventos simplemente no pueden llevarse a cabo con las restricciones actuales, y eso tiene un gran impacto en los parámetros que estamos tratando de recuperar".

"Dicho esto, estamos recibiendo noticias muy positivas de todos los eventos virtuales e híbridos que se están celebrando y que podrían salvar la brecha entre un mundo pre y post-Covid-19. Los organizadores ahora tienen el tiempo y el interés para probar nuevos formatos que faciliten la participación de la gente a distancia. Aunque no esperamos que las experiencias digitales sustituyan a las reuniones físicas, una combinación de ambas podría ayudar a los organizadores a aumentar su alcance geográfico y su audiencia potencial".

Otra encuesta posterior de EventsCase apoya la idea de que los eventos virtuales mantendrán su lugar en la industria una vez que los eventos físicos puedan realizarse con normalidad. Poco más de la mitad de los encuestados (56%) espera que evolucionen "paralelamente a los eventos físicos", y el 34% cree que tienen el poder



EventsCase, plataforma del estudio.

suficiente para convertirse en formatos por derecho propio.

EventsCase ha sumado a su software de gestión de eventos 'todo-en-uno' una serie de herramientas para desarrollar experiencias exclusivamente online. Ya son más 30.000

asistentes online los que se han registrado a los eventos realizados a través de la plataforma EventsCase. Entre sus últimos desarrollos destaca su integración con Zoom para facilitar una experiencia de usuario más fluida para los asistentes.

## Apuesta por los traslados privados, la nueva movilidad en el 'business travel'

Una de las consecuencias de la crisis del Covid-19 es la necesidad de las empresas de implantar programas privados de traslados de empleados para evitar en la medida de lo posible el transporte público, así como invertir en soluciones tecnológicas de geolocalización. Así se desprende del informe 'Nuevas necesidades de movilidad urbana', elaborado por Forum Business Travel y Uber for Business tras encuestar a cerca de 800 profesionales.

Forum Business Travel, en colaboración con Uber for Business, ha explorado el nuevo escenario de movilidad urbana a través de una encuesta realizada a 772 *travel managers* de empresas con sede o delegación en España y agentes de viajes responsables de cuentas corporativas. También ha mantenido entrevistas personales con profesionales de diversos segmentos del Business Travel. Las conclusiones del informe han sido presentadas en un webinar monográfico.

Según el estudio, los responsables de viajes de las empresas consideran de forma muy mayoritaria que es necesario implantar un programa específico de traslados, algo en lo que se declaran "de acuerdo" o "muy de acuerdo" más del 88% de los consultados, como forma de garantizar la distancia social requerida. Con la vuelta al trabajo han variado las necesidades de transporte, tanto de los emplea-

dos que se desplazan a sus centros laborales, como de los viajeros de negocios que tienen que atender sus reuniones o la asistencia de movilidad para clientes. El vehículo particular o de alquiler, el VTC y el taxi han ganado peso en los programas de viajes de las empresas, que demandan acuerdos estables con los proveedores del sector.

## Apuesta por la digitalización

La seguridad, la higiene y la flexibilidad son valores en alza en las circunstancias actuales, como no podría ser de otra forma. Junto a ello, las empresas han endurecido los criterios para autorizar los desplazamientos, vigilando de forma más estrecha su rentabilidad. De acuerdo con los resultados de la encuesta, un 92% de los *travel managers* y agentes de viajes corporativos lo considera bastante o muy importante. Además de ello, las empresas apuestan por la digitalización, por los servicios integrales que ofrezcan distintas alternativas para los desplazamientos y por la conciliación administrativa en facturas únicas, esta última calificada como bastante o muy importante por más del 86%.

La encuesta revela asimismo que existe una clara división de opiniones entre las empresas favorables a ofrecer a la plantilla un servicio de comida a domicilio



Hay que implantar traslados privados.

y las que se muestran en contra. Tampoco hay coincidencia sobre si resulta útil proporcionar bonos para desplazamientos, comidas o dietas.

Según comenta el socio cofundador de Forum Business Travel, Óscar García, "en muchos casos, las corporaciones no son conscientes de su gasto anual en movilidad, porque tradicionalmente se ha tratado de un coste disperso que suele escapar al control". Por su parte, el *manager* de Uber para España, Juan Galiardo, subraya que "las rutas en vehículos privados se han reforzado con exhaustivos controles de limpieza e higiene en cada recorrido. El consenso de nuevos protocolos entre las empresas y los proveedores de movilidad refuerza la monitorización de los procesos y los trayectos".

## Es necesario modernizar la gestión de viajes y los gastos corporativos

Forrester Consulting, por encargo de Amadeus, acaba de publicar el estudio: 'Transformación digital para viajes y gastos corporativos: equilibrar la eficiencia de los procesos, el cumplimiento normativo y la experiencia de los empleados'. Otros estudios de Amadeus han sido sobre la nueva movilidad en el *business travel*.

Este informe revela que las empresas necesitan replantear sus tecnologías de viajes y gastos para transformarse digitalmente, mejorar la experiencia de los empleados y aumentar la eficiencia de las operaciones financieras mediante la automatización e integración.

## Cuidado con lo obsoleto

Según el estudio de Forrester (basado en entrevistas cualitativas y una encuesta realizada entre 556 directivos): Las empresas reconocen que mejorar la gestión de sus viajes y gastos corporativos es fundamental para la transformación digital, ya que hoy en día muchos formularios siguen dependiendo de herramientas tradicionales/obsoletas, como las hojas de cálculo. Solo un pequeño porcentaje de las empresas cuentan con un sistema de gestión de viajes y gastos de principio a fin basado en la nube.

Los sistemas tradicionales añaden una carga manual al volu-



Oficina digitalizada.

men de trabajo de los empleados, los directivos y los equipos de contabilidad. Por ejemplo, en algunas empresas encuestadas se tarda un promedio de 13,6 horas en tramitar los viajes y los gastos asociados. Hay una gran demanda de herramientas digitales fáciles y sin complicaciones para los empleados que no quieren procesos largos y complicados orientados al papel. Los viajes, la transformación digital y la sostenibilidad de los negocios seguirán siendo temas importantes en las agendas corporativas a medida que reanuden su actividad y se muevan en la era del Covid-19. La tecnología, por lo tanto, desempeñará un papel crucial como facilitador y acelerador de la recuperación.



---

# EL EVENTO QUE TÚ ELIJAS

**EXCLUSIVIDAD, SERVICIO, CALIDAD Y CONFIANZA  
PARA CREAR UN EVENTO ÚNICO ADAPTADO A TUS NECESIDADES.**

Considerado como uno de los lugares con los espacios para eventos más grandes de Europa, el Madrid Marriott Auditorium pone a disposición del cliente todos lo necesario para crear una experiencia única y personalizada.

Además del equipo humano cualificado y especializado en MICE, se unen unas características únicas para realizar cualquier tipo de evento como 2 recepciones, 10 ascensores, 4 bloques, 4 pisos de habitaciones, espacios de reunión panelables en una misma planta que facilita el flujo de clientes, parking cubierto con 1.000 plazas y parking exterior con capacidad para 40 autobuses, entre otras. Sin olvidarnos de la cima de su oferta MICE con 56 salas de reuniones y el Auditorio con un total de 2000 asientos donde disfrutar de inolvidables jornadas de eventos y convenciones.

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

## Viajes El Corte Inglés ha conseguido diferentes cuentas de distintos ámbitos

En el edificio se ubicará la nueva sede de la Organización Mundial del Turismo

A finales de octubre Viajes El Corte Inglés ha firmado diferentes acuerdos de colaboración con varias empresas. Por un lado, El Corte Inglés y LaLiga Smartbank (la Segunda División del fútbol español) han afianzado esta temporada 2020/21 su relación de patrocinio, que comenzara allá por 2017. Así, Viajes El Corte Inglés se encargará de gestionar la logística de viajes y alojamiento de los clubes de fútbol que componen LaLiga Smartbank esta temporada.

Dentro también del ámbito deportivo, El Corte Inglés ha alcanzado un acuerdo por el que se convierte en el proveedor oficial de Movistar Estudiantes para la temporada 2020/2021 de baloncesto. De esta manera, Viajes El Corte Inglés se convierte en la nueva agencia de viajes oficial de los equipos masculino y femenino del conjunto colegial. De esta forma, gestionará los traslados y alojamientos de los integrantes de Movistar Estudiantes durante la temporada con la garantía de ser Viajes El Corte Inglés, la 'Mejor Agencia de Viajes de Negocios 2019'.

Por último, Viajes El Corte Inglés ha resultado adjudicatario del concurso de la cuenta general de viajes de la Corporació Catalana



Oficina de Viajes El Corte Inglés.

de Mitjans Audiovisuals por un volumen estimado de 7,2 millones de euros durante los próximos cinco años en caso de ejecutarse todas las prórrogas previstas en el pliego de condiciones.

En la licitación participaron ocho importantes agencias de viajes, que presentaron ofertas económicas muy similares pero para la adjudicación fue determinante la valoración que Viajes El Corte Inglés obtuvo por su oferta técnica que incluía conceptos que aportaban valor y diferenciación

tales como: Servicio de Urgencias 24 horas, atención en el extranjero a través de oficinas propias o corresponsales, experiencia en la atención a cuentas similares del sector audiovisual, herramientas de autogestión y gestión de pago a hoteles mediante bonos.

Esta nueva cuenta reafirma la capacidad, experiencia y profesionalidad de Viajes El Corte Inglés a la hora de gestionar a través de su División de Empresas los viajes corporativos de importantes empresas e instituciones.

## Halcón Viajes gestionará los viajes del Real Club Celta

El RC Celta y Halcón Viajes, han firmado un acuerdo de colaboración que la convierte en la agencia de viajes oficial del club, a través de su división especializada Globalia Meetings & Events. El acuerdo tendrá una duración de hasta tres años, e incluye servicios de transporte y alojamiento para los jugadores del primer equipo y *staff* técnico, así como publicidad en el estadio y ciudad deportiva, y otras acciones asociadas al club. Halcón Viajes ofrecerá múltiples servicios y productos para todos los aficionados, tanto en los desplazamientos de los equipos, como en las propias instalaciones del club.

El consejero del club, Primitivo Ferro, señaló que "en el RC Celta estamos muy contentos y orgullosos de volver a trabajar con Globalia; para el club es muy importante en estos momentos que una empresa de su categoría se una al proyecto del club, para poder seguir creciendo y evolucionando al más alto nivel profesional. Además, es una garantía para nuestros equipos y afición tener un partner logístico con la experiencia, dedicación y profesionalidad como Globalia".

Por su parte, desde Globalia Meetings & Events, Carlos Gutiérrez Rubio, director de la

zona norte, destacó que "es un orgullo y un gran reto volver a trabajar con el RC Celta de Vigo y una apuesta importante por el deporte gallego a las puertas del Xacobeo 2021".

**Orgulloso de la colaboración** Gracias a este acuerdo Globalia Meetings & Events refuerza su compromiso y colaboración en el mundo del deporte, donde es en la actualidad agencia oficial de las principales federaciones y clubes de España. Dentro de LaLiga Santander, la marca también coordina los desplazamientos de diferentes equipos de Primera y Segunda división, así como de la Real federación



Iago Aspas y Brais Méndez.

## EventsCase cierra ronda de inversión de cuatro millones

EventsCase es una empresa británica, fundada por dos españoles hace ocho años, con oficinas en Londres, Madrid, Barcelona, Castellón de la Plana, Nueva York y Dubai dedicada al desarrollo de software de gestión de eventos. Su equipo técnico se ubica en Castellón de la Plana, desde donde ha conseguido sobreponerse al descenso en picado de ventas de los primeros compases de la pandemia generada por el Covid-19, el posterior confinamiento y la suspensión masiva de eventos físicos.

Los nuevos desarrollos implementados, específicos para eventos virtuales e híbridos, han colocado a EventsCase en números de crecimiento a pesar de la crisis, cerrando una ronda de inversión de cuatro millones de euros, todo un crecimiento a pesar de lo que está padeciendo esta industria.

Entre los inversores que han participado en esta ronda destaca el Presidente de la Asociación Británica de Private Equity y Venture Capital, Neil MacDougall y otros como Lucas Hulsman, que se ha decidido por EventsCase precisamente por su capacidad de reconstruirse frente a las adversidades: "Si alguna vez una escuela de negocios quiere hacer un caso de estudio sobre lo que significa pivotar con éxito frente a una

crisis existencial, EventsCase es el único que debe elegir".

La inyección de capital ya se ha notado en la compañía con la contratación de 10 nuevos miembros. Este refuerzo humano colaborará en el desarrollo de nuevos y ambiciosos proyectos en todo el mundo, que ya están en marcha y que pasan por la posibilidad de conectar hasta 100.000 asistentes on line, interactuando a través de la plataforma de gestión de eventos y un millón accediendo al *streaming*, algo inédito en el sector.

Para Jose Bort, CEO y Co-fundador de EventsCase: "Esta ronda de inversión apunta el proyecto de la compañía que, a pesar de haberse enfrentado a una crisis que podía haber puesto fin a su continuidad, ha conseguido salir más fortalecida, con mayores capacidades y en una posición más competitiva".



Apuntalan así el proyecto.

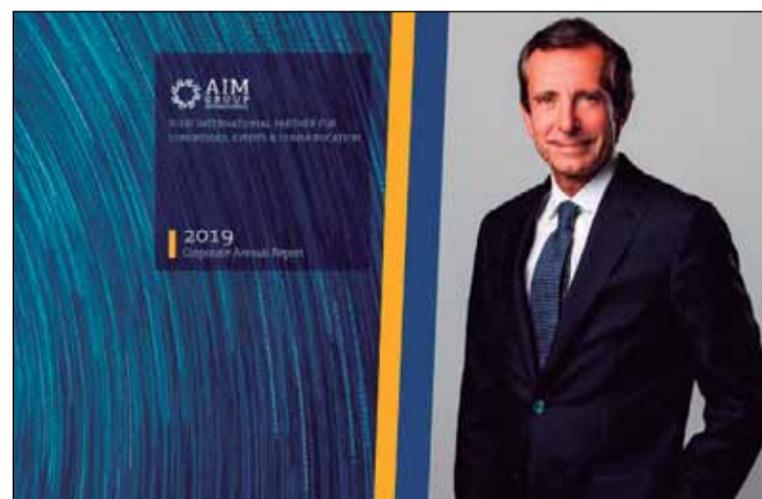
## AIM confirma que ha registrado unos resultados positivos y tiene base sólida

Los datos de éxito económico-financiero se desprenden de su informe anual de 2019

AIM Group International, una compañía con más de 60 años de experiencia en congresos, eventos y comunicación, ha hecho público su reporte anual correspondiente al año 2019 y anuncia resultados económicos y de negocio positivos. Estos resultados destacan por un lado, la parada obligatoria provocada por la emergencia sanitaria de un crecimiento constante del Grupo en los últimos años, y por otro, ofrecen tranquilidad para afrontar las dificultades actuales con la pericia de la experiencia y la innovación de la tecnología de AIM: transformando congresos en experiencias digitales, por ejemplo.

La actividad diversa de nuestras divisiones, los sólidos resultados económicos y la habilidad para agrandar y expandir la naturaleza del negocio y de los Servicios ha reportado resultados positivos y significantes en 2019 a distintos niveles, confirmando AIM Group como una de las empresas líderes en el mercado de los eventos y de las conferencias.

Profundizando en los resultados económicos, el Balance Consolidado de 2019 es positivo, los ingresos totales fueron mayores que en 2018



Gianluca Buongiorno, presidente de AIM Group International.

y un Ebitda positivo fue reportado. El Ebitda es de prácticamente 2.7 millones de Euros y el total de ingresos 106.6 millones de Euros que representa un 7.7% de incremento.

### Estrategias rentables

Si incluimos a las matrices y compañías no pertenecientes al grupo en propiedad el total de ingresos asciende a 120 millones de euros. "Los resultados de 2019 muestran la capacidad del grupo para la

ejecución de estrategias rentables a medio y largo plazo" comenta Gianluca Scavo CEO de AIM Group Internacional.

"Hemos realizado un performance mayor al de la media del mercado. Hemos continuado reportando sólidos márgenes que destinaremos con una clara visión de futuro, adaptada a la coyuntura actual con una clara mirada hacia la inversión en tecnología, procesos, productos, infraestructuras y recursos".



Catering en un evento.

## Así afecta la crisis de la pandemia al catering, según AEC

Durante estos meses, en la Asociación Empresarial de Catering (AEC) han gestionado procedimientos para reactivarse, para superar la situación, para adaptarse a las nuevas situaciones, han estado trabajando en grupos para definir cómo gestionar el cliente de empresa, los servicios en el mercado de bodas, como mejorar el servicio para que los asistentes y empleados se sientan más seguros. Así, han demostrado el compromiso social y empresarial para que esta situación mejore, se reactive y se siga adelante.

Y finalmente, han hecho un resumen de actividad entre sus socios y el resultado es el siguiente: la caída de facturación y ventas a septiembre es del 72,22% respecto al año pasado, la previsión de bajada de facturación a final de año es del 75,23%, el descenso en el número de servicios de *catering* realizados al mes de septiembre respecto a 2019 es del 69,21%, el número de asistentes a los eventos es un 51,13% respecto al año pasado, el beneficio previsto para final de año es un 74,78% menor que el año pasado, y el porcentaje de empleados en Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) actualmente es del 62%.

### Se necesitan ayudas

Con estos números es clara la situación que se está viviendo en las empresas de *catering*. Se siguen haciendo servicios, siguen cumpliendo su compromiso, pero las circunstancias impiden trabajar al nivel que gustaría al Sector. Se necesitan ayudas y que las reivindicaciones sean escuchadas. Se necesita que la actividad social y empresarial se reactive. Las personas se tienen que volver a reunir, a asistir a eventos, a compartir, y a realizar *networking* con las medidas de seguridad oportunas.

# Se crea la Asociación On-Go de eventos y stands, para fomentar buenas prácticas

Era una asignatura pendiente que se unieran para trabajar en la defensa de los intereses de sus profesionales

El pasado viernes 16 de octubre un grupo de profesionales del sector se juntaron para seguir adelante en un proyecto necesario y que siempre ha estado pendiente de realizar: la creación de una asociación que tiene como objetivo defender los derechos de las empresas en estos momentos tan complicados que estamos viviendo. Se trata de la Asociación Empresarial de Diseño y Producción de Stands y Eventos On-Go.

Era una asignatura pendiente en el Sector que las empresas se unieran para trabajar en la defensa de los intereses de unos profesionales cuyo servicio al cliente es su objetivo fundamental. Así, hace unos meses se pusieron en común una serie de inquietudes: el asesoramiento legal necesario para la actividad, la defensa de los intereses generales, la salvaguarda efectiva ante el intrusismo y la competencia desleal, el apoyo y fomento de la labor de perfeccionamiento de las empresas asociadas, la negociación de acuerdos, la organización de acciones de carácter formativo que redunde en el beneficio de los asociados, y la gestión de convenios que afecten e interesen a sus miembros.

Y todo ello, desarrollando el espíritu de solidaridad entre sus miembros y fomentando la comunicación a través de una adecuada labor informativa.

Era necesario y así se va a hacer la promoción de una imagen atractiva del sector tanto en el mercado nacional como internacional.

### Evitar intrusismo

Entre otros objetivos de On-Go destaca el prestar asesoramiento a las empresas socias, así como defender, promover y salvaguardar los intereses generales de las empresas asociadas. Espera también ejercer una defensa efectiva de un código de buenas prácticas profesionales, así como representar a las empresas asociadas ante personas y entidades públicas y/o privadas, y en particular ante las administraciones estatal, comunitaria y municipal.

La asociación también quiere desarrollar el espíritu de solidaridad entre sus miembros, fomentando la comunicación a través de una adecuada labor informativa. Igual que gestionar contenidos y jornadas de formación para el crecimiento profesional de los miembros y mostrar al exterior una imagen de calidad como muestra del trabajo desarrollado por sus miembros.

Desarrollar un plan de comunicación interno y externo que muestre la actividad del sector profesional en el que desarrollamos nuestra actividad y fomentar el *networking*



Reunión híbrida de On-Go.

relación entre socios como muestra de unidad del Sector, son algunos de los otros objetivos. Por último, las empresas asociadas quieren impulsar una autorregulación de las pautas de conducta del sector a través de un código que aporte un valor diferencial de ética y transparencia.

El objetivo de esta gestión es que la pertenencia a On-Go garantice que la empresa asociada cumple con los estándares más exigentes del mercado, conforme a lo solicitado en los concursos organizados por compañías e instituciones, teniendo siempre como finalidad la excelencia en el servicio y un futuro "sello de calidad".

El 29 de octubre se celebró la presentación oficial de la Asociación en Ifema. En el evento hubo oportunidad de conocer los detalles del proyecto y sus objetivos. Las empresas del sector pudieron asistir tanto de manera presencial como por *streaming*. Se habló del origen, los valores, la misión, los objetivos y las reivindicaciones de este sector. El evento se cerró con el agradecimiento por parte del presidente de On-Go, Francisco Garrido, con unas palabras que definen el proyecto: "Un sector para su completo desarrollo necesita una Asociación, si creemos en nosotros mismos, lograremos todo aquello que nos proponíamos".

# Emcotur sale en defensa del Sector Turístico ante las medidas antiCovid-19

Pide que las pymes del Sector sean consideradas como negocios que prestan servicios esenciales o prioritarios

La Asociación Empresarial de Turismo de la Provincia de Córdoba (Emcotur) engloba a empresas y profesionales del Sector Turístico y auxiliar, radicados en todas las comarcas de la provincia de Córdoba. Ante la situación de crisis del Sector por la pandemia y las medidas restrictivas, ha lanzado un comunicado oficial en el que reclama un mayor apoyo.

Como explican, en Emtotur hay negocios turísticos de diferentes subsectores relacionados, directa o indirectamente, con el Turismo, como son bares, restaurantes, alojamientos rurales, empresas de Turismo activo y ecoturismo, Organizadores Profesionales de Congresos (OPCs), empresas de servicios turísticos auxiliares y complementarios, etc.

Consideran que los profesionales del Turismo son los más golpeados por la crisis, y sus terribles consecuencias económicas. No obstante, pese a las adversidades, subrayan que siguen estando al frente de sus negocios para colaborar con la sociedad, y superar los efectos económicos negativos de la pandemia. Conscientes de las circunstancias y por respon-

sabilidad colectiva, aplicamos las medidas para evitar la propagación de la Covid-19 correctamente, respetando en todo momento las limitaciones de aforos establecidas.

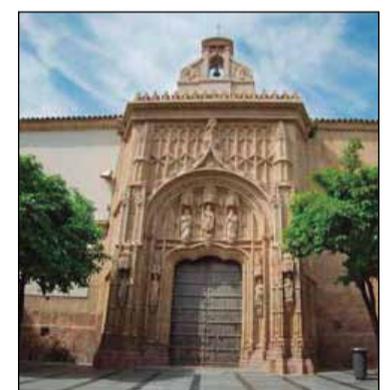
Las empresas que representan, desde que salieron del confinamiento, han realizado inversiones y gastos importantes, para acondicionar sus negocios, adaptándonos a las exigencias prescritas en cada fase. Han recordado a sus clientes la obligatoriedad de cumplir las normas sanitarias, velando por su seguridad y salud, contribuyendo, con mucho esfuerzo, a mantener el equilibrio entre salud y economía en nuestro territorio.

### Medidas de flexibilización

Así, creen que este esfuerzo y sacrificio debe ser tenido en cuenta por las administraciones públicas para adoptar medidas de flexibilización de esta actividad, ya que las empresas que integran el Sector Turístico han tenido un comportamiento muy responsable implementando con rigor todas las medidas anticovid.

Atendiendo a la normativa publicada, la asociación ha comprobado que cada Comunidad autónoma puede flexibilizar o hacer más rígidas las medidas a aplicar en estos momentos, dentro del marco general. Y por todo ello solicitan que las pymes del Sector Turístico, en sus diferentes actividades, sean consideradas como negocios que prestan servicios esenciales o servicios prioritarios, para la recuperación económica de Andalucía, flexibilizando, en la medida de lo posible, los aspectos relativos a la movilidad de aquellas personas que contratan estos servicios.

Piden además que las restricciones de aforo a aplicar a estas empresas sean las que se incluyeron en el BOJA extraordinario número 52, de martes 01 de septiembre de 2020, no reduciendo el aforo establecido en esta norma para la realización de: visitas guiadas, actividades de Turismo activo o ecoturismo y alojamientos turísticos. En todo caso, respetando, la agrupación máxima de seis personas, con las distancias establecidas, dentro del aforo permitido en esta norma. Que en todo caso, la Comunidad,



Palacio de Congresos de Córdoba.

dentro de sus competencias, amplíe al máximo los límites horarios y otros, establecidos en el citado BOE de 25 de octubre de 2020.

Teniendo en cuenta la situación de pérdida irreparable que están sufriendo las pymes y autónomos del Sector Turístico, se establezcan ayudas directas, que no sean en régimen de concurrencia competitiva, de ágil tramitación, que contribuya a reparar en parte esta situación, puesto que muchos negocios se verán abocados al cierre.

# De los Mozos presenta un plan ambicioso de futuro para Ifema, más digital e internacional

Piden ayudas a los autónomos y las empresas, IVA reducido y la reactivación inmediata de las agendas de eventos

**Transformación digital, innovación e internacionalización se han convertido en las claves del plan de futuro que plantea el presidente del Comité Ejecutivo de Ifema, José Vicente de los Mozos. El presidente del**

**Comité Ejecutivo de Ifema ha sido el protagonista de la segunda sesión de los webinars institucionales organizados por la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, una serie de en-**

**cuantos virtuales que se han puesto en marcha con carácter periódico con el fin de acercar algunas de las instituciones, empresas y empresarios más relevantes de la región para que cuenten su experiencia.**

El presidente del Comité Ejecutivo de Ifema, José Vicente de los Mozos, ha sido el protagonista del segundo webinar institucional organizado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid. Durante el encuentro, ha hablado sobre los planes de futuro de Ifema, institución con la que se ha comprometido para aportar su experiencia dentro del ámbito empresarial, y apostar en estos momentos de crisis por tres grandes pilares sobre los que ha desarrollado su Plan Estratégico de Negocio para Ifema: transformación digital, innovación e internacionalización.

Desde que el pasado mes de junio asumiera la presidencia de Ifema, José Vicente de los Mozos, ha afrontado el futuro de la institución con el ánimo de "ayudar a mi país precisamente en el contexto de la complicada situación que estamos viviendo". En este sentido, ha destacado el efecto multiplicador

que la actividad de Ifema ejerce en la economía de Madrid, cuantificado, de acuerdo con el último estudio realizado por la consultora KPMG, en un impacto anual de 5.104 millones de euros, el 3,8% del Producto Interior Bruto (PIB) de la ciudad de Madrid y el 2,2% del PIB de la Comunidad de Madrid, generando 39.343 empleos.

## Oportunidades de cambio

"El objetivo de Ifema durante estos meses ha sido aprovechar el largo periodo de parón de actividad, y trabajar para identificar las oportunidades de cambio y de transformación que permitan desarrollar nuevos modelos de negocio, combinando lo presencial y lo virtual (híbrido), para incrementar facturación, generar actividad a las empresas y alcanzar nuevos mercados", ha explicado De los Mozos.

Un modelo que permitirá a Ifema ir adaptándose a las distintas situaciones, como es el caso actual de la feria Fruit Attraction, que se ha celebrado en el mes de octubre en formato telepresencial, y que ha posibilitado que alrededor de 500 empresas de todo el mundo hayan podido participar y hacer negocio.

En este sentido, De los Mozos ha señalado que "Ifema está trabajando para ultimar la firma de dos NDA para alcanzar alianzas con grandes operadores tecnológicos que faciliten esta transformación, y que permita a la institución hacer desarrollos muy pioneros en el ámbito digital".

Por otro lado, el presidente de Ifema ha destacado que precisamente por la vía de la digitalización "no solo esperamos conseguir que un 25% de la facturación llegue en tres años por esta línea de negocio, sino también avanzar en la internacionalización de

nuestra actividad alcanzando nuevos mercados, especialmente iberoamericanos y europeos".

"No obstante, cuando se normalice la situación, el objetivo de globalización se traducirá también en llevar proyectos de éxito de Ifema a otros países y atraer también grandes congresos y eventos internacionales a Madrid", ha puntualizado.

El presidente de la Cámara de Madrid, Ángel Asensio, ha ejercido como maestro de ceremonias, junto al periodista económico Javier Mardomingo, que ha moderado la jornada. Asensio ha agradecido la participación de De los Mozos, al que ha denominado como "uno de los profesionales más brillantes de España" y ha asegurado que la experiencia con la que cuenta el nuevo presidente de Ifema tanto en el ámbito internacional como de la innovación "va a suponer un extraordinario valor".



El presidente del Comité Ejecutivo de Ifema, José Vicente de los Mozos.

Además, ha señalado que "la feria internacional tiene todavía un largo potencial y un recorrido por explorar, que sin duda reforzará la misión de Ifema como embajadora de la imagen de Madrid y de España".

# El 59º Congreso ICCA perfila un modelo a seguir tras la crisis sanitaria provocada por la pandemia

La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones firma el Protocolo de Kaohsiung en su evento anual

**El 59º Congreso de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) se ha transformado a híbrido por la pandemia. Uno de los principales resultados del legado del congreso ha sido la firma del**

**Protocolo de Kaohsiung, un marco de colaboración colectiva que identifica las principales tendencias y estrategias clave, que permitirán que la industria de las reuniones internacionales prospere, ahora y**

**en el futuro. Las tendencias identificadas incluyen modelos de negocio innovadores, riesgo compartido, reestructuración digital y eventos híbridos, así como estrategias de valor y compromiso mejoradas.**

La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) ha anunciado junto con la ciudad taiwanesa de Kaohsiung, el Marco del Protocolo de Kaohsiung como el principal resultado del legado del 59º Congreso de ICCA. Este año, el Congreso de ICCA se ha transformado en una experiencia híbrida como ninguna otra. Como parte del programa interactivo del Congreso de seis semanas de duración, toda la comunidad global de ICCA se ha conectado entre sí y ha explorado nuevas ideas, formatos y tecnologías.

Juntos han creado el Protocolo de Kaohsiung, un marco de colaboración colectiva que identifica las principales tendencias y estrategias clave, que permitirán que la industria de las reuniones internacionales prospere, ahora y en el futuro. Las tendencias identificadas incluyen modelos de negocio innovadores, riesgo compartido, reestructuración digital y eventos híbridos, así como estrategias de valor y compromiso mejoradas.

El presidente de ICCA, James Rees, afirma que "ha sido un privilegio trabajar con el gobierno de la ciudad de Kaohsiung y agradecemos a todas las partes interesadas de la ciudad anfitriona por su compromiso de afrontar el desafío presentado por la pandemia mundial y de volver a imaginar el Congreso de ICCA y construir un evento híbrido que actuará como un estudio de caso "en vivo" para toda la industria de eventos y, en última instancia, brindará un marco para el futuro de nuestra asociación que será consagrado en el Protocolo de Kaohsiung: un marco tangible y documentado que será el verdadero legado del evento de este año, y eso resonará con los miembros en los próximos años".

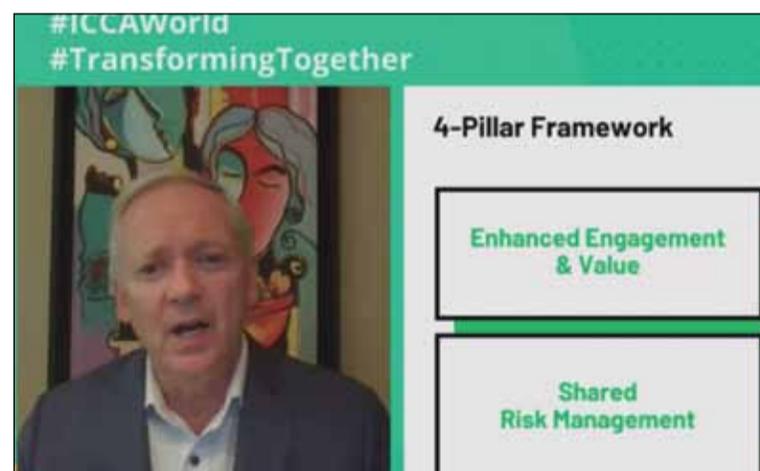
## Tendencias mundiales

El marco del protocolo de Kaohsiung es la respuesta de ICCA a las principales tendencias mundiales, como el avance tecnológico, la seguridad y la salud, y la comprensión de las próximas generaciones

de asistentes, todo lo cual impacta en la industria de eventos globales. Nuestra conclusión es que es un deber y un privilegio de la industria de los eventos contribuir al avance de la sociedad mediante la promoción de valores fundamentales como la economía del conocimiento, el desarrollo sostenible y la conexión global.

El moderador del grupo de trabajo del Protocolo de Kaohsiung y director ejecutivo de Talley Management Group, Gregg H. Talley, ha añadido que "es un día emocionante para ver la realización del Protocolo de Kaohsiung con la firma". "Tenemos un marco para que los miembros se basen en los comentarios de nuestros clientes", prosigue, mientras destaca que "tenemos un camino interesante para avanzar en modelos comerciales innovadores, colaboración y promoción de la industria. Nuestro objetivo era crear un legado para el Congreso de Kaohsiung: ¡Misión cumplida!".

Este es un nuevo marco para identificar y priorizar estas importantes



Momento del 59º Congreso ICCA que este año ha tenido formato híbrido.

tendencias y estrategias. Hacemos un llamado a los miembros de ICCA y a la sociedad en su conjunto, para que hagan referencia al Marco del Protocolo de Kaohsiung en la coordinación del desarrollo futuro.

El director ejecutivo de ICCA, Senthil Gopinath, subraya que el "objetivo principal de ICCA es reiniciar nuestra industria de

una manera segura y sostenible". "ICCA, que es la asociación de la industria de reuniones globales, decidió crear un marco que permitirá y apoyará a los miembros de ICCA ya la industria de eventos empresariales en general para utilizar el conocimiento, las mejores prácticas y comprender los nuevos modelos de negocio".

# MARRIOTT AUDITORIUM NEWS



## MADRID MARRIOTT AUDITORIUM, GASTRONOMÍA Y CULTURA

Hay hoteles que simplemente son más. Un poco más de relax, un poco más de descanso, un poco más de ocio y, por qué no, un poco más de sabor. Así es Madrid Marriott Auditorium, un establecimiento donde encajan todas las opciones y donde, además de ser el centro de operaciones perfecto a la hora de conocer la ciudad o, incluso, España, funciona como el punto de encuentro social y de negocios ideal con distintas propuestas que lo hacen exclusivo.

Madrid Marriott Auditorium sabe diferente. El hotel madrileño dispone de una oferta gastronómica variada apoyada en conceptos actuales donde no se escapa la **cocina saludable**, presente en las diferentes cartas del establecimiento. Podemos disfrutar desde primera hora de la mañana de la mejor recarga de pilas: su **Buffet Madrid**, un salón especial con más de 1.000 m<sup>2</sup> donde resaltan los productos de cercanía, base de la dieta mediterránea. Qué decir del salón más movido del hotel. Su **Champions Bar**, un lugar perfecto para disfrutar de de-

porte, ocio y gastronomía regada con las mejores cervezas y los cócteles más especiales.

Y si hay algún lugar que destaca, aún más, por su personalización y exclusividad ese es el **Executive Lounge** donde la gastronomía se afina al máximo consiguiendo un ambiente exquisito.

Madrid Marriott Auditorium ofrece una gastronomía basada en la cocina internacional y nacional especial por el origen y naturaleza de sus elementos. Algo que también es patente cuando hablamos del turismo **MICE**. Los clientes de eventos se encuentran con una cultura gastronómica en sintonía con la decoración y el ambiente.

Y es que en el hotel madrileño trabajan para desarrollar una **cultura gastronómica auténtica**, un esfuerzo que se materializa en acciones o jornadas donde ensalzar productos tradicionales o multiculturales, como son sus famosas Jornadas Gastronómicas.

Porque Madrid Marriott Auditorium es sabor; pero también cultura.



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

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



# WAGYU, LA CARNE MÁS EXQUISITA DEL MUNDO, EN LOS FOGONES DEL CHAMPIONS BAR

Deporte, ocio y gastronomía de altura para una experiencia inolvidable. El Champions Bar de Madrid Marriott Auditorium combina todos los elementos imprescindibles en la coctela del éxito. Si de pasar una jornada especial se trata, nada mejor que acercarnos al bar más deportivo de la capital, el punto de encuentro definitivo para todos aquellos que buscan su butaca particular en una grada única.

Su amplia carta calmará los nervios de los más inquietos. Entrantes para abrir el apetito, nachos, quesadillas, pizzas, fingers... Exquisitos sándwiches, especialidades de Madrid, jamón, croquetas... ¡Auténtica tortilla! Fajitas, costillas de cerdo... Y cómo no, una variada carta de postres para que no haya un final de partido que no sea dulce.

Pero si hay una opción que congela la respiración, es su amplia gama de Hamburguesas, entre las que destaca la **Wagyu**, una de las carnes más selectas del mundo debido a sus características de sabor, ternura y jugosidad única; cualidades que los fogones del Champions Bar mantienen en estado puro. Su aroma es especial y ligeramente dulce con un sabor intenso y agradable. Una textura que se deshace en el paladar. Una hamburguesa única con queso cheddar, calabacín a la parrilla, rúcula, tomate, cebolla roja y pepinillo.

Además, de un estilo inigualable que lo convierten en uno de los salones más especiales del hotel. El Champions Bar cuenta con **nueve televisiones y un televisor**



de **86 pulgadas** que supone el colofón final para embriarnos de la intensidad del juego mientras disfrutas del *Córnier VIP* más exclusivo.

La mejor comida americana y la hamburguesa más especial brindando con una cerveza bien fría por los mejores resultados es aún más satisfactorio desde el Champions Bar de Madrid Marriott Auditorium.

MARRIOTT MADRID AUDITORIUM

*"Una hamburguesa única"*

## HAMBURGUESA WAGYU

Queso Cheddar, Calabacín a la Parrilla, Rúcula, Tomate, Cebolla Roja, Pepinillo.

**16€**  
iva incluido

**En Champions Bar**  
Abierto de 11h a 23h.

Por favor, notifique al personal de la sala si tiene alguna alergia o intolerancia alimentaria.

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

MEMBER OF MARRIOTT BONVUS™

www.madridmarriottauditorium.com | email: info@marriottauditorium.com | +34 914004400 | @HOTELAUDITORIUM

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

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



## EL EVENTO QUE TÚ ELIJAS



**E**n Madrid Marriott Auditorium lo que sueñas, se cumple. ¿Quién no ha fantaseado con la conferencia de su vida? ¿O con el evento perfecto? Incluso con diseñar su propio escenario... En el establecimiento madrileño tu único trabajo es imaginar.

Todas las comodidades, todos los servicios, ¡todas las opciones! El alojamiento es el centro de operaciones perfecto, referente para el turismo MICE y una oportunidad maravillosa para darle forma a un pensamiento. **Exclusividad, servicio, calidad y confianza.** Son muchas las cualidades de un hotel que lo tiene todo, para todos y en cualquier momento. Un establecimiento que responde a las expectativas de cada cual ofreciendo la personalización que le ha llevado a alcanzar la excelencia.

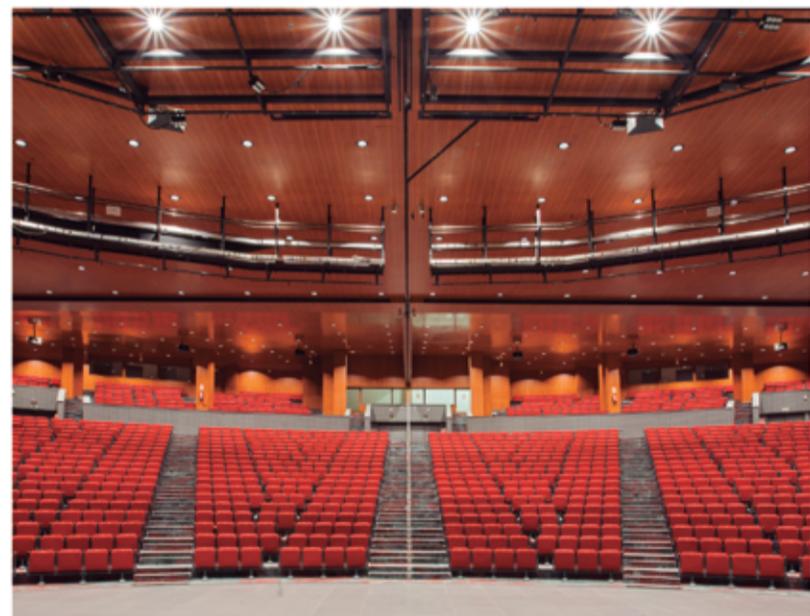
Madrid Marriott Auditorium es considerado uno de los lugares con los **espacios para eventos más grandes de Europa**, que cuenta, además, con un equipo cualificado y especializado que permite adelantarse a las posibles necesidades del cliente. Los espacios amplios y su gran distribución facilitan el flujo de los clientes entre todas las áreas del Hotel. 2 recepciones, 10 ascensores, 4 bloques, 4 plantas de habitaciones permitiendo una mayor agilidad. Espacios de reunión en una misma planta, parking cubierto con 1000 plazas y parking exterior con capacidad para 40 autobuses, entre otras. Características que permiten realizar cualquier tipo de evento.

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, eventos y convenciones. Además, el establecimiento dispone de **56 salas de reuniones** completamente adaptables.

El cliente podrá disfrutar también de una amplia gama de propuestas gastronómicas, empezando el día con fuerza gracias a un salón tan especial como es su **Buffet Madrid**, con más de 1000 metros cuadrados. Además, la cultura gastronómica del hotel puede armonizarse con el evento creando una sintonía perfecta con la temática, decoración y ambiente.

En Madrid Marriott Auditorium la imaginación es más tangible que nunca.



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

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



## MADRID MARRIOTT AUDITORIUM, MUCHO MÁS QUE DESCANSO

Un hotel para todos los gustos; personalización en cada rincón y servicio. Hacer único y especial a sus clientes es la máxima de Madrid Marriott Auditorium, un establecimiento que va mucho más allá de un merecido descanso, llegando a satisfacer las necesidades de todos y cada uno de los que cruzan su fachada luminosa. Un lugar donde el *estar* se convierte en *ser* mucho más que un huésped. **Elegancia, estilo y diseño de ensueño** reciben a aquel que viaja tanto con maletín como con maleta.

Su grandeza está en los detalles, en cada uno de los rincones que hacen sentir al cliente especial, empezando por sus **espaciosas y exclusivas 869 habitaciones**, diseñadas para ofrecer al huésped todas las comodidades que garantizan una estancia inolvidable. Se podrá disfrutar del mejor descanso y relax gracias a un espacio ideal donde encontrar la tranquilidad necesaria para conciliar el sueño. Adaptadas también a la nueva normalidad, en las habitaciones se ha logrado disminuir el contacto con toda la documentación física, haciendo el traspaso al mundo digital gracias a los diferentes códigos situados fuera de la estancia, así como en la televisión interactiva donde consultar todos los servicios del hotel.

El momento que pasamos frente a un televisor adquiere otro significado en Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center. **Un cine en la habitación**; una película vista con ojos de protagonista; una nueva experiencia sensorial en **un lugar hecho para los sentidos**. Eso

justamente es lo que ofrece ahora este establecimiento en todas sus estancias. El hotel dispone de **TV interactivas** de la gama **LG Pro Centric** con resolución de **imagen 4K** y un **sonido Dolby Vision** en una **pantalla ultrafina** de 49 y 55 pulgadas. Mejorar la experiencia del huésped es siempre el objetivo de Madrid Marriott Auditorium, un cuatro estrellas que luce por y para sus clientes.

Los huéspedes podrán compartir contenido desde su móvil, gracias a la solución Chromecast 4k implementada por Hoist Group, primero de la cadena en implementarlo en Europa y disfrutar de sus series preferidas de *Netflix* a través de su perfil personal, conectarse a Internet o acceder a un sinfín de opciones sin salir de la habitación. Un mundo entero a disposición del cliente en un solo movimiento.



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

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



## Meliá lanza viajes de incentivo para fomentar el sector MICE

La pandemia del Covid-19 y las restricciones de movilidad han desencadenado múltiples cambios en la industria de los viajes, obligando al sector MICE a reinventarse y buscar nuevas fórmulas para reactivar el Turismo de Negocios. Uno de los segmentos más afectados ha sido el de los viajes de incentivos, una tradicional herramienta motivadora que las empresas utilizan para premiar a sus mejores clientes, empleados o colaboradores. Para Meliá Hotels International, el volumen de facturación por este concepto alcanzó el 10% del total MICE en 2019, que también ha sido una importante base de negocio para las agencias de viajes en los últimos años.

Ante la situación actual, la hotelera española ha dado un paso al frente para hacer viables los viajes de incentivos en la era Covid-19, desviándose del concepto más tradicional de viaje en grupo organizado para dar paso a una nueva fórmula en la que la flexibilidad y la personalización del viaje por parte del usuario final es la clave.

### MeliáRewards

Así, a través del nuevo programa de incentivos individuales, vinculado al programa de fidelidad MeliáRewards, la hotelera ofrece a las empresas la oportunidad de regalar una estancia a sus clientes, empleados o colaboradores, con la posibilidad de que cada uno de ellos escoja el momento, el destino, el tipo de hotel y la duración. Todo ello,



Imagen promocional de la campaña.

mediante la compra de puntos MeliáRewards, que podrán distribuirse entre las personas que la empresa seleccione para que puedan hacer uso de ellos en cualquier momento.

"Ofrecer viajes de incentivo individualizados es la mejor opción en épocas en las que viajar en grupo puede estar sujeto a ciertas limitaciones", asegura el Global B2B Sales & Marketing Senior Director de Meliá Hotels International, José Miguel Moreno. "Por ello, observamos una clara tendencia a que las empresas incluyan estancias en hoteles en la cesta de Navidad para sus empleados o colaboradores, siendo un incentivo muy flexible para la época actual", confirma.

Esta es una de las múltiples iniciativas que la hotelera está llevando a cabo para impulsar el segmento MICE adaptándose al contexto actual, siempre bajo el paraguas de Stay Safe With Meliá, el programa creado por Meliá Hotels International para reforzar la seguridad de sus servicios e instalaciones, certificado por Bureau Veritas.

## Royal Passeig de Gràcia: la fórmula para business travel

Royal Passeig de Gràcia en Barcelona en su apuesta por los viajes de negocios lanza un paquete exclusivo de ventajas hecho a la medida de este perfil de cliente. Por un precio cerrado se puede disponer no solo de habitación con vistas a Paseo de Gracia, sino también de acceso a un despacho privado o a una sala de reuniones, servicio de planchado, *business corner*, *parking* y gimnasio incluidos, todo con desayuno y almuerzo.

"A través de la flexibilización de nuestros espacios, intentamos adaptarnos a las características de nuestro huésped", explica el director general del grupo hotelero Royal Hotels Barcelona, Alex Puig. "Utilizamos nuestra experiencia para saber lo que mejor se adapta, en este caso, al cliente que viene por motivos laborales", añade. "Además, y para todos aquellos que están teletrabajando por la situación acontecida, lanzamos la opción de utilizar el hotel y sus servicios sin pernoctar por un precio reducido", concluye.

Para aquellos que quieran utilizar el hotel como un *coworking*, pero con habitación propia



Royal Passeig de Gràcia.

y despacho privado de 8:00 a 19:00 horas, más todos los servicios que se ofrecen en la oferta general, el precio es de 69 euros y con noche incluida por 99 euros.

### Easy Life

La campaña se engloba dentro del proyecto Easy Life, cuyo objetivo es conseguir que el huésped vuelva a disfrutar fuera de casa con packs especiales y ofertas en precios, todo ello bajo estrictos estándares de seguridad. Asimismo, se ha cerrado un acuerdo de colaboración con Quironsalud para dar servicio de asistencia médica 24/7 a todos los huéspedes que lo necesiten.

## Nueva red de platós fijos para MICE de NH y BMotion, bajo el concepto FEEL Safe at NH

Se puede llevar a cabo ya en Madrid, Barcelona, Málaga, Santiago, Sevilla y Bilbao

NH Group ha unido sus fuerzas con BMotion Audiovisual para acercar a las personas y reunirlos de nuevo dando respuesta a las nuevas necesidades de los clientes. Bajo el concepto Feel Safe at NH, ha revisa-

do todos sus procedimientos y adecuado cerca de 700 estándares operativos, que están siendo implementados progresivamente en todos sus hoteles para preservar la salud y seguridad de viajeros y empleados.

Con el fin de continuar a la vanguardia de la innovación y ofrecer los mejores servicios, NH Hotel Group presenta una nueva propuesta basada en una red de platós de instalación fija cuyo objetivo es que los eventos en sus hoteles sigan siendo memorables. De la mano de BMotion Audiovisual, la cadena hotelera pone a disposición de sus clientes esta iniciativa con el ánimo de acercar a las personas y reunirlos de nuevo, desde un entorno seguro, y siguiendo las nuevas tendencias en organización de reuniones, profesionales y personales.

Se trata de una solución para que los eventos híbridos sean aún más interactivos, y para que el cliente pueda disfrutar de los beneficios de un evento 100% presencial, con todas las ventajas añadidas de un evento virtual. Los platós, enmarcados dentro de la propuesta Hybrid Meetings by NH, están equipados con la última tecnología de BMotion y están operados por su experto equipo de producción de eventos digitales. Además, están conectados entre sí para poder realizar eventos virtuales e híbridos, tanto desde una única sede, como conectando varias de ellas, de forma que facilite la eficiencia de las reuniones, tanto en términos de costes, como en términos logísticos.

De este modo, a través de una conexión punto a punto, con calidad broadcast y en tiempo real, los platós permiten retransmitir reuniones únicas, o simultáneas desde múltiples ciudades, acercando a las personas y ofreciéndoles la posibilidad de participar presencialmente desde los hoteles de NH que cuentan con dicho servicio o asistiendo en remoto desde sus casas.

### Soluciones tecnológicas

NH Hotel Group y BMotion ofrecen además un conjunto de soluciones tecnológicas, para transmitir eventos virtuales con entornos diseñados en 3D totalmente personalizados, que permiten integrar a los ponentes en un entorno inmersivo digital, con cambios de plano virtuales, fondos que cambian dinámicamente en directo, o incluso, que viajen virtualmente de una sede a otra.

Además de los servicios y tecnología asociados a los platós, se incluyen los servicios propios del hotel como all-day café y té, un snack de media mañana y tarde, almuerzo de trabajo, entre otros. También existe la opción de enviar los snacks boxes a los asistentes externos a la reunión.



NH Meetings, platós en los hoteles para eventos híbridos.

Gracias a la nueva cobertura nacional e internacional de NH, sus clientes podrán conectarse desde distintas ciudades del mundo en tiempo real. En España, la nueva iniciativa de la cadena hotelera se encuentra ubicada en seis de los hoteles de las principales ciudades. Concretamente, puede disfrutarse en las propiedades NH Collection Madrid Colón, NH Collection Barcelona Gran Hotel Calderón, NH Málaga, NH Collection Santiago de Compostela, NH Collection Sevilla y NH Collection Villa de Bilbao. Aunque existe la posibilidad de organizarlo en cualquier ciudad donde haya un NH.

### Hybrid Meetings by NH

A medida que el mundo evoluciona y se enfrenta a una nueva realidad, NH Hotel Group ha mejorado su propuesta de reuniones y eventos híbridos. El objetivo: conseguir reunir a grandes o pequeños grupos de personas en múltiples destinos combinando encuentros presenciales y virtuales. Gracias a la más avanzada tecnología, y a la disponibilidad de hoteles en más de 50 países, Hybrid Meeting by NH garantiza el desarrollo de reuniones y conferencias híbridas respetando los protocolos sanitarios de cada país y con las mejores ubicaciones.

Ya sea en el mismo país, pero en diferentes ciudades, o en diferentes países de todo el mundo, gracias a Hybrid Meetings by NH se podrá conectar con todos los asistentes, de manera sencilla, como si estuvieran todos juntos. Las opcio-

nes para las reuniones, eventos, congresos o conferencias son múltiples: desde conexiones de equipos y clientes en múltiples destinos, o contar con todos los asistentes en diferentes salas, pero en el mismo hotel, hasta disponer de los presentadores y/o ponentes en persona, pero a los asistentes en formato virtual. Las opciones son infinitas.

### Feel Safe at NH

Bajo este concepto de Feel Safe at NH, la compañía ha rediseñado completamente la experiencia de cliente para asegurar que se cumplan los requerimientos de seguridad y distanciamiento social en todos sus hoteles. NH Hotel Group ha desarrollado un proyecto que redefine y extrema los protocolos sanitarios aplicables en la operativa de los hoteles y que permitirá dar seguimiento para verificar que son entornos limpios y seguros.

El grupo ha revisado todos sus procedimientos y llevado a cabo cerca de 700 adaptaciones en sus estándares operativos, que están siendo implementados progresivamente en sus 361 hoteles por todo el mundo. Agrupadas bajo 10 líneas principales de actuación y avaladas por especialistas en distintos campos, las medidas implementadas cubren la digitalización de los servicios de los hoteles, la adecuación de procesos de higienización, la incorporación de normativas de distanciamiento social en la operativa, la aplicación de elementos de protección personal y el control de la purificación del aire y el agua, entre otras.

# MeetingPackage, la nueva plataforma global de gestión de pequeñas reuniones

Llega ya la esperada CWT Easy Meetings para más de 130 países

MeetingPackage y CWT Meetings & Events, la división de M&E de la empresa de gestión de viajes, han lanzado ya su plataforma de reserva directa para pequeñas reuniones,

llamada CWT Easy Meetings. Brindará acceso a más de 250.000 salas de reuniones en hoteles, así como a lugares únicos y espacios para eventos en más de 130 países.

CWT Easy Meetings es la plataforma de reuniones fáciles de CWT, diseñada con tecnología MeetingPackage. Esta proporciona una ventanilla única fácil para buscar y reservar lugares, junto con paquetes gastro, equipos audiovisuales y otros servicios. CWT, además, ya dio soluciones para la reanudación de viajes en la crisis pandémica del SARS-CoV-2. La solución también brinda a los gerentes de viajes y reuniones una mayor visibilidad y control sobre su programa de reuniones pequeñas para que puedan administrar mejor los costos, el cumplimiento y la seguridad de los empleados.

La versión estándar de la plataforma, que es ideal para reuniones puntuales, es gratuita para cualquier organizador de reuniones y permite a los planificadores buscar, comparar y reservar reuniones al instante. Es accesible a nivel mundial a través de un sitio web que está habilitado para computadoras de escritorio, tabletas y dispositivos móviles, y está disponible en ocho idiomas. Los pagos se pueden realizar con tarjeta de crédito, tarjeta virtual o tarjeta de alojamiento, y las reservas se pueden modificar o cancelar fácilmente a través de la plataforma.



CWT y su aplicación.

Como parte de un piloto europeo para clientes, MeetingPackage ha trabajado con CWT Meetings and Events en los últimos meses para una serie de mejoras, personalizaciones, características y marcas para que la plataforma se pueda adaptar a los requisitos específicos de la empresa tanto funcionalmente como de marca. Las empresas también pueden cargar tarifas negociadas previamente y lugares únicos a los que pueden acceder exclusivamente sus empleados.

Los socios y lugares preferidos de los clientes se pueden resaltar dentro de la herramienta y hacer que aparezcan en la parte superior de los resultados de búsqueda. Los modos

de pago también se pueden configurar para que los usuarios no tengan que ingresar esta información cada vez que reservan. En términos de informes e inteligencia empresarial, los paneles e informes personalizados brindan una visibilidad completa de las reservas realizadas por los empleados de la organización que utilizan la plataforma y brindan la capacidad de rastrear reservas, cancelaciones, volúmenes y gastos por proveedor, usuario o lugar de reunión. Se estima que en 2019, se gastaron más de 100 mil millones de euros a nivel mundial en pequeñas reuniones de menos de cien delegados y la gran mayoría todavía se planifican y reservan fuera de línea.

## Aevea colabora con FreelancePro

Agencias de Eventos Españolas Asociadas (Aevea) ha firmado un acuerdo con FreelancePro, una herramienta que pone en contacto al personal profesional necesario para la realización de un evento, con las agencias que lo contratan. Abarca todos los ámbitos necesarios para el desarrollo del proyecto, desde la parte audiovisual hasta el guión o presentación. Facilita a la agencia la selección de los *freelance* que necesite, garantizando su profesionalidad, sin intervenir en el proceso de contratación.

Ambas consideran de interés común implementar la colaboración para el desarrollo y fomento de una herramienta que potencia la contratación de perfiles cualificados en el mundo de los eventos en general, a nivel nacional e internacional, y promueve la profesionalización. El cofundador de FreelancePro, Manuel Casla, ve fundamental dar a conocer la herramienta a organizadores y fomentar la atracción de perfiles para nutrirlos y conseguir cubrir todas las necesidades del Sector.

## FreeNow y Amadeus cytric Travel & Expense se asocian para facilitar la gestión a los profesionales

Los profesionales del sector se beneficiarán de facturación simplificada al integrar el sistema de Amadeus

FreeNow ha anunciado recientemente su asociación con Amadeus. Esta integración permitirá a el proveedor de movilidad europea conectarse con el *software* de gestión de gastos y viajes Amadeus cytric Travel & Expense y hará que los clientes de cytric se beneficien de una experiencia de gestión de reembolsos y gastos más simplificada y sin necesidad de utilizar el papel en los viajes realizados.

Gracias a esta alianza, tanto los viajeros de negocios como sus empresas se verán beneficiados. En el caso de los primeros, tendrán una experiencia mucho más fluida que les permitirá ahorrar tiempo al completar sus informes de gastos o de recibir sus reembolsos. En el caso de los segundos, podrán ser más ágiles a la hora de gestionar los informes de contabilidad al poder evitar gastos ocultos o indirectos.

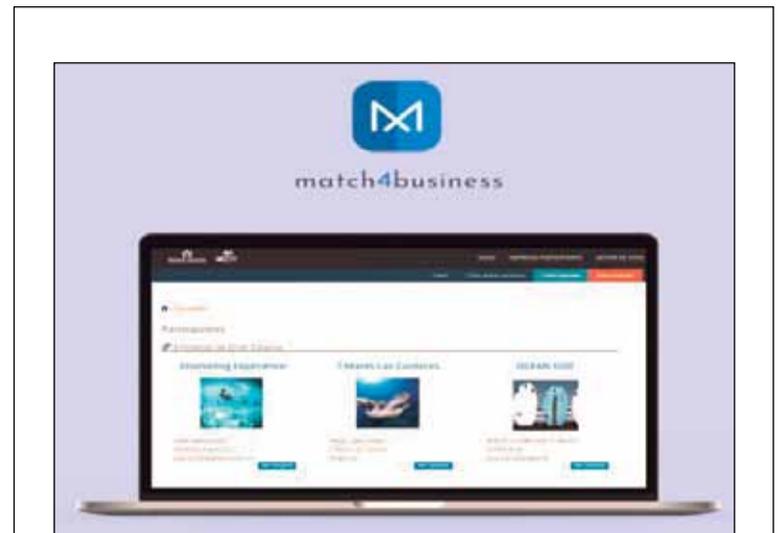
De entre las mejoras que esta alianza ofrecerá a las empresas, cabe destacar la ayuda que proporcionará a los CFO y a los equipos de contabilidad y finanzas, para que puedan optimizar y reducir el promedio de tiempo que tienen

que dedicar a elaborar informes de gastos. Según una encuesta realizada por GBTA, los informes de gastos representan costes ocultos ya que cada trabajador invierte 20 minutos en procesar este tipo de documentos.

### A solo un clic

Todo esto, sumado a las mejoras para los usuarios de los viajes de negocios, hace que ahora solo sea necesario un clic para que el viajero de *business* apunte sus gastos y un clic para que el departamento de contabilidad lo procese. Además, la conexión de la cuenta de FreeNow for Business a cytric permitirá que las facturas sean enviadas automáticamente a la herramienta de Amadeus para que se realice el reembolso directamente al empleado.

VP Global Sales en FreeNow for Business, Sasa Savic, afirma: "Con esta asociación estratégica para conectar el sistema de Amadeus cytric Travel & Expense con nuestra gestión de viajes FreeNow for Business, queremos apoyar a todos nuestros clientes en cada paso del



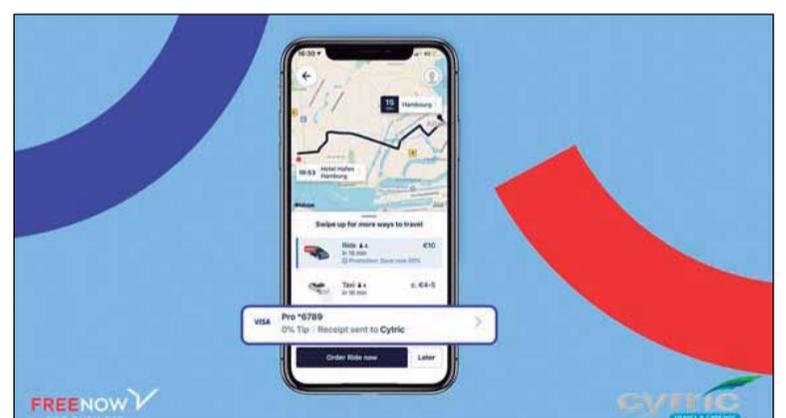
Match4business, desarrollado por Promotourist.

## Match4business, 'software' para eventos y 'workshops' virtuales

Promotourist lanza Match4business: una nueva herramienta para eventos *online*. Se trata de un *software* gestor de citas P2P bidireccional con variadas aplicaciones con el fin de generar negocio mediante entrevistas y reuniones *one to one* en un entorno virtual. Esta solución nace en un contexto en el que la pandemia y las restricciones impuestas han propiciado que muchas empresas recorran al mundo virtual para llevar a cabo sus proyectos. Match4Business responde a esta demanda facilitando los contactos entre la oferta y la demanda con el fin de satisfacer la siempre

existente necesidad de continuar promocionándose para mantener sus negocios.

Este nuevo recurso destaca por ser *responsive*, por ser un sistema virtual adaptable a diferentes dispositivos —*smartphones*, *tablets*, PC's, etc.— y todo tipo de pantallas. Igualmente es intuitiva, porque brinda una curva de aprendizaje rápida para que todo tipo de usuarios pueda utilizar el *software*. Se caracteriza también por ser flexible, por ser una plataforma adaptable a todo tipo de mercados, idiomas y necesidades, así como escalable, porque permite alcanzar de decenas a centenares de usuarios y productos.



Interfaz del proveedor de movilidad europeo FreeNow.

proceso, desde la reserva de viajes hasta la presentación de informes de gastos". "En este sentido, nuestros clientes mejorarán su visibilidad de los costes de transporte y ahorrarán tiempo a la hora de realizar los informes de gastos gracias a la sincronización y digitalización en todo el proceso", concluye.

Por su parte, el director de Asociaciones y Alianzas para Corporaciones en Amadeus, Vasken Tokatlian, asegura que "la integración de FreeNow con cytric es otro

paso más en nuestro proceso para crear una experiencia mejorada para todos los viajeros *business*". En definitiva, "junto con FreeNow automatizamos aún más el proceso de gestión de gastos durante los viajes de negocios, además de reducir la fricción gracias a la integración perfecta de ambas herramientas", destaca. "Esto es más importante que nunca, ya que queremos seguir dando a los viajeros la confianza que necesitan para viajar", concluye.

# El volumen de 'business travel' desciende más del 50% respecto a 2019, por la crisis por el Covid-19

El Sector necesitará dos o tres años para recuperar las cifras de 2019, según Gebta y Brainstrust

Se tardará entre dos o tres años en recuperar el volumen previo del Sector de *business travel*, según el último estudio realizado conjuntamente por Gebta y Brainstrust. Aunque el tamaño del mercado dismi-

nuirá, la cuota de mercado de las agencias de viajes de negocios aumentará notablemente, pasando del 40% a más del 50% en detrimento de las agencias *online* y la venta directa. Empresas medianas, con

menor internacionalización y modelo basado en mercado doméstico, las más viajeras en contexto del Covid-19. Se dará la desaparición de empresas, así como la concentración de otras.

Continuando con su trabajo en favor del sector del *business travel* en España, Gebta y Brainstrust han realizado recientemente un estudio cualitativo que pone de relieve que el ritmo de reactivación de los viajes de negocio sigue siendo lento, y que la recuperación de los volúmenes de actividad previos a la pandemia tardará al menos dos o tres años en alcanzarse.

El estudio ha analizado las distintas variables económicas que afectan a los viajes corporativos en el actual contexto pandémico de crisis sanitaria, y la evolución del sector en estos últimos meses. Si bien los desplazamientos profesionales han experimentado una mejoría notable desde la caída experimentada durante la primera fase de la crisis sanitaria —en los que se registraron caídas de más del 95%—, los niveles de actividad a finales de septiembre siguen muy por debajo de las magnitudes previas a la pandemia y se mueven, en su conjunto, en torno al 30% de los registrados en el mismo período del ejercicio anterior, 2019.

Las proyecciones del documento elaborado por Gebta y Brainstrust estiman, además, que a finales del ejercicio 2020 los niveles de actividad estarán todavía por debajo del 50% de los que se alcanzaron el año anterior. Según el estudio, serán precisos un mínimo de dos o tres años para volver a estos mismos niveles. Al cierre del ejercicio 2019, el volumen de inversión en viajes de negocio por parte de las empresas españolas alcanzó los 12.800 millones de euros, algo más del 1% del Producto Interior Bruto (PIB) total de España.

De igual forma, el informe revela que la recuperación será a distintas velocidades, comenzando en el último tramo del año 2020 y los primeros meses del próximo año con la reactivación del tráfico nacional, para posteriormente a lo largo del 2021 recuperar los viajes europeos e internacionales y los primeros atisbos del segmento MICE, para consolidarse en el año 2022, y recuperar los niveles previos a la pandemia en 2023.

## Las pymes, las más viajeras

El estudio identifica igualmente los sectores económicos más activos durante la pandemia y los cambios registrados a raíz de su irrupción. En este sentido, el documento constata que a diferencia de la composición del gasto registrada en 2019, en el que el 45% de la inversión total correspondía al



Malas cifras en el sector por la pandemia del SARS-CoV-2.

2,4% de las empresas españolas de mayor tamaño, el 43% a las compañías con una facturación entre 1M y 50M de euros (43%) y el 11% restante a las empresas de menor tamaño, en 2020 serían las pymes quienes estarían generando mayor volumen de viajes —con algunas salvedades en función de los sectores de actividad—.

Las diferencias identificadas serían fundamentalmente imputables a la aplicación, por parte de las grandes corporaciones, de políticas más restrictivas en materia de desplazamientos y a una mayor dependencia de los mercados internacionales, en particular de los mercados de largo radio. Las pequeñas y medianas compañías, más centradas, por lo general, en los mercados domésticos y de proximidad, estarían aplicando políticas de viaje más flexibles y siendo menos restrictivas en materia de desplazamientos profesionales.

## Industrias más proclives

Las primeras industrias en viajar serán aquellas que han sido las beneficiadas en esta crisis como Farma, Alimentación, E-Commerce, Distribución o Telco, seguidas de Industria, Agricultura, Logística, Seguros, mientras que las más tardías serán Banca, Retail, Ocio y Turismo. En cuanto a la velocidad de recuperación por tipos de viaje, los de carácter comercial serán los primeros, luego los viajes intracompañía, formación y pequeñas reuniones, siendo los grandes eventos los últimos en aparecer debido a los factores que la pandemia restringe con mayor calado, la movilidad y la interacción entre personas.

El documento de Gebta y Brainstrust ilustra los cambios que las empresas van a experimentar en los próximos tiempos, fruto no sólo del impacto de la crisis actual sino de la aceleración de las tendencias que ya se venían apuntando previamente, y entre las cuales convendría destacar la búsqueda continua del retorno de cada euro gastado, la esencialidad de los viajes, la digitalización como una forma de competitividad, o el cuidado del empleado y la protección del medio ambiente.

El actual contexto de la Covid-19, ha acelerado otros procesos en las empresas como la relocalización de las cadenas de suministro, y ha originado otros problemas como las tensiones económicas o el desplome de la demanda, provocando como consecuencia una caída muy significativa del volumen de viajes. En este nuevo escenario el futuro se decanta con total claridad hacia un modelo en el que la tecnología tendrá un elevado nivel de implantación y la mayoría de los procesos estarían integrados.

En este marco, Gebta y Brainstrust abordan con realismo y optimismo las estrategias de adaptación del sector a las necesidades del nuevo escenario, con la finalidad de garantizar el adecuado servicio a la demanda y a su vez la sostenibilidad de los modelos de negocio.

## Acceso a información

Para Marcel Forns, Director General de Gebta, "en el actual contexto, en el que los datos y la información aparecen todavía muy desagregados y se ven afectados por cambios continuos, el principal reto para

los distintos actores de la cadena de valor, que deberemos afrontar de modo conjunto, consiste en facilitar el acceso a la información de manera organizada, con la finalidad de acompañar a las empresas tanto en la toma de decisiones que afectan al viaje como en la mejora de los procesos, al objeto de garantizar la máxima productividad, ya que las empresas van a continuar necesitando de los viajes para desarrollarse y seguir creciendo".

Además, el papel de las agencias de viajes de negocio se torna imprescindible, viendo aumentar su cuota gracias a su valor añadido en tiempos de incertidumbre y riesgo.

La investigación muestra que, aunque el tamaño del mercado decrecerá durante los próximos años, las agencias verán aumentar su cuota pasando del 40% del total de los viajes de empresa en España a más del 50%, restándole negocio a las agencias de viajes *online* y a la venta directa.

## Agencias, las heroínas

Este hecho se debe fundamentalmente al valor que las agencias han demostrado desde que empezó la crisis, gestionando localizaciones de viajeros y posteriores repatriaciones, trabajando intensamente en cambios y reembolsos de los proveedores finales, que, de otra forma hubiera sido difícil realizar, poniendo al cliente en el centro de sus actividades.

Todas las empresas clientes reconocen este valor de las agencias, que, en tiempos de riesgo e incertidumbre cobran un papel más relevante que nunca, evidenciando

que la mejor opción para optimizar la partida de inversión en viajes y garantizar la seguridad y comodidad de los viajeros, es ponerlos en manos de especialistas en vez de aventurarse por sí mismas con los proveedores directamente o a través de agencias con menor nivel de preparación y especialización.

## Plena omnicanalidad

Por último, el estudio de Gebta y Brainstrust adelanta lo que ya es sabido, que toda crisis genera oportunidades, y aunque dará paso a la desaparición de muchas empresas del Sector de los viajes de negocios y la concentración de otras en aras de salir reforzados y saneados, también verá nacer otras empresas y otros modelos más adaptados a la realidad de los próximos años, porque ya nada volverá a ser igual, y donde las nuevas generaciones coparán los puestos de responsabilidad migrando a modelos mucho más digitales, por lo que la plena omnicanalidad será ya un deber y no una necesidad.

La caída de ingresos, la pérdida paulatina de rentabilidad, los problemas de liquidez y las dificultades de los modelos de negocio a corto, medio y largo plazo serán los detonantes de los próximos acontecimientos que veremos en la industria de los viajes en todo el mundo.

Para el director de Ocio y Turismo de Brainstrust, Ángel García Butragueño, "ésta es una crisis sin precedentes, donde los viajes de negocio migran de su papel tractor de la economía a un papel motor de la misma, no por ello menos importante". "Vamos a ver cambios estructurales que afectarán de lleno al tamaño y a la fisonomía de la industria, y a la función que cada uno debe realizar en los tiempos futuros, donde lo más importante será la colaboración y no la competencia, para atravesar el desierto hasta llegar a un nuevo oasis dentro de dos o tres años", asegura. "Los nuevos vectores que marcarán la gestión óptima para las empresas serán *people, profit & planet*, y sólo las agencias de viajes de negocios serán capaces de velar por estos tres objetivos en favor de los clientes", subraya. "Para ello será necesario cruzar la puerta de la reinención, ahora ya imprescindible abandonando su papel de *fullfillers* para añadir valor al negocio del cliente", concluye, a la vez que matiza que "ahora es el momento para crear entre todos un sector diferente".

## Fibes recibe el sello del ICTE contra el Covid-19

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), ha otorgado al Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla, Fibes, el sello Safe Tourism, por sus medidas higiénico-sanitarias. Este sello/certificado garantiza la seguridad de sus instalaciones frente al contagio por la Covid-19 y, por tanto, reconoce el trabajo y el esfuerzo realizados por la entidad.

## Gobierno da 50 millones al sector MICE australiano

El primer ministro australiano, Scott Morrison, ha confirmado que el gobierno federal inyectará un estímulo de 50 millones de dólares australianos en la industria de eventos empresariales. En el marco del Programa de subvenciones para eventos empresariales de Australia, los eventos empresariales aprobados, incluyen reuniones, convenciones, incentivos y exposiciones.

## Nuevas placas de cines y teatros linenses

El Palacio de Congresos de La Línea ya incorpora las nuevas placas que nombran las distintas salas y auditorios con las denominaciones de históricos teatros y cines de la ciudad ya desaparecidos. En total, se han renombrado 11 salas y los dos auditorios, para recordar el pasado cinematográfico y cultural. El cambio se enmarca en el 150 aniversario de la ciudad.

## Fórum Evolución, ganador de los II Digital Tourist

Fórum Evolución, adscrito a Promueve Burgos, ha resultado premiado con el máximo galardón de los Premios Digital Tourist 2020. En concreto, en la categoría de Turismo Seguro: Protocolos de Seguridad Sanitaria, que reconoce al establecimiento turístico entre museos, palacios de congresos y salas de conciertos que hayan implantado con mayor eficacia protocolos.

## Fycma adapta y digitaliza su actividad ferial ante el Covid-19

Las ferias y los eventos profesionales físicos han vuelto a Fycma (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga), que en septiembre reanuda su actividad con las máximas condiciones de seguridad para sus visitantes, participantes, organizadores y expositores. El recinto malagueño ha trabajado en el desarrollo de medidas y acciones concretas para adaptar el formato de las ferias a los nuevos condicionantes y normativas, siendo así uno de los primeros espacios de similares características del circuito nacional en celebrar encuentros presenciales. Digitalización, confianza y profesionalidad han sido los elementos clave que han regido la puesta en escena de destacados eventos como eCongress Málaga, Startup Europe Smart Agrifood Summit y Greencities, Foro de Inteligencia y Sostenibilidad Urbana, & S-Moving, Smart, Autonomous and Unmanned Vehicles Forum.

Como gran novedad, la convivencia de formatos y espacios presenciales y virtuales en un mismo evento está siendo la tónica en las ferias promovidas directamente por



Palacio de Congresos de Málaga.

la entidad. Además se ha convertido en uno de los primeros recintos feriales y congresuales de España en implementar tecnología 5G en sus instalaciones a través de la red de Vodafone. Igualmente, a finales de agosto obtuvo el sello Safe Tourism Certified expedido por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), que garantiza y certifica que el recinto malagueño ha llevado a cabo satisfactoriamente la implementación de las medidas para la reducción del contagio por el Covid-19.

## Casi cuatro millones de euros para el Palacio de Congresos valenciano

El Palacio de Congresos de Valencia tendrá un presupuesto de 3.736.715 euros para 2021, según ha aprobado el Consejo de Administración del organismo. Además, el órgano ha aprobado el plan de actuaciones para el año que viene. El concejal de Turismo e Internacionalización, Emiliano García, ha dicho que "las excepcionales circunstancias que vivimos requieren de una actuación también excepcional y, por eso, hemos trazado un plan de actuaciones más ambicioso que nunca y que quiere continuar impulsando el Palacio como motor económico de la ciudad".

El 66% de la actividad prevista en la agenda del Palacio de Congresos para 2020 se ha mantenido a pesar de la situación de crisis sanitaria, trasladando otra parte al 2021 e, incluso, al 2022. En este sentido, ha aprobado

un procedimiento específico de actuación ante la Covid-19, que ha permitido acoger diez acontecimientos durante la pandemia.

El concejal ha afirmado que los objetivos previstos para el año que viene se dirigen "a aumentar el volumen de la actividad y al mantenimiento de unas infraestructuras sostenibles y eficientes maximizando el grado de satisfacción del público objetivo". En este sentido,



afirma que el Palacio de Congresos ha marcado varias líneas de actuación para "fortalecer su dimensión internacional y potenciar el uso de la tecnología más innovadora para

poder adaptarse a las tendencias actuales y responder mejor a los nuevos retos". Además, ha hecho hincapié en "las excepcionales circunstancias que nos rodean y que requieren también de una actuación excepcional".

## Madrid, mejor destino de Turismo MICE de Europa por tercer año

Los profesionales del sector turístico MICE internacional vuelven a elegir como ganadora a la capital madrileña en la edición europea de los World Travel Awards 2020 Madrid, mejor destino de turismo de reuniones de Europa (Europe's Leading Meetings & Conference Destination) por tercer año consecutivo. La capital permanece así a la cabeza de Europa como gran sede de encuentros profesionales por delante de otros destinos como Copenhague, Barcelona, Viena, Londres, París o Berlín. Uno de los factores de este hito es que el turismo de reuniones, junto a la colaboración público-privada, es parte fundamental del modelo turístico de la capital de España.

Es por esto que Madrid Convention Bureau ultima sus próximas acciones promocionales, que contribuirán a difundir las medidas de seguridad adoptadas por el sector turístico madrileño de cara a la pandemia del nuevo coronavirus SARS-CoV-2, causante de la Covid-19.

## San Sebastián se convierte en referente para nuevos eventos

El sector del Turismo de Reuniones donostiarra continúa trabajando para que San Sebastián siga siendo referente internacional en cuanto a la celebración de eventos. La celebración con éxito de la 68 edición del Zinemaldia, la 22 edición de San Sebastián Gastronomika o la 5ª edición de los Días C del Club de Creativos en Donostia, entre otros, marcan un antes y un después en el sector del Turismo de Reuniones.

El esfuerzo de los organizadores, los promotores locales, DSS Turismoa y socios por adaptarse y seguir celebrando los eventos en la ciudad, combinando formatos *online* innovadores y pioneros, con una parte presencial, sirve tanto para su fidelización como para ser referencia para otros eventos de cara al futuro.

Donostia San Sebastián Turismoa, a través de su Departamento de Congresos y Eventos, sigue

apostando por la celebración de congresos y eventos profesionales, porque contribuyen a generar y compartir conocimiento, así como para posicionar, dar visibilidad y dinamizar la actividad económica local.

A pesar de las dificultades derivadas de la crisis sanitaria mundial, los eventos celebrados recientemente en la ciudad, como el Festival de Cine Internacional de San Sebastián, San Sebastián Gastronomika, los Días C del Club de Creativos, el encuentro de los profesionales de enfermería o el congreso

Uhinak sobre el cambio climático, han sido ejemplo de éxito a nivel internacional, consiguiendo adaptarse y desarrollar su actividad, combinando formatos *online* innovadores y pioneros, con una parte presencial, y con las medidas pertinentes de higiene y seguridad.

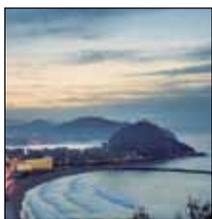


Foto del acuerdo entre ITH e Ifema para Fitur.

## Ifema e ITH colaboran en la próxima edición de Fitur 2021

Ifema y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), continúan estrechando relaciones para la creación de espacios de innovación, tecnología y conocimiento para el Sector Turístico en el marco de la próxima Feria Internacional de Turismo, Fitur, que se celebrará del 19 al 23 de mayo de 2021, en Feria de Madrid. Se trata del acuerdo de colaboración para la organización de la sección especializada Fituretechy.

El acuerdo contempla, entre otras acciones, la organización de un programa de jornadas que, bajo el paraguas de Fituretechy, se articulará en cuatro áreas especializadas: Negocio, Sostenibilidad, Destinos y Futuro. Fituretechy albergará además un área expositiva, denominada #techyhotel, que dará cabida a algunas de las principales innovaciones en materia de equipamiento y tecnología para hoteles.

## EventsCase: una nueva guía para eventos 'online' e híbridos

¿Necesitas lanzar un evento virtual tan pronto como ayer? Con esa pregunta, EventsCase cuenta con una guía para este tipo de eventos que han salvado los congresos y citas MICE durante esta crisis sanitaria. En ella comparte algunos consejos concretos sobre la promoción, la elección de la tecnología adecuada, el *engagement* de audiencia, *networking* y más en la 'Guía rápida para organizar eventos virtuales e híbridos exitosos' de EventsCase.

En el último *whitepaper*, reúnen los conocimientos y experiencias adquiridos en la organización de eventos virtuales e híbridos para algunas de las más importantes marcas de la industria. ¿Qué ofrecen? Cómo construir una solución tecnológica virtual desde cero: cómo promocionar evento; cómo encontrar el equilibrio de los mundos físico y digital en un formato híbrido; o cómo superar el estrés tecnológico y los fallos de conexión.



### INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL DIRECTORIO

Solicite condiciones en el Departamento de Suscripciones

**91 369 41 00**

## Organizadores Profesionales

ARCO EVENTOS Doctor Castelo, 5. MADRID	91-5770708 Fax 91-5781803
ATLANTICO CONGRESOS Senra, 7-9 1ºE. SANTIAGO COMPOSTELA	981-572880 Fax 981-572867
CONGRESOS GESTAC C/ San Antón, 72 - 1º Dcha. GRANADA	958-132949 Fax 958-134480
CONGRESOS IBERIA Fontanella, 21-23, 4º 1º. BARCELONA	93-4955306 Fax 93-4051390
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
MATEO: MATEO COMUNICACIÓN CASTILLA-LA MANCHA www.mateomateo.com	969 229115 Fax 969 24 09 42
NOVA DE CONGRESOS República de El Salvador, 34, 1º. Santiago Compost	981 574 348 Fax 981 561 199
SEATRA C/ del Arte, 21, 1º. MADRID	902-889737 - 91-535-9617 Ext.108 Fax 91-4560877
SEPROTEC CONGRESOS Glorieta Bilbao, 1. 2º plta. MADRID	91-2048700 Fax 91-2048704
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
VIAJES Y CONGRESOS Gran Vía, 71, 3º Izda. Ext.MADRID	91- 547 37 47 Fax 91-559 58 81
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Agencias de Viajes Especializadas

AMERICAN EXPRESS VIAJES S.A. Juan Ignacio Luca de Tena, 17. MADRID	91-7437666 Fax 91-4209436
CARIBE INTERNACIONAL TOURS c/ Cartagena, 241. BARCELONA	93-4359848 Fax 93-4350185
EUROPA TRAVEL S.A. c/ de la Paz, 35. VALENCIA	96-3529353 Fax 96-3940035
SIASA VIAJES Pº de la Habana. MADRID	91-4574891 Fax 91-4581088
VIAJES EL CORTE INGLÉS Alberto Bosch, 13. 28014 MADRID	91-2042600 Fax 91-5414640
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Empresas de Catering

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Convention Bureau

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
MURCIA CONVENTION BUREAU Avda. 1º de Mayo, s/n. MURCIA	968-341818 Fax 968-250793
SERVICIO MPAL. DE CONGRESOS DE VITORIA Av. de Gasteiz, s/n. VITORIA	945-161279 Fax 945-228009
VALLADOLID OFICINA DE CONGRESOS Acera de Recoletos, s/n. VALLADOLID	983-219438 Fax 983-217860
ZARAGOZA CONVENTION BUREAU Pza. Eduardo Ibarra/ esq. C/ Jerusalén ZARAGOZA	976-721333 Fax 976-721327

## Palacios y Centros de Congresos

ATT Del Agua, 2. GIJÓN	98-5343534 Fax 98-5344745
AUDITORIUM PALMA DE MALLORCA Paseo Marítimo, 18. PALMA DE MALLORCA	971-735328 Fax 971-289981
CENTRO DE CONVENCIONES MAPFRE Av. General Perón, 40. MADRID	91-5811627 Fax 91-5812597
OFICINA DE CONGRESOS DE OVIEDO Pza. de la Gesta. OVIEDO	985-246217 Fax 985-246216
PALACIO DE CONGRESOS DE BARCELONA Av. Reina María Cristina, s/n. BARCELONA	93-2332000 Fax 93-2332386
PALACIO DE CONGRESOS DE CANARIAS Playa de las Canteras, s/n. LAS PALMAS	928-491770 Fax 928-262696
PALACIO DE CONGRESOS DE MÁLAGA José Ortega y Gasset, 201. MÁLAGA	952-045500 Fax 952-045519
PALACIO DE CONGRESOS DE GIJÓN Parque Isabel La Católica, s/n. GIJÓN	985-180105 Fax 985-337711
PALACIO DE CONGRESOS DE GRANADA Pº Violón, s/n. GRANADA	958-246700 Fax 958-246702
FIAREUS, CENTRO FERIAS Y CONVENCIONES Avda. Bellissens, 40. REUS	977-326363 Fax 977-316359
PALACIO DE CONGRESOS 'EUROPA' Av. de Gasteiz, s/n. VITORIA	945-161279 Fax 945-228009
PALACIO MUNICIPAL CONGRESOS MADRID Av. de la Capital de España Madrid, s/n. MADRID	91-7220554 Fax 91-7210607

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO

91-3694100  
Fax 91-3691839

## Cadenas Hoteleras

BEST WESTERN Reservas	900-993900
BEST WESTERN Oficinas	91-5614622
Paseo de la Habana, 54-2º Dcha. MADRID	950-627010 Fax 950-333151
PLAYA HOTELES	950-627010 Fax 950-333151
Ed. Playa Hoteles. ROQUETAS DE MAR	91-3694100 Fax 91-3691839
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Hoteles ★★★★★

HOTELES TRYP	902-11 92 92
MARE NOSTRUM RESORT Av.de las Américas, s/n. TENERIFE	922-757500 Fax 922-757510
MELIA DE MAR Pº Illetas, 7. CALVIA (MALLORCA)	971-402511 Fax 971-405852
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Hoteles ★★★☆☆

BEATRIZ, HOTEL Ctra. de Avila, Km. 2,750. TOLEDO	925-269100 Fax 925-215865
DOMENICO, HOTEL Cerro del Emperador, s/n. TOLEDO	925-280101 Fax 925-280103
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
LA MORALEJA Av. Europa, 17. La Moraleja MADRID	91-6618055 Fax 91-6612188
H-10 ANDALUCIA PLAZA Urb. Nueva Andalucía. MARBELLA	952-812000 Fax 952-814792
HOTEL ALCORA Ctra. Juan de Alfarache. SEVILLA	95-4769400 Fax 95-4130128
HOTEL MELIA BARCELONA Avda. Sarriá, 50. BARCELONA	93-4106060 Fax 93-3215179
HOTEL MELIA CONFORT APOLO Avda. Paralelo, 57-59. BARCELONA	93-4431122 Fax 93-4430059
HOTEL MELIA SITGES Joan Salvat Papasseit, 38. SITGES	93-8110811 Fax 93-8949034
HOTEL MONASTERIO SAN MIGUEL Larga, 27. EL PUERTO DE SANTA MARÍA	956-540440 Fax 956-542604
HOTEL CONFORT GIRONA Barcelona, 112. GIRONA	972-400500 Fax 972-243233
HOTEL TRYP INDALO Avda. del Mediterráneo, 310. ALMERÍA	950-183400 Fax 950-183409
HOTELES C México, 3. Torremolinos MALAGA	952-051308 Fax 952-050581
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
MELIA MADRID SERRANO Claudio Coello, 139. MADRID	91-5626600 Fax 91-5617662
HOTEL TRYP GRAN SOL Rambla de Méndez Núñez, 3	965-203000 Fax 965-211439

## Hoteles ★★☆☆☆

EXPO HOTEL VALENCIA Av. Pío XII, 4. VALENCIA	96-3470909 Fax 96-3483181
HOTEL MONASTERIO DE PIEDRA Afueros, s/n. Nuévalos ZARAGOZA	976-849011 Fax 976-870712
HOTEL TRYP BOSQUE Carrilto José Cela, 5. PALMA DE MALLORCA	902 144 440 Fax ---

## Compañías de Autocares

AGREDA AUTOMOVIL S.A. Ctra. de Madrid km. 315,700. ZARAGOZA	976-300085 Fax 976-328342
AUTOCARES JULIA S.A. Puerto de Uséd, 20-2º. MADRID	91-7791860 Fax 917774086
TRAPSA Avda. Manoteras, 32. Edif. B. 3º. MADRID	91-3024526 Fax 91-3021709
TRAPSA Morabos, 24. Bajo 2º. BARCELONA	93-4256139 Fax 93-4250278

## Alquiler de Automóviles

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
--	------------------------------

## Oficinas Turismo Extranjeras

OFICINA NACIONAL TUNECINA Pza. España, 18. MADRID	91-5481843 Fax 91-5483705
--	------------------------------

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO

91-3694100  
Fax 91-3691839

## Compañías Marítimas

Vision Cruceiros www.visioncruceiros.com	91-7896400 Fax 91-3107215
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Instituciones Feriales

FIAREUS, CENTRO FERIAS Y CONVENCIONES Avda. Bellissens, 40. REUS	977-326363 Fax 977-316359
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
MADRID ESPACIOS Y CONGRESOS Avda. Capital de España Madrid, 7. 28042 MADRID	91-7220554 Fax 91-7220554
CAJA MAGICA RECINTO FERIAL CASA DE CAMPO	91-7220554 Fax 91-7220554
PRECSA Albert Einstein, s/n. CORNELLA DE LOBREGAT	93-4740202 Fax 93-3776655
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Empresas Audiovisuales

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
ABALOS SL Luis I, 71 Nave 17-18 Pl. Vallecas. MADRID	91-5522160 Fax 91-3311888
AUDIO VIDEO RENT S.L. San Ciriaco, 3. Local 28032 MADRID	91-3112660 Fax 91-3115352
AYSAY, S.L.U. Manuel Tovar, 24. 28034 MADRID	91-4682850 Fax 91-4684380
BIENVENIDO GIL SL P1 Malpica,F Oeste,G Quejido100. ZARAGOZA	976-574070 Fax 976-574554
CHAPLIN AUDIOVISUALES Camino de los sastres, 1. 14004 CÓRDOBA	902-197631 Fax 957-412600
DISERCO Arquimedes, 55-Bajo. BARCELONA	93 3492016 Fax 93-4082273
EIKONOS S.A. Marina, 20-22. Cornellá de Llobregat	93-4397305 Fax 93-4051828
IMAS Doctor Trueta, 44 Bajo. BARCELONA	93-2255100 Fax 93-2250346
INSTALACION Y MANTENIMIENTO Doctor Trueba, 44. BARCELONA	93-2255100 Fax 93-2250346
MILAN ACUSTICA Luis I, 60. MADRID	91-3801010 Fax 91-7780142
OISA TRADUCCION SIMULTANEA S.L Conrado del Campo, 5. Loc. 7 y 8. MADRID	91-5640644 Fax 91-5641921
SERV. AUDIOVISUALES DE MALLORCA Pº. Marítimo, 15. P. MALLORCA	971-735344 Fax 971-452431
SINCROVIDEO Virgilio, 11 Ciudad de la Imagen. MADRID	91-5189283 Fax 91-5189379
SONO (GRUPO EUPHON) MADRID	91-6624217 Fax 93-4801000
STEREO RENT C/ Fra Juniper Serra, 44. BARCELONA	93-4980980 Fax 93-2788259
TESEC S.A. Concepción Arenal, 9 Bajo S. COMPOSTELA	981-580199 Fax 981-564854
TEC Y MULTIMEDIA S.L. Alfonso Gómez, 23. MADRID	91-3049970 Fax 91-3042719
VIDEO PROMOCION S.L. Costa del Sol.	952-378391 Fax 952-378392
VIDYSON AUDIOVISUAL Par. Ind. Nuevo Calonge, D-3. SEVILLA	954-367920 Fax 954-358464
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Guías de Turismo

BGB BARCELONA GUIDE BUREAU Vía Laietana, 54. BARCELONA.	93-3107778 Fax 93-2682211
ACHE Fdez. de la Hoz, 33. 3º centro izqda MADRID	91-4440123 Fax 91-4440170
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Traductores e Intérpretes

ABACONGRESS S.L. León XIII, 2. CORNELLA. BARCELONA	902-103136 Fax 902-103136
ABACONGRESS S.L. Pza. Patricio Martínez, 4. MADRID	902-103136 Fax 902-103136
ABACONGRESS S.L. Dr. Fleming, 5A-3º izda. ZARAGOZA	902-103136 Fax 902-103136
ACHE TRADUCTORES Boix y Morer, 9. Of. 6 MADRID	91-4440123 Fax 91-4440170
ESOC Poeta Vila y Blanco,8. ALICANTE	96-5229940 Fax 96-5922346

GLOBAL CONGRESOS - AZAGA Torreiro, 13-15 6ºD. A CORUÑA	981-208932 Fax 981-208701
IBERTRAD SERVICIOS EMPRESARIALES Condado de Treviño, 2 15ºD. MADRID	91-3029130 Fax 91-7663731
INTERNACIONAL DE CONGRESOS Olivar, 8 1º C. BARGAS	925-358109/919770 Fax 925-358109
INTERPRETES DE BARCELONA Avinguda Icaria, 200, 4 1º. BARCELONA	93-2218535 Fax 93-2218534
LETRAS Antonio Leiva, 8 1ºC. MADRID	91-5603549 Fax 91-5603549
LINK, TRADUCCIONS I SERVEIS Gran Vía Jaume I, 40. GERONA	972-221721 Fax 972-220689
MEETING POINT Av. Hernán Cortés, 80 entlo. CACERES	927-214420 Fax 927-214420
NATURLENGUA Campoamor, 11 entlo. A. OVIEDO	98-5203984 Fax 98-5203984
PSP TRADUCCIONES E INTERPRETES Ctra. de Guadarrama, 7. GALAPAGAR	91-8585768 Fax 91-8582747
RC. BARCELONA TRADUC SIMULTANEA Ausias March, 26 Of.64-65. BARCELONA	93-3017181 Fax 93-4124433
SEPROTEC TRADUCCIONES Glorieta Bilbao, 1. 2º plta. MADRID	91-2048700 Fax 91-2048704
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Azafatas de Congresos

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
CONFICON HOSTESSES Vergés Paulí, 26 Esc. 4 3ºB. TORTOSA	977-443174 Fax 977-443174
CONFICON HOSTESSES August, 8 Entresuelo 1º. TARRAGONA	977-219764 Fax 977-443174
FORMATIK CONGRESS Asura, 40. MADRID	91-3881345 Fax 91-7219370
OLEAGA AZAFATAS Y COMUNICACIONES General Moscardó, 3. 2ºH. MADRID	91-5530755 Fax 91-5530755
PLOT AGENCIA Pedro Muguruza, 1. 4ºD. MADRID	91-3504994 Fax 91-3505440
SEPROTEC INTERPRETACION Glorieta Bilbao, 1. 2º plta. MADRID	91-2048700 Fax 91-2048704
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Montadores de Stands

DECOPLUMA, S.L. Cº. de Hormigueras, 175. Nave 1. MADRID	91-7782767 Fax 91-3805302
MODISEÑO C/ Fragua, 16. Pl. La Cantueña. Fuenlabrada	91-6214741 Fax 91-6214740
SERVISFERIAL Avda. Las Américas, 10. Coslada. MADRID	91-6699480 Fax 91-6715175
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Empresas de Servicios

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
ELECTRONICA Y SISTEMAS PERIFERICOS General Lacy, 21. MADRID	91-4670445 Fax 91-4684380
TRANSFEREX S.A. General Moscardó, 32. MADRID	91-5541202 Fax 91-5537464
E.G.L. (Carteras para congresos) Montesa, 31; bajo 4. 28006 MADRID	91-3092530
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Organización Actos Empresa

ARCO EVENTOS Doctor Castelo, 5. MADRID	91-5770708 Fax 91-5781803
TALISMAN Via Augusta, 251. BARCELONA	93-2090919 Fax 93-2006296
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Pulseras de Acreditación

ART & BEAT, SUNNY BCN www.worldsunny.com.	93-2741191 Fax 93-2743394
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

# CALENDARIO

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
<b>Noviembre 2020</b>					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
III European Meeting on Women's Mental Health	Auditorium Hospital San Pau	Barcelona	16-17/XI	----	----
Congreso de la Sociedad Española de Biología y Desarrollo	Bizkaia Aretoa	Bilbao	16-20/XI	----	----
XVIII Congreso SECIB	Baluarte	Pamplona	17/XI	----	----
HR Congress	Palacio de Congresos	Valencia	17-18/XI	----	----
Expo World Congress SMART CITY	Gran Vía	Barcelona	17-19/XI	----	----
147th Slot Conference IATA 2020	Barcelona	Barcelona	17-20/XI	----	----
7th International Symposium on Food Packaging	Barcelona	Barcelona	18-20/XI	----	----
BIM EBS +	Online	Online	19/XI	----	----
XXVII Congreso de Medicina General y Familia	Palacio de Congresos	Palma de Mallorca	19-21/XI	----	----
Congreso Internacional Educación, Arte, Neurociencia e Innovación	Palacio Congresos Europa	Vitoria	20-21/XI	----	----
XVIII Reunión anual del GEMD Grupo Español de Motilidad digestiva	Caja Rural de Aragón	Zaragoza	20-21/XI	----	----
VIII Jornadas Nacionales Nefrourológicas	Hotel Tryp La Caleta	Cádiz	20-21/XI	----	----
Jornadas de Divulgación Científica DDD	Centro Arte Etiopía	Zaragoza	21-22/XI	----	----
62 Congreso de la SEGG	Hotel Meliá Castilla	Madrid	23-25/XI	----	----
Congreso NEV	Afundación	Vigo	25-26/XI	----	----
XIV Congreso Nacional AMIFE	Barcelona	Barcelona	25-27/XI	----	----
V Congreso CROG	Hospital de La Fe	Valencia	25-27/XI	----	----
VII Congreso Conjunto AEA	Centro Congre. Victor Villegas	Murcia	25-27/XI	----	----
41 Congreso Nacional de la Sociedad Española de la Medicina Interna	Palacio de Congresos	Santiago de C.	25-27/XI	----	----
Congreso Nacional de la Sociedad Española de Traumatología Laboral	Palacio de Congresos	Zaragoza	26-27/XI	----	----
XXXVII Congreso de la Sociedad Andaluza de Medicina Intensiva	Hotel Meliá Lebreros	Sevilla	26-28/XI	----	----
IX Congreso Nacional de Farmacéuticos Comunitarios SEFAC	Palacio Euskalduna	Vizcaya	26-28/XI	----	----
XII Jornadas de Enfermería de UCI	Hotel Meliá Lebreros	Sevilla	26-28/XI	----	----
XXXIII Reunión Grupo Español Dermato-Oncología y Cirugía de la AEDV	NH Collection	Sevilla	27-28/XI	----	----
XXXI CONGRESO AEPPC	Palacio de Euskalduna	Bilbao	28-30-XI	----	96 072 82 12
<b>Diciembre 2020</b>					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
IBTM World 2020	Fira Gran Vía	Barcelona	1-3/XII	----	----
Digital SUMMIT 2020	Online	Online	2-3/XII	----	----
2nd International Congress Sociadrogalcohol	Hotel Puerta de América	Madrid	2-4/XII	----	----
38º Congreso Nacional de la SEMNIM	Palacio de Congresos	Granada	2-4/XII	----	----
XIII Reunión de Dermatología Privada y Nuevas Tecnologías 2020	Hotel Marriott Auditorium	Madrid	3-5/XII	----	----
Encuentro anual de la Asociación Europea Cardiovascular EACVI 2020	Fira Gran Vía	Barcelona	9-12/XII	----	----
28 Simposio Internacional Avance en el Tratamiento Tumores Digestivos	Palacio de Festivales	Cantabria	17-18/XII	----	----
4th World Bronchiectasis & NTM Conference	Universidad de Barcelona	Barcelona	17-19/XII	----	----
VII Jornadas de Ecografía Semergen	Univ. Católica San Antonio	Murcia	17-19/XII	----	----
<b>Enero 2021</b>					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
XVI Cong. Nacional de la Asociación Española para el Estudio de la Menopausia	Teatro Goya	Madrid	21-23/I	----	----
<b>Febrero 2021</b>					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
XXV Reunión Clínica Internacional de Dermatología	Hotel Barceló Sants	Barcelona	5-6/II	----	----
IV Congreso Nacional de Rehabilitación Multimodal	Hotel Meliá Alicante	Alicante	10-12/II	----	----
3rd International Conference EBART	Palacio de Congresos	Barcelona	18-19/II	----	----
ITWorld EDU	Palacio de Congresos	Barcelona	18-19/II	----	----
<b>Marzo 2021</b>					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
18th Annual Conference for the Diagnosis and Treatment of Neuro. ENETS 2021	Barcelona	Barcelona	3-5/III	----	----
8as. Jornadas Nacionales de Diabetes SEMERGEN	Forum Evolucion Burgos	Burgos	5-3/III	----	----
II Jornadas de Ecografía de la SEMFYC	Gran Hotel Luna Sercotel	Granada	5-6/III	----	----
BIT's 6th Annual World Congress of Smart Materials 2021	Catalonia Barcelona Plaza	Barcelona	10-12/III	----	0086-411-84799609-817
5th Mergers and Acquisitions in the Technology Sector Conference	Hotel Arts	Barcelona	18-19/III	----	+44 (0)20 7842 0090

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
ARSAD 2021	Universidad Autónoma	Barcelona	20-21/III	----	----
AOCMF Young Surgeon Global Congress 2021	Catalonia Barcelona Plaza	Barcelona	25-27/III	----	----
DERMOPEDIATRICS XVII	Audiotrio Axa	Barcelona	26/III	----	----
21st Annual World Congress on Pediatrics	Hotel Augusta Barcelona	Barcelona	29-30/III	----	1-213-233-9462

**Abril 2021**

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
XLIII Reunión anual de la Sociedad Española de Neurología Pediátrica	Palacio Congresos	S. de Compostela	8-10/IV	----	932.388.777
VII Simposio Internacional sobre enfermedad inflamatoria intestinal	Hospital Puerta de Hierro	Madrid	16/IV	----	----
XII Jornadas Cardiovasculares SEMERGEN	Palacio Congr. Cabo de Gata	Almeria	16-17/IV	----	----
V Barcelona Hip Meeting	Centro Convenciones Axa	Barcelona	19-21/IV	----	93.518.74.47
Simposio Internacional GEICAM	Kursaal	San Sebastián	21-23/IV	600	----
European BIM SUMMIT2021	World Trade Center	Barcelona	22-23/IV	----	932 40 20 60
MedTech Forum	Barcelona	Barcelona	22-24/IV	----	+33 (0)5 34 45 26 45
4th SSEA	Edificio Vertéx	Barcelona	23-24/IV	----	93 401 62 00
EHRA 2021	Online	Online	23-25/IV	----	+33.4.92.94.76.00
15 Congreso Mundial de la Sociedad Internacional de Neuromodulación	CCIB	Barcelona	1-6/IV	----	----
EUEW 2021	Barcelona	Barcelona	6-7/IV	----	----

**Mayo 2021**

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
19 Simposio Internacional de Cardiopatía Isquémica y Críticos Cardiov.	Palacio de La Magdalena	Cantabria	6-8/V	----	----
XIV Jornadas de Neumología de Ibiza	Hotel Torre del Mar	Ibiza	6-8/V	----	----
Congreso ESTRO	Madrid Convention Boreau	Madrid	7-11/V	----	96 072 82 12
XIII Reunión de Dermatología Privada y Nuevas Tecnologías 2021	Hotel Marriott Auditorium	Madrid	13-15/V	----	----
VI Jornadas de Psicoanálisis Relacional	Aula Magna Casa Convalecen.	Barcelona	14-15/V	----	----
X Jornadas Nacionales de respiratorio Semergen	Palacio Cong. Manuel Rojas	Badajoz	14-15/V	----	----
XXVI Reunión Anual de la Sociedad Catalana de Pediatría	Palacio de Congresos	Lleida	14-15/V	----	----
XXVI Congreso Nacional AEER	Centro Int. Ferias y Congresos	Tenerife	14-15/V	----	----
ISF World Seed Congress 2021	Barcelona	Barcelona	17-19/V	----	+ 49 3024603236
XII Biennial Conference - Barcelona/Pittsburgh	World Trade Center	Barcelona	20-22/V	----	----
World Blindness Summit 2021	Madrid	Madrid	21-26/V	----	----
18º Salón Internacional SMOPYC 2020	Feria de Zaragoza	Zaragoza	26-29/V	----	----
III Congreso Iberoamericano de historia del mueble	Museo del Diseño	Barcelona	28-30/V	----	932.566.785

**Junio 2021**

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
Congreso Plataforma de Negocio	Barcelona	Barcelona	2-3/VI	----	----
62 Congreso de la SEGG	Meliá Castilla	Madrid	7-9/VI	----	----
38th International Symposium on Diabetes and Nutrition	Hotel Cap Roi	Girona	7-9/VI	----	----
XIV Congreso Internacional de la Sociedad Española de Cuidados Paliativos	Auditorio Palma de Mallorca	Palma de Mallorca	10-12/VI	----	----
13 Congreso Nacional de ASEEMA	Novotel Madrid Center	Madrid	10-12/VI	----	----
XXVII Congreso de Medicina General y Familia	Palacio de Congresos	Palma de Mallorca	17-19/VI	----	----
18º Congreso Mundial de Cirugía Endoscópica	Barcelona	Barcelona	7-10/VII	----	----
XVIII Congreso de la Sociedad Española del Dolor (SED)	Palacio de Congresos	Valencia	10-12/V	1000	----

**Julio 2021**

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
Congreso Internacional Ciencias Sociales	----	San Sebastián	10-12/VII	----	----

**Septiembre 2021**

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
30 Congreso Anual ECVIM	CCIB	Barcelona	3-5/IX	----	+31 (0)43 325 05 21
19 Conferencia Europea de Biología Computacional	Sitges	Barcelona	5-9/IX	----	93 882 38 78
Encuentro Anual de la Sociedad de Meteorología Europea	Barcelona	Barcelona	6-10/IX	----	----
Conference on Methods and Applications of Fluorescence	Palacio de Congresos	Valencia	10-13/IX	500	----
28 Conferencia Internacional de Computación Lingüística	Barcelona	Barcelona	13-18/IX	----	----



El nuevo espacio ya ha acogido los primeros eventos y dispone de las últimas nuevas tecnologías.

## CCIB, con plató de 420m<sup>2</sup> para eventos híbridos

La situación generada por la crisis provocada por el Covid-19 ha llevado al CCIB a adaptarse y buscar soluciones. De esta manera, estrena un nuevo plató de 420 metros cuadrados, donde se puede llevar a cabo cualquier presentación con realidad aumentada, gráficos 3D o soluciones holográficas.

El Centro de Convenciones Internacional de Barcelona (CCIB), gestionado por la empresa francesa GL events, ha inaugurado un plató de 420 metros cuadrados para realizar eventos virtuales e híbridos. El espacio, desarrollado junto con Locale Events & Soul, está abierto a todas las empresas u organizaciones para celebrar cualquier tipo de evento, ya sean congresos virtuales, rodajes, grabaciones, *shootings*, entrevistas o producciones audiovisuales. El nuevo espacio de CCIB ya ha acogido con éxito los tres primeros eventos durante los meses de septiembre y octubre.

La situación generada por la crisis del Covid-19 ha llevado al CCIB a adaptarse y buscar soluciones para que "los clientes puedan seguir desarrollando sus eventos con normalidad y con las últimas tecnologías", explica el director general del CCIB, Marc Rodríguez. El recinto ha podido

celebrar eventos físicos con total seguridad y siguiendo estrictos protocolos —como Rebuild 2020 del 29 de septiembre al 1 de octubre—, pero las restricciones y limitaciones en la movilidad nacional e internacional han favorecido la aparición de nuevas soluciones. El nuevo plató del CCIB permite a las empresas seguir en contacto con sus equipos, realizar nuevos lanzamientos y presentaciones de productos al público de cualquier parte del mundo, organizar congresos virtuales o cualquier producción audiovisual.

### Propuestas creativas

El nuevo espacio del Centro de Convenciones Internacional de Barcelona está compuesto por un plató físico y un plató croma anexo, dotado con todo el equipo técnico y personal necesario para la realización de cualquier propuesta creativa, en formato



**Marc Rodríguez**

Director general del CCIB

### '100% de garantías'

"Buscamos soluciones a las necesidades de los clientes para que sigan conectados en los próximos meses", asegura el director general del CCIB, Marc Rodríguez. "Nuestro trabajo es unir a las personas, físicamente o virtualmente", subraya.

semipresencial o 100% digital. Además, dispone de todos los medios técnicos para enriquecer el contenido audiovisual: realidad aumentada, gráficos 3D, gamificación, soluciones holográficas...

El CCIB dispone de un estricto protocolo con todas las medidas de prevención y seguridad adaptado a las indicaciones que marcan las autoridades, como el uso de mascarilla, limpieza de manos, mantenimiento de las distancias, uso de amplias salas, controles de temperatura, desinfecciones constantes, ventilación de salas... Siguiendo los protocolos y distancias de seguridad de cada momento, la zona de escenografía y del croma del plató prevé una capacidad de hasta 11 personas, una zona de con-

trol técnico, posibilidad de público para 24 personas y terraza de 316 m<sup>2</sup> con aforo de 68 personas.

### Los eventos físicos, claves

El director general ha explicado que "los equipos del CCIB seguimos trabajando en los congresos y convenciones programadas y captando nuevos para el futuro", ya que, insiste, "serán la clave de la recuperación" y un "impulso a la actividad económica de la ciudad y nuestro entorno". "Los congresos físicos continuarán y un ejemplo es que los clientes ya están programando nuevos eventos presenciales en las fechas que se prevé una situación más favorable", sentencia Rodríguez.

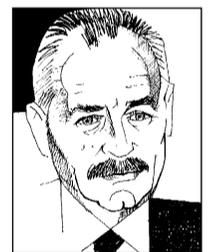
### ✓ CLAVES

## Lamentablemente, una vez más

**E**STÁ CLARO QUE le único que tira del Turismo, una vez más, es el Sector Turístico. En todos sus segmentos hay uno serio y responsable afán de adaptación, remodelación, mejora, mayor seguridad sanitaria, incorporación de nuevos servicios y prestaciones. En definitiva una severa determinación de superación. Después de tantas promesas incumplidas de los distintos gobiernos que hemos tenido, a nadie en el Sector se le ocurre esperar que el actual gobierno sea distinto.

Todos ellos se caracterizan por una total indiferencia y lo que es peor, severa ceguera al no querer aceptar que nuestro Sector es el que siempre, y siempre sin ayuda, saca al país del pozo económico sin alharacas, feroces demostraciones y huelgas. Simplemente apretando los dientes, tirando para adelante y, lo más sangrante de todo, jugándose sus economías, porque una vez más, de ayudas estatales, ninguna.

El mundo está sufriendo una terrible y dolorosa pandemia. Desgarradoras cifras de fallecidos y afectados nos golpean sin piedad. Las economías en gravísimas pérdidas. Países, como el nuestro, en el que el Turismo aporta más del 12 % del PIB directo y el 18% del indirecto, dando trabajo a casi tres millones de familias, no puede ser ignorado ni ninguneado, y eso desgraciadamente es lo que está sucediendo. Ya está bien de cuidar nuestras palabras y seguir aguantando este continuo mentir, desprecio e indolencia. Ya está bien de promesas incumplidas. Ya está bien de parches que no sirven para nada. Y si lo tengo que decir a título personal, sea.



**Claudio Meffert**

Director del Consejo Asesor de CONEXO

**Date de alta en Nexotur.com**  
Diario online del Agente de Viajes  
... y recíbelo cada mañana en tu email

**NEXOTUR**  
Ciudadanos quieren hacer una Carta del Turismo Sostenible  
Las tarifas de vuelos directos en Europa cuestan 200 millones de euros  
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 vuelos?

**Incidencias en vuelos**

**¿Compensaciones por 'overbooking'?**

**Pregunta.-** El vuelo contratado por un cliente en mi agencia sufrió *overbooking*, le pidieron que cediera su reserva a cambio de embarcar en el siguiente vuelo en clase *business* y accedió. Ahora me dice que envíe un escrito a la compañía aérea para reclamar el reembolso de parte del coste del vuelo contratado en un primer momento, ya que en el siguiente vuelo, en el que viajó, llegó a su destino hora y media más tarde. ¿Qué debo hacer?

**Respuesta.-** En el caso del temido *overbooking* en las compañías aéreas que mencionas, tu cliente sólo podría pedir una compensación si le hubieran denegado el embarque en contra de su voluntad, pero en este caso, según nos comentas, fue el propio cliente quien de forma voluntaria aceptó el cambio recibiendo una mejora de condiciones en el vuelo.

Según el Reglamento (CE) N° 261/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de febrero de 2004, en el artículo 4 sobre Denegación de embarque se dice "1. Cuando un transportista aéreo encargado de efectuar un vuelo prevea que tendrá que denegar el embarque en un vuelo, deberá, en primer lugar, pedir que se presenten voluntarios que renuncien a sus reservas a cambio de determinados beneficios, en las condiciones que acuerden el pasajero interesado y el transportista aéreo encargado de efectuar el vuelo.

Los voluntarios recibirán asistencia de conformidad con lo dispuesto en el artículo 8, además de los beneficios mencionados en este apartado.2. En caso de que el número de voluntarios no sea suficiente para que los restantes pasajeros con reservas puedan ser embarcados en dicho vuelo, el transportista aéreo encargado de efectuar el vuelo podrá denegar el embarque a los pasajeros contra la voluntad de éstos.3. En caso de que deniegue el embarque a los pasajeros contra la voluntad de éstos, el transportista aéreo encargado de efectuar el vuelo deberá compensarles inme-

**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)

diatamente de conformidad con el artículo 7 y prestarles asistencia de conformidad con los artículos 8 y 9.

Según el artículo 3 Ámbito de aplicación, 1. El presente Reglamento será aplicable: a) a los pasajeros que partan de un aeropuerto situado en el territorio de un Estado miembro sujeto a las disposiciones del Tratado; b) a los pasajeros que partan de un aeropuerto situado en un tercer país con destino a otro situado en el territorio de un Estado miembro sujeto a las disposiciones del Tratado, a menos que disfruten de beneficios o compensación y de asistencia en ese tercer país, cuando el transportista aéreo encargado de efectuar el vuelo en cuestión sea un transportista comunitario."

Dicho esto, por supuesto, si tu cliente quiere interponer una reclamación ante la compañía está en su perfecto derecho de hacerlo. Y tú podrás colaborar con él y ayudarle en todo lo que pueda necesitar. Sin embargo, conviene que le traslades que aceptó el cambio con una mejora correspondiente, y por lo tanto, no puede considerarse una denegación de embarque en contra de su voluntad. Algunos seguros de viaje de InterMundial incluyen coberturas para afrontar los gastos provocados por el *overbooking*.

**Emergencias**

**¿Cómo debe actuar la agencia?**

**Pregunta.-** Ante situaciones de riesgo para nuestros clientes,

mados de todas las novedades en esta materia. Uno de los aspectos a los que el Ministerio da más importancia es, precisamente, la labor de prevención que lleváis a cabo tanto agencias como turoperadores.

El Ministerio considera vital que os informéis de la situación de cada uno de los destinos que comercializáis para asegurarnos de que el país al que envías a los viajeros cuenta con todas las garantías. En caso contrario, si se produjera una crisis, el Ministerio intervendría, pero la agencia de viajes quedaría afectada. Igualmente, el Ministerio recomienda que las personas que viajen al extranjero se inscriban en su página web, facilitando sus datos personales, datos de su viaje (país de destino, lugares que van a visitar y en los que se van a alojar) y los de los familiares que tienen previsto acompañarlas, así como los de las personas a las que habría que contactar en caso de emergencia. Dicha página dispone de una aplicación informática que permite enviar SMS a los móviles de los turistas. Este servicio es muy útil a la hora de localizar a los pasajeros y mantenerlos informados en el caso de que tuviera lugar alguna situación imprevisible en destino, como una catástrofe natural, un atentado terrorista o una crisis política.

En casos como estos, el viajero puede dirigirse a la Embajada o Consulado más cercano o a la Unidad de Emergencia Consular, que atenderá emergencias y consultas en horario de oficina y dispone de un teléfono al que se puede contactar fuera de este horario, siempre que se trate de una emergencia grave.

Un factor de ayuda en esos casos es que la agencia de viajes mantenga activas las redes sociales, ya que se ha demostrado que, en caso de dificultades en el viaje, son un instrumento de comunicación inmediata con los clientes y permite mantenerlos informados sobre la situación y recomendarles pautas de actuación. En cualquier caso, es importante que tu agencia cuente con un servicio de atención al viajero 24 horas, 365 días al año, para que el viajero esté protegido desde que sale de su hogar hasta que regrese.

Por último, es fundamental que aconsejéis la contratación de un buen seguro de viaje: asistirá y ayudará a vuestros viajeros ante cualquier problema relacionado con los vuelos, equipajes, enfermedad y accidente, y por eso el Ministerio de Asuntos Exteriores lo recomienda y considera fundamental para viajar de forma segura.






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



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

# MOSTRADOR

## Wonderbox apuesta por los parques temáticos

Wonderbox ha presentado unas nuevas cajas de regalo con entradas para los mejores parques temáticos. Se trata del nuevo concepto Tick'Box, donde los usuarios tendrán la posibilidad de personalizar su experiencia según las preferencias, ya sea realizar un viaje con amigos, con familiares, en pareja, de un día, dos, etc. Entre los parques incluidos están DisneyLand Paris, Puy du Fou, Parque Warner o Portaventura. Los cofres de esta gama estarán disponibles para su venta en formato físico en España a partir de diciembre.

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

## Mapa Mundi presenta su campaña de novios para la próxima temporada 2021

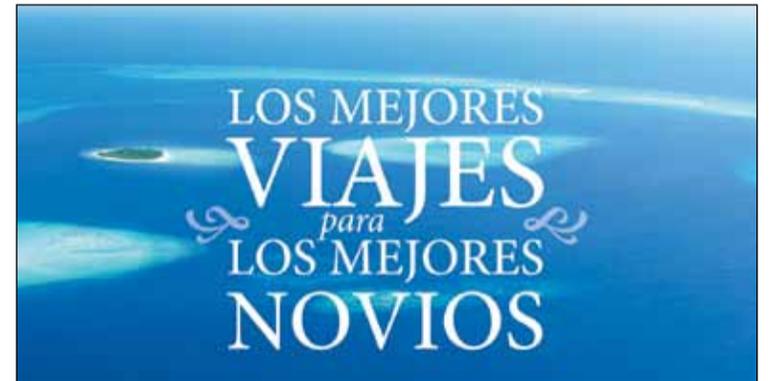
Se trata de una oferta muy completa que abarca todo tipo de viajes y para todo tipo de parejas

Mapa Mundi ha lanzado su nueva y estimulante propuesta de viajes de novios para el próximo año. "Ante esta perspectiva, hemos hecho un gran esfuerzo en la selección de propuestas para este catálogo, ya que solo es la punta del iceberg de nuestra oferta", ha explicado el director de Mapa Mundi, Jesús Ruiz. A este respecto, ha destacado que "estamos preparados para adaptar el viaje a cada pareja, un *must* para cualquier viajero contemporáneo que pondremos a

disposición de todas las agencias de viajes en unas semanas desde nuestras plataformas digitales y desde hoy en nuestro *booking*".

La campaña ofrece un descuento de un 6% y el regalo de un atractivo set de viaje que será acumulable a cualquier promoción que las agencias de viajes puedan ofrecer a los mismos. Además, garantiza la máxima flexibilidad para poder cancelar sus reservas con 30 días de antelación sin gastos, condicionado a la tarifa aérea.

✉ [mapamundiviajes.es](http://mapamundiviajes.es)



Han realizado un esfuerzo para lanzar nuevas propuestas.

## NCL suspende sus operaciones hasta el próximo 31 de diciembre

Seguirán trabajando en las medidas necesarias para ofrecer mayor seguridad

Norwegian Cruise Line ha anunciado recientemente la extensión de la suspensión de sus viajes incluyendo ahora las salidas entre el 1 y el 31 de diciembre de 2020 para sus tres marcas de cruceros. La compañía de cruceros continuará trabajando conjuntamente con los gobiernos y las autoridades de salud pública locales, y con el equipo de expertos internacionales del Healthy Sail Panel a fin de tomar las medidas necesarias para proteger a sus pasajeros, tripulación y las comunidades visitadas.

✉ [www.ncl.com](http://www.ncl.com)



Viajes suspendidos entre el 1 y el 31 de diciembre.

## Vueling permitirá cambios para sus nuevas reservas

Vueling posibilitará que todos sus clientes puedan modificar sus reservas y cambiar de fecha, de destino o ceder el vuelo a una tercera persona que ellos elijan, sin necesidad de presentar prueba o justificante. A cambio, el cliente recibirá automáticamente un crédito de vuelo por el 100% del importe abonado y que podrá canjear en cualquier momento durante los siguientes 18 meses.

Esta nueva funcionalidad facilita esta toma de decisión hasta 48 horas antes del vuelo, en todas las nuevas reservas hechas a partir de hoy mismo a través de la página web. En caso de que el coste del nuevo vuelo sea



No es necesario un justificante.

inferior al de la reserva original, el cliente dispondrá del importe restante para utilizarlo en cualquiera de sus reservas futuras.

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



Se podrá cancelar el viaje hasta 30 días antes.

## Princess Cruises anuncia su nueva política de reservas

Princess Cruises acerca el producto a los clientes con una nueva política de cancelación, haciendo que la reserva de los próximos cruceros tenga unas condiciones más flexibles y eliminar preocu-

paciones a los clientes. Así, se podrá cancelar el crucero hasta 30 días antes de la salida y los gastos de cancelación pasarán a un crédito para un futuro crucero.

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

## La cadena Barceló Hotel lanza la propuesta 'Barceló de finde'

Ofrece estancias durante el fin de semana en grandes ciudades de España

Barceló Hotel Group ha lanzado la campaña 'Barceló de finde', una iniciativa para desconectar los fines de semana en sus hoteles urbanos. A este respecto, han querido abrir sus hoteles a los propios residentes, creando una oferta que pone a su disposición sus hoteles a precios especiales que les darán oportunidad de descubrir su oferta hotelera, tratando de incentivar la reactivación del Turismo ante la situación actual causada por el coronavirus.

### Atención médica ilimitada

En este sentido, la campaña ofrece estancias de fin de semana en sus hoteles de Madrid, Barcelona, Sevilla, Málaga, Valencia y Bilbao,

entre otras ciudades, e incluye *Late check-in/Late check-out*, así como un servicio de telemedicina gratuito durante la estancia, una solución que Barceló Hotel Group ha desarrollado junto a AON y Openhealth. Este ofrece atención médica ilimitada en las especialidades de medicina general y familiar, pediatría o dermatología durante la estancia en el hotel, así como un servicio personalizado, disponible en las modalidades *online* o por teléfono, los 365 días del año.

Concretamente, se trata de una iniciativa que forma parte del programa 'We care about you', un plan de medidas para reforzar los protocolos de salud ya existentes en sus hoteles, para que los clien-



Servicio de telemedicina gratuito.

tes puedan disfrutar de su estancia en el destino elegido con las máximas garantías y total tranquilidad sin riesgo de contagio.

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

## ■ CLUB NEXOTUR

# Descuentos de hasta un 20% en vehículos con Europcar

Europcar ha lanzado descuentos en el alquiler de vehículos en España y en el resto del mundo.

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

en España, y hasta un 5% en el resto de oficinas en el mundo. Para el descuento mencione el código 534576. Más información llamando al 902 50 30 10 o visitando su página web: [www.europcar.es](http://www.europcar.es)

Entre ellos se incluye hasta un 15% en alquiler de coche en oficinas en España, hasta un 20% en furgonetas

## ■ FAM TRIP



Seis profesionales del Sector tomaron parte en el viaje.

# 'Fam trip' para agentes en Dubai

Dubái, la cuarta ciudad más visitada del mundo, y la aerolínea Emirates, han llevado a cabo con éxito el primer *fam trip* con agencias de viajes españolas y turoperadores para comprobar la seguridad del destino. Hasta seis profesionales del Turismo españoles han podido disfrutar de los atractivos del país, con todas las garantías sanitarias.

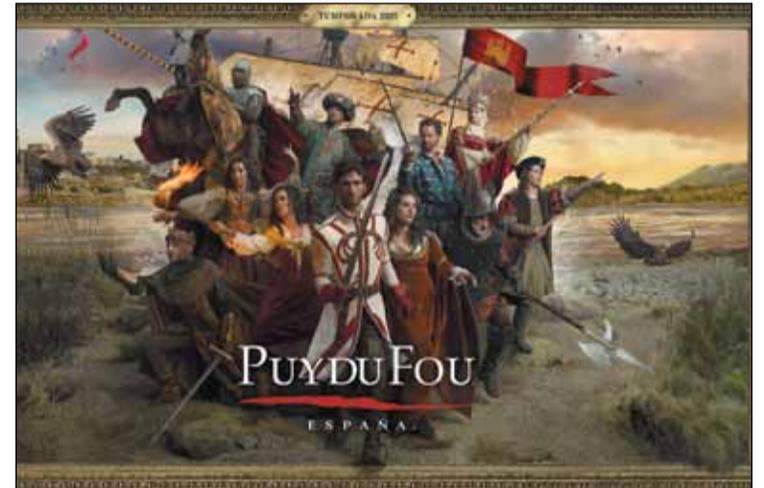
# Puy du Fou introduce hasta cuatro novedades para su primera temporada

La venta de entradas ya está disponible para la apertura el 26 de marzo

Puy du Fou España ha estado trabajando durante la pandemia en la apertura de su gran parque de espectáculos en vivo, que verá la luz, por fin, el próximo mes de marzo de 2021 cargado de novedades con cuatro grandes espectáculos diurnos (tres interiores y uno al aire libre).

Entre los nuevos espectáculos han incluido 'A Pluma y Espada', una función sobre El Siglo de Oro, que contará con la primera representación de la nueva creación de Don Fernán Gómez, autor de teatro, a la par que corregidor de Toledo. Igualmente, los asistentes podrán disfrutar de 'El Último Cantar', basado en el Cid Campeador, donde el visitante conocerá la excepcional trayectoria de vida de un caballero castellano.

Por otra parte, ofrecerán el espectáculo 'Cetrería de Reyes', poniendo el foco en el Califato de Córdoba y en la Batalla de Simancas, donde gozarán de una exhibición aérea, que permitirá sentir a muy pocos metros a majestuosas aves que desplegarán sus imponentes alas y transmi-



Los espectáculos están basados en épocas de la historia.

tirán al visitante amor por la naturaleza y ganas de volar.

La cuarta y última de las novedades de Puy du Fou será 'Allende, la Mar Oceána', donde tras una última entrevista con la Reina Isabel y los preparativos en el Puerto de Palos, el visitante está invitado a embarcar como tripulante de la nao Santa María para vivir en primera persona la

gran expedición en la búsqueda de una nueva ruta a las Indias.

No obstante, los presentes también podrá disfrutar de cuatro poblados de época para adentrarse aún más en la Historia. Entre estos se encuentran la Puebla Real, el Askar Andalusi, la Venta de Isidro y El Arrabal ubicado a los pies de la gran muralla.

[www.puydufou.com/espana/en](http://www.puydufou.com/espana/en)



**TIS** TOURISM  
INNOVATION  
SUMMIT

25-27 NOVEMBER 2020  
SEVILLA



WHERE TECHNOLOGY MEETS TOURISM

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

## Can Bordoy propone viajes en Navidad para amigos

La cadena hotelera Can Bordoy ya se ha adaptado a la nueva temporada navideña que ha marcado el Covid-19 con la apertura del hotel de cinco estrellas Gran Lujo Can Bordoy Grand House & Garden, con el que pretenden garantizar celebraciones divertidas y muy saludables, pero que al mismo tiempo permiten mantener la distancia social que el momento de pandemia requiere. Concretamente, se trata de la novedosa experiencia 'Navidad entre amigos', que invita a los participantes a disfrutar durante un día de todas sus instalaciones, ya sea realizar actividades en su jardín privado, en su rooftop con vistas a los principales atractivos turísticos de la ciudad, en su patio mallorquín, o en sus salas de la zona noble del hotel.



Contarán con las medidas sanitarias.

compartiendo un plan tranquilo, o animándolo con actividades extras como un *photoshooting* en la propia habitación. Asimismo, durante la estancia ofrecen un tratamiento de cosmética celular vegetal; una comida a base del *lunch* saludable; o una relajada sesión en su *spa*.

El precio de toda esta experiencia ronda los 95 euros. No obstante, cada uno de los extras tendrá un precio adicional. Por ejemplo, el suplemento *suite* será un 50% más caro, el *photoshooting* tendrá un coste de 120 euros, y los suplementos 'Mirror Christmas Party' y *lunch*, tendrán un coste de 75 y 42 euros, respectivamente.

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

### Nuevas 'suites'

De igual manera, aquellos que deseen disfrutar de una mayor intimidad, pueden reservar una de sus 24 *suites*, de entre 30 y 80 metros cuadrados, donde podrán reunirse desde las 10 de la mañana hasta las 20:00. Un total de 10 horas que permitirá a los invitados dedicar enteramente a sus amigos, ya sea

## Formentera ofrece hasta cuatro salidas para la temporada de otoño

La gran novedad es la apertura al público del Molí Vell de la Mola

El otoño ha llegado y con él comienza una estación para descubrir los atractivos de la isla de Formentera desde un punto de vista diferente al que

nos tienen acostumbradas en la temporada estival. Así, la isla dispone de cuatro actividades de ámbito cultural para sorprender a los visitantes.

La isla de Formentera no es solo un destino de ámbito vacacional, sino que también dispone de numerosos atractivos culturales que dejarán sorprendidos a los visitantes. Por ello, proponen cuatro diferentes actividades que permitirá descubrir una nueva faceta de la ciudad balear durante la época de la caída de la hoja.

En primer lugar, ofrecen la visita al Molí Vell de la Mola, desde el 7 de noviembre hasta mayo, los sábados y domingos. Se trata de uno de los seis molinos de viento harineros de la isla, de seis aspas y con hasta tres plantas. Por otra parte, también se podrá conocer la Torre des Pi des Català, construida en el siglo XVIII para proteger la costa de Migjorn. Con una altura de 23 metros, es la única de las cuatro torres defensivas de la isla que, tras su restauración en 2016, permite el acceso a su interior.

La tercera de las posibilidades es la del Museo del faro de la



Podrán realizar una visita al Museo Etnográfico de Sant Francesc.

Mola, que, ubicado al este de la isla, el propio faro inspiró al conocido Julio Verne en una de sus novelas de aventuras. En su interior, dividido en dos espacio expositivos, puede verse una maqueta de todo el edificio, un *llaüd* (barca tradicional) a escala y diversos objetos relacionados con la pesca, el mar y los faros.

Por último, los visitantes podrán conocer el Museo Etnográfico. Se encuentra en Sant Francesc, y fue creado en 1993. Es un viaje al pasado a través de herramientas, utensilios, muebles e indumentaria que permiten al visitante hacerse una idea de cómo era la vida hasta mediados del siglo XX.

<https://www.formentera.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

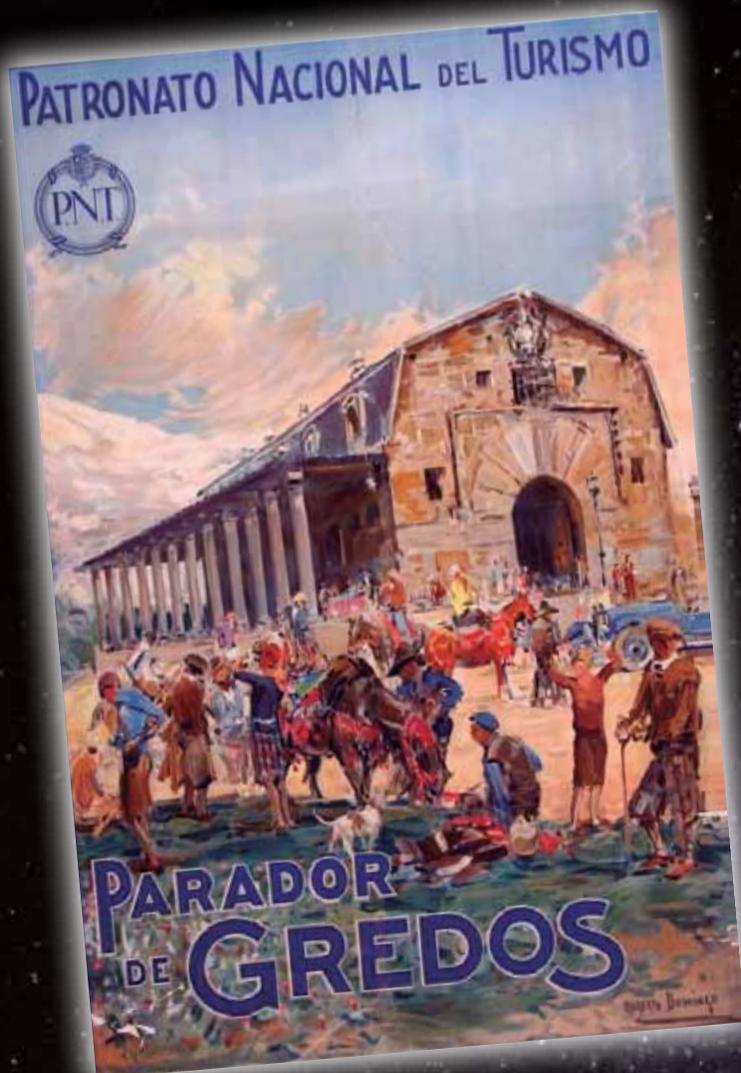
Lope de Vega, 13  
28014 Madrid

## 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
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>OCTOPUSTRAVEL</b>	<b>15% de descuento</b> para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 ☎ 91 531 34 90
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>ACCOR HOTELES</b>	Hasta <b>30% de descuento</b> sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Más de 1.600 hoteles en todo el mundo, marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio...	Abierto	web Accor	www.travelagencies. 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
COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>HERTZ</b>	Descuentos <b>15%</b> fin de semana, <b>10%</b> resto semana (España), <b>5%</b> Internacional, <b>22%</b> furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 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
HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO</b>	Oferta disponible sólo para agentes de viajes.	Precio por noche en habitación doble 35 euros (más IVA). Régimen alojamiento y desayuno. Tarifa disponible todo el año.	31-12-2014	Web Beatriz Hoteles	www.beatrizhoteles.com '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
SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>ERGO Seguros de Viajes</b>	<b>85% de descuento</b> sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de Viaje Póliza Especial Agentes. Mod. Individual: 84,44 euros. Mod. Familiar. 154,63 euros.	Abierto	Departamento comercial	☎ 91 344 17 37
<b>INTERMUNDIAL SEGUROS</b>	<b>40% de descuento</b> sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Seguro de viaje anual especial Profesionales del Turismo por 120,50 euros.	31-12-2019	Marta Bernabé	☎ 91 290 30 82



# El Sector ha cambiado y la Información también



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

HOTELERÍA Y ALDARMENTO

**Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo**

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

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

**Los destinos existosos a finales de 2016**

**Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde**

**Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria**



**Date de alta en  
Nexohotel.com**

Diario *online* de Hotelería

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

# HOTELERIA

## El sector alojativo español solicita la bajada de potencia eléctrica y caudal de gas

Muchos establecimientos hoteleros se están viendo en la obligación de volver a cerrar ante las nuevas restricciones

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y la Asociación

Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) demandan la bajada de la potencia eléctrica y el caudal de gas. Estas medidas ya se im-

plementaron para pymes durante la primera declaración del estado de alarma y fueron prorrogadas sólo hasta septiembre.

Ante el anuncio del nuevo estado de alarma y el consiguiente cierre de establecimientos en el sector alojativo, CEHAT, ITH y AEHM piden al Gobierno que reactive las medidas que destinó a pymes —vigentes hasta septiembre—, como la bajada de potencia eléctrica



Jorge Marichal

y de caudal de gas sin penalización. Tras la declaración en marzo de 2020 del primer estado de alarma, el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico adoptó una serie de disposiciones y determinó destinar medidas para pymes relacionadas con el abono de servicios básicos como la electricidad y el gas durante el estado de alarma y los tres meses posteriores. Entre ellas, se contemplaba la suspensión de pago de las facturas tanto de gas como de electricidad a pequeñas y medianas empresas y las modificaciones sin penalización de potencias en electricidad y de caudal en gas.

Estas medidas ayudaron a aliviar en cierta medida la situación del sector alojativo puesto que, con la llegada de la pandemia, muchos establecimientos se vieron abocados al cierre y a una solicitud del cambio de potencia energética. En el caso de la electricidad,

la normativa general permite tan sólo un cambio al año. Así, con la llegada de la desescalada y la reapertura de algunos establecimientos hoteleros, los alojamientos que abrieron pudieron solicitar de nuevo un cambio de potencia gracias a las medidas contempladas por el Ejecutivo. Estas disposiciones dejaron de estar en vigor en septiembre de este año.

Sin embargo, con la declaración del nuevo estado de alarma —que podría durar hasta mayo de 2021—, muchos establecimientos se están viendo en la obligación de volver a cerrar y, con la actual

normativa, no pueden solicitar un nuevo cambio de potencia energética. Por ello, demandan que se mantengan o prorroguen las dos medidas especiales aprobadas durante el anterior estado de alarma o que se consideren otras similares y que el marco legislativo aporte medidas concretas para que cada establecimiento pueda implementar soluciones particulares de forma flexible. Esto permitiría proteger la viabilidad de las empresas y la competitividad del sector también desde el punto de vista energético.

### Medidas flexibles para el sector

"Ante un escenario cambiante, necesitamos medidas flexibles", apunta el presidente de CEHAT, Jorge Marichal. "La situación se complica por momentos para el sector alojativo español, no se vislumbra solución a corto plazo y muchos alojamientos siguen cerrados o están a punto de cerrar sus puertas ante la falta de

clientes", añade. Según Marichal, "necesitamos soluciones concretas que permitan la supervivencia del sector hasta que se garantice la reactivación de la actividad turística y la consiguiente reapertura de los establecimientos hoteleros".

Estas disposiciones son fundamentales para paliar el fuerte impacto económico que está originando la pandemia en el sector, que se estima en unos 50.000 euros por hotel al mes de los que el sobrecoste energético supone entre 2.000 y 3.000 euros mensuales por alojamiento. El director general del ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz apunta que "este tipo de medidas para pymes son esenciales para poder adaptar las necesidades de los establecimientos alojativos a las nuevas medidas tomadas desde el Gobierno para combatir la pandemia". En este sentido, "en ITH contamos con socios como Exclusivas Energéticas que ofrece servicios y soluciones personalizadas para la optimización del consumo y gasto energético", comenta.

## Logis Hotels realiza un análisis de las estrategias a seguir de cara al futuro

En estos momentos de crisis, la cadena ha decidido apostar por el Turismo nacional

La temporada que acaba de terminar ha sido una dura prueba para muchos hoteleros. No obstante, estos tiempos difíciles que está atravesando el sector hotelero también han brindado la oportunidad de descubrir o redescubrir nuevos recursos y estrategias de cara al futuro.

Como comenta el director general del Grupo Logis Hotels, Karim Soleilhavoup, "la temporada que acaba de terminar se ha revelado crítica para todo el sector". "No obstante, podemos decir que a pesar de las dificultades nuestros hoteles han resistido el embiste, aunque las dificultades no han terminado y todavía tenemos un largo camino por recorrer, antes de salir de esta crisis", asegura.

El directivo explica que "la capacidad de recuperación de nuestros hoteles se debe sobre todo a nuestro magnífico personal hotelero que, gracias al estricto cumplimiento de los protocolos y a un fuerte apego a los valores de economía de proxi-

midad y atención al cliente, han logrado ofrecer, a pesar de todo, un servicio impecable".

### Turismo doméstico

Así pues, una de las recomendaciones de Logis Hotels sobre algunas de las nuevas estrategias que se aplicarán en la nueva normalidad se conjuga en clave doméstica: apostar por el Turismo nacional. Con una clientela casi exclusivamente española y la ausencia de Turismo internacional los hoteleros han optado por campañas de visibilidad centradas en lo local. Esto ha dado lugar a una mayor promoción regional donde se ubica el hotel, con la ventaja de involucrar activamente al Turismo de "corta distancia" y a las regiones vecinas en el descubrimiento de la zona, desencadenado así un círculo en beneficio de la economía de proximidad.

El impulsor de este acercamiento ha sido el redescubrimiento del

Turismo nacional a nivel cultural, gastronómico y sobretodo de naturaleza. Precisamente, en cuanto a gastronomía se refiere, el producto de temporada ligado al territorio, elemento clave de la cultura de Logis Hotels, ha jugado un papel protagonista en la elección de los menús de los visitantes. Una elección que satisface las necesidades de una clientela esencialmente nacional pero que ha venido para quedarse, y que ha permitido el redescubrimiento de lo local, de las tradiciones culinarias.

Pero esta crisis ha concienciado también sobre la necesidad de un mayor cuidado y atención al cliente para cumplir con los protocolos antiCovid19 y al mismo tiempo ofrecer un servicio de calidad, lo que ha hecho necesario hacer un mayor uso de los recursos en términos de disponibilidad de personal y servicios. Algo que ha caracterizado la gestión de los hoteles Logis Hotels durante la temporada pasada ha sido la flexibilidad, una realidad que se ha



El director general del Grupo Logis Hotels, Karim Soleilhavoup.

puesto en práctica más rápidamente gracias a la gestión familiar que es una característica fundamental de los hoteles independientes de Logis Hotels, y que ha permitido satisfacer las necesidades de sus huéspedes, haciendo su estancia aún más agradable, cómoda y acogedora.

### ■ PRODUCTO

## RIU completa en el Pacífico su reactivación con Riu Playa Blanca

RIU Hotels ha confirmado la reapertura del Riu Playa Blanca, en Panamá. Supone para la cadena haber reactivado ya todos sus hoteles situados en el Pacífico. El Riu Playa Blanca se suma así a los siete hoteles ya abiertos que RIU dispone en el Pacífico Mexicano (tres en Los Cabos, tres en Nayarit y uno en Mazatlán) y a los dos establecimientos de la hotelera también activos desde hace meses en Guanacaste, Costa Rica. Del mismo modo que ha ocurrido en Costa Rica y en el Pacífico Mexicano, RIU Hotels espera contar en el inicio de la reactivación del Riu Playa Blanca con una alta demanda del mercado local y nacional.

## Costa Brava Hotels De Luxe obtiene buenos resultados este 2020

Los hoteles de la marca Costa Brava Hotels de Luxe (CBHL) se han visto afectados también por la pandemia. Las previsiones iniciales eran muy negativas. No obstante, gracias al esfuerzo de los hoteles, el balance de la temporada alta (julio y agosto) finalmente ha sido mejor de lo esperado. El notable aumento del Turismo nacional ha permitido superar un año que parecía del todo perdido. Esta es una de las notas positivas de la temporada, ya que se han recuperado antiguos clientes y se han hecho nuevos. Otra de las razones que explica el incremento del Turismo de proximidad es la variada propuesta turística y de calidad que ofrece la Costa Brava.

## Alannia Resorts incluye en sus servicios un seguro de viaje gratuito

Alannia Resorts ha puesto en marcha un servicio exclusivo para los clientes internacionales de larga estancia. Se trata de una póliza de seguro de asistencia en viaje sin cargo adicional que incluye cobertura Covid-19 y que cubre la asistencia médica y los incidentes que puedan ocurrir durante el viaje. El seguro gratuito se incorpora a todos las reservas para estancias en los *resorts* de Guardamar y Crevillente entre 1 de noviembre y el 31 de marzo. La cobertura del seguro que ofrece Alannia Resorts incluye gastos médicos, farmacéuticos y hospitalarios, así como tratamiento médico vinculado con la Covid-19.

# El Turismo rural confía en un repunte de la demanda cuando la segunda ola remita

La motivación principal para elegir el destino de su escapada rural ha sido la naturaleza

El sector del Turismo rural se muestra esperanzado de cara al futuro a medio plazo y considera que, cuando la incidencia de la Covid-19

lo permita, volverán a aumentar las reservas en alojamientos rurales. Ocurrió exactamente así este verano cuando prácticamente la mitad

de los establecimientos (45,9%) vieron incrementada su demanda en comparación con las cifras previas a la pandemia.

El último informe del Observatorio del Turismo Rural, una iniciativa liderada por EscapadaRural.com en colaboración con CETT-UB, Netquest y Vivential Value, aporta datos reveladores sobre el impacto de la Covid-19 en el sector del Turismo rural, así como su comportamiento en tiempos de pandemia. Entre otros datos, este informe pone el foco en el impacto que ha tenido la Covid en las reservas, los precios y los destinos. El estudio se ha elaborado con la información de 21.250 viajeros y 3.435 propietarios de alojamientos rurales. "En el mejor de los casos, cuando el impacto de la pandemia remita, podremos reproducir el escenario de este verano, en el que muchos viajeros optaron por el Turismo rural para disfrutar de sus escapadas", sostiene la directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de EscapadaRural.com, Ana Alonso.

El estudio revela cómo la mayoría de alojamientos rurales (32,5%) perdió menos del 50% de las reservas y que solo un 22,8% perdió el total de las mismas, durante el confinamiento que tuvo lugar entre el 14 de marzo y el inicio de las fases de desescalada. Sin embargo, la demanda aumentó por encima de las cifras pre-pandemia durante el verano.

Este dato constata el buen comportamiento generalizado del sector

durante el periodo estival, al que se suma otra realidad que es consecuencia directa de la pandemia: la abrumadora demanda de alojamientos rurales de alquiler íntegro frente a los de alquiler por habitaciones. Todos los establecimientos rurales se han visto obligados a aplicar los protocolos de reducción de riesgos higiénico-sanitarios por la Covid-19, pero los viajeros rurales han preferido no coincidir con más turistas para reducir los riesgos de contagio. Tanto es así que el 48,7% de los alojamientos de alquiler íntegro afirma haber tenido más demanda que antes de la pandemia frente al 23,4% de alojamientos gestionados por habitaciones que sostiene haber visto incrementada su demanda.

## Éxito en seguridad

Preguntados sobre la práctica del Turismo rural este verano, el 56,1% de los encuestados afirma haberse decantado por esta modalidad turística, frente al 43,9% que no lo ha hecho. Entre los que no lo han practicado, más de la mitad (51,2%) alega haber tenido que cancelar sus planes de Turismo rural a causa de la Covid-19. Para prácticamente todos ellos el nivel de satisfacción con respecto a la seguridad e higiene de los establecimientos de Turismo rural ha sido



Este informe pone el foco en el impacto que ha tenido el virus.

un éxito, puesto que un 97% indica que se les ha informado y se han cumplido dichas medidas. El estudio deja claro también dos realidades muy relacionadas con la pandemia y la manera en que ha cambiado los hábitos del ciudadano y la forma de practicar Turismo rural. Al preguntar a los propietarios de alojamientos sobre la antelación en la reserva, el 85,2% asegura que sus clientes lo han hecho con menor antelación, frente al 14,8% que indica lo contrario. Concretamente, el 39,7% de las reservas realizadas este verano se han efectuado con una o dos semanas de antelación, un tiempo inferior al habitual que suele ser de unos 15 días.

En cuanto a las preferencias de destino de los viajeros, este verano más de la mitad (61,9%) afirma que eligió viajar a un destino fuera de su Comunidad, frente al 38,1% que optó por no moverse de su región. Los datos coinciden con las respuestas de los propietarios, que confirman que el 53,3% de los clientes recibidos pertenecían a otra comunidad, frente al 34,4% que los habían recibido de la misma. Asimismo, el estudio refleja cómo la motivación principal para elegir el destino de su escapada rural fue la naturaleza con un 68,5%. En segundo lugar, y a mucha distancia se sitúa la cultura con un 9% y la gastronomía (7,1%).

## Rusticae y A{2h} crean una alianza para regenerar el Turismo interior

Crean una alianza enfocada en poner en valor la riqueza y belleza del mundo rural

Rusticae, el Club de selección de hoteles con encanto y A{2h} de, leído a dos horas de, la marca especializada en Turismo responsable de proximidad crean una alianza enfocada en poner en valor la riqueza y belleza del mundo rural y generar oportunidades a través del turismo de interior mediante proyectos conjuntos en destino, la promoción de los alojamientos Rusticae y los miniviajes A{2h} de como herramienta de acercamiento al entorno y el diseño de nuevos modelos de Turismo de proximidad.

Se trata de dos iniciativas de referencia con un objetivo común: apostar por el Turismo de proximidad, inspirar al viajero con historias únicas y el desarrollo sostenible de los destinos turísticos y sus habitantes. La experiencia y el conocimiento del terreno junto con la calidad y la innovación son aspectos que comparten y que forman el ADN de ambas marcas que buscan dar a conocer al viajero #paraisoscercanos y conseguir pasar de 'la España vaciada' a 'la España deseada y visitada'.



Quieren aportar soluciones creativas y efectivas al Sector.

Rusticae y A{2h} de miran hacia un mismo horizonte, el de un Turismo contemporáneo, regenerativo y evolucionado que no sólo se quede en la visita, si no que provoque conexión entre destino y viajero y donde, el pueblo se convierta en un lugar al que volver más a menudo, pasar más tiempo, desde donde tra-

bajar y vivir sin renuncias, donde volver a nuestras raíces y donde desconectar para reconectar. Una colaboración que llega en un momento clave, para aportar al Sector soluciones creativas y efectivas y conseguir las necesarias alianzas público-privadas que reviertan la situación actual.

## CaixaBank y Ashotel renuevan su colaboración

CaixaBank ha renovado su alianza con la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel), con la que viene colaborando en los últimos años y que supone un compromiso y apuesta clara por el Sector Turístico de la provincia tinerfeña.

CaixaBank y Ashotel vienen colaborando en diversos proyectos en los últimos años, como la publicación de estudios sobre temáticas de interés turístico; la asistencia técnico-financiera para la validación de proyectos presentados por Nosolocamas Alliance, consultoría integral para la modernización turística que lidera Ashotel; seminarios y workshops sobre financiación bancaria en proyectos de inversión; y el conocido Premio de Renovación y Modernización Turística, junto al resto de patronales hoteleras de las Islas.

## PRODUCTO

### Abre un nuevo 'resort' de ultra lujo en pleno Pacífico mexicano

A pesar de la incertidumbre provocada por la pandemia hay destinos que han conseguido superar las dificultades. Es el caso de la Riviera Nayarit, conocida como El Tesoro del Pacífico Mexicano, y que se consolida como el destino referencia del lujo y la naturaleza de México gracias a aperturas como la del espectacular nuevo resort de One & Only en la región. One & Only, la exclusiva colección de resorts de ultra lujo en algunos de los lugares más exóticos del mundo, presenta One & Only Mandarin, que lleva el lujo refinado a un lugar inexplorado de la Riviera Nayarit en México. Ubicado en un acantilado espectacular, el resort cuenta con vista lateral a las aguas del Océano Pacífico.

### Fuerte Group Hotels invierte un total de 77.000 euros para formación

Fuerte Group Hotels ha aprovechado el cierre invernal de sus hoteles para ofrecer cursos a los 753 empleados fijos y discontinuos que forman su plantilla. El 34% del personal ha solicitado participar en esta iniciativa. A pesar del cierre invernal de los hoteles vacacionales, y al de los que se han visto abocados a cerrar sus puertas por falta de turistas, cadenas como Fuerte Group Hotels se mantienen operativas. Así, la compañía andaluza ha propuesto a los 753 empleados fijos y discontinuos que integran su plantilla aprovechar estos meses para mejorar los conocimientos específicos de sus respectivos puestos, y sus competencias en idiomas. Finalmente, el 34% del personal ha solicitado participar en esta iniciativa.

### El Monasterio de Piedra en Calatayud cierra temporalmente

El Monasterio de Piedra, enclave singular en la comarca de Calatayud, ha cerrado sus instalaciones hasta nuevo aviso. El motivo, la entrada en vigor del Decreto del 26 de octubre de 2020, de Presidencia del Gobierno de Aragón, por el que se establece el confinamiento perimetral de todo Aragón, así como del DL 8/2020, de 21 de octubre, por el que se declara el confinamiento de determinados ámbitos territoriales de la Comunidad. Como explica su director general, José Pont, "ante las medidas adoptadas por las autoridades hemos tomado la decisión de cerrar temporalmente nuestras instalaciones ya que las personas que nos visitan suelen proceder de Zaragoza, Huesca y Teruel, ciudades ahora confinadas".

# BOOKING

## NEXOTUR

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

**91 369 41 00**  
**91 369 18 39**

### Mayoristas

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

NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 238 BARCELONA	902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	91-5612373 Fax 91-5614242
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS C/ Irmáns Suárez Ferrín, 4B CULLEREDO (A CORUÑA)	981-654801 Fax 981-651467
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit. Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA	93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID	91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	96-3944625 Fax 96-3942381
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	91-5768445 Fax 91-4359088
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 164102/91-7242422 Fax 91-623 98 17
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Carretera Arenal - Lluçmajor km, 21,5 Lluçmajor	971-178100 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 Epta 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	91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
LAN Capitán Haya 1, 7º planta. MADRID	91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
AMERICAN AIRLINES Edificio Iberia, Martínez Villergas 49, 2º Planta Norte	902-011737

### Compañías Marítimas

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

### Ferrocarril

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

### Alquiler de Automóviles

BUDGET RENT A CAR ESPAÑA Conde de Aranda, 1-3º Dcha. MADRID	91-4363319 Fax 91-5768827
EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID	91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS Gran Vía Costes Catalanas, 617 BARCELONA	902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel 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 TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	93-6801600 Fax 93-6800944
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA	93-4090522 Fax 93-4090493
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	91-5166666 Fax 91-5166657
RIU HOTELS 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. Manoterias, 14 MADRID	902110115 Fax: 91-3021709

### Servicios

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

### Cadenas Hoteleras

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

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

**¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?**

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

**¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?**

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

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

**NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN**

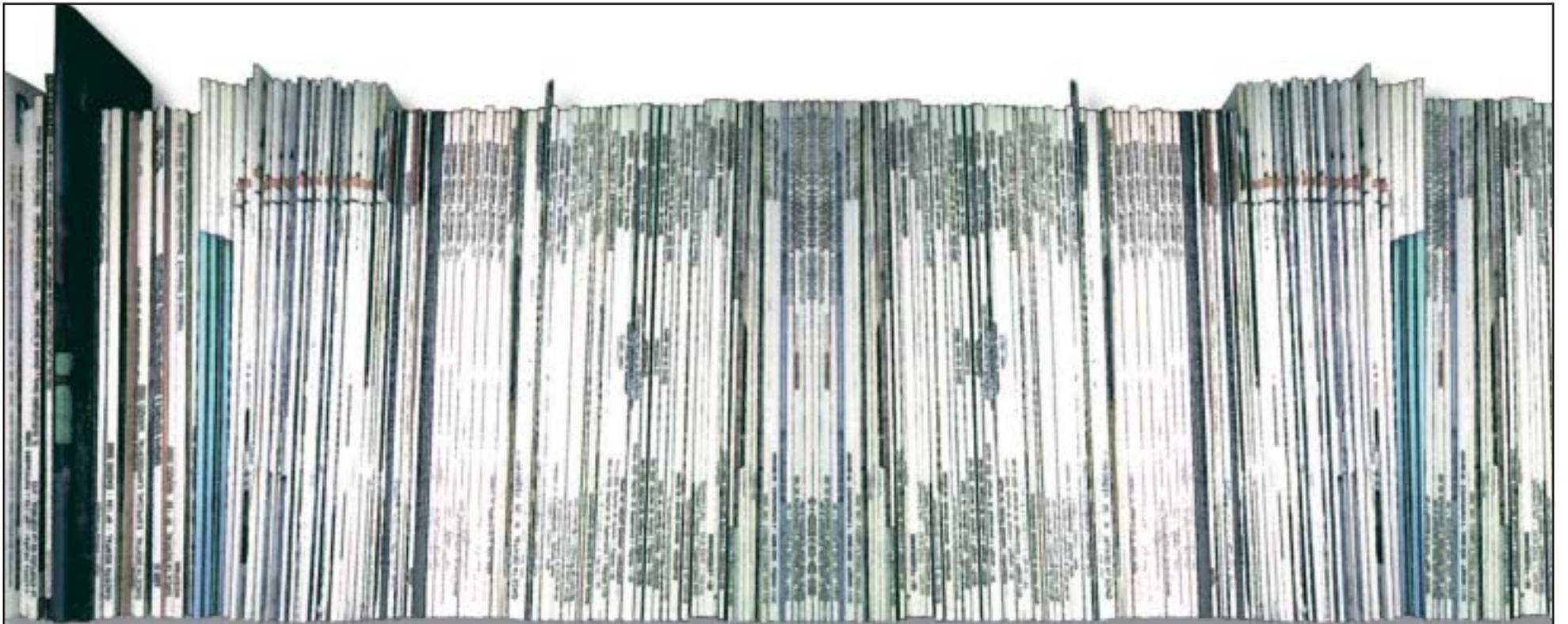
Consúltanos cualquier duda sobre su situación. Para más información sobre nuestros servicios y productos, visite nuestra página web: [www.mesoneroromanos.com](http://www.mesoneroromanos.com)

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**  
**skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71**



# Transferencia del conocimiento

Las publicaciones profesionales y generales son el principal vehículo para la transferencia del conocimiento, ayudando así a la formación continua de los profesionales, al progreso de los sectores y a la mejora de la economía.

Conocimiento de las ideas y de las opiniones que son la transferencia cultural necesaria para la identidad y continuidad de nuestra sociedad.

# publicaciones profesionales y generales

Nuestras más de 300 cabeceras en el mercado, forman el más importante grupo dedicado a cumplir con los compromisos de informar, formar, entretener, servir y dinamizar.

**Solicite la guía de publicaciones ([aeepp@aeepp.com](mailto:aeepp@aeepp.com))**

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

**FIPP**

Federación Internacional de Prensa Periódica

**FAEP**

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



**Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas**

# Riu H&R presenta una nueva web dedicada a las agencias de viajes

Riu Pro, la nueva web de la cadena para las agencias de viajes, incluye además de la información de sus hoteles y una completa y rápida gestión de reservas, la gestión de su cuenta, su programa de fidelización y el sistema Rio Brand Center.



www.riupro.com

La cadena española Riu Hoteles & Resorts, que cuenta con 99 hoteles en 19 países, ofrece a las agencias de viajes registradas una nueva web profesional que, manteniendo la misma información de sus hoteles de vacaciones que su página general, incluye una útil gestión de reservas, un conjunto de facilidades que ofrece al agente para la gestión de su cuenta y de sus puntos en el programa Riu Partner Club, el acceso a Riu Brand Center, Riu Party y Riu Shop, e información de ayuda en Riu Pro. Por otro lado, la página dispone únicamente de versión en castellano.

### INFORMACIÓN

Se accede a la descripción de un hotel y a su ficha en PDF desde el listado de hoteles y desde la gestión de reservas. En ambos casos se selecciona por destino y hoteles del destino y presenta una descripción adecuada del establecimiento, sus habitaciones y servicios.

### RESERVA

Dispone de un útil y rápido sistema de reservas de alojamiento y algunos servicios dependiendo del hotel, con pago mediante tarjeta, dejarla a crédito o mediante transferencia, con listado de reservas y posibilidad de acceso posterior para su modificación o cancelación.

### GENERAL

Ofrece información de todas las facilidades que Riu ofrece a los agentes de viajes, su programa de fidelización Partner Club, información corporativa en su Brand Center, noticias, un área especial para organización de bodas, otra para eventos y una tienda online.

#### ▲ Lo Mejor / Utilidad

Por su facilidad de uso y su completo servicio a las agencias de viajes es una página de utilidad.

#### ▼ Lo Peor / Ayuda al agente

Aunque tiene un amplio Riu Pro de consultas sobre su gestión, sería positivo añadir un Tutorial para el agente nuevo.

### RIU-PRO / Hoteles

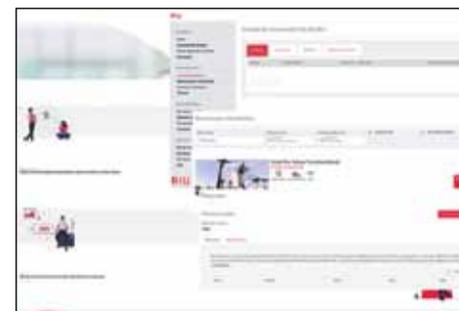
#### Ponderación de los Valores

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 ESPECÍFICA AGENCIAS									

### EVALUACION NEXOTUR.COM

Riu Pro, la nueva página de Riu H&R exclusiva para los agentes de viajes, es una herramienta muy completa y de fácil uso que, además de información exclusiva, incluye la gestión integral de sus reservas y la de sus puntos del programa Riu Partner Club.

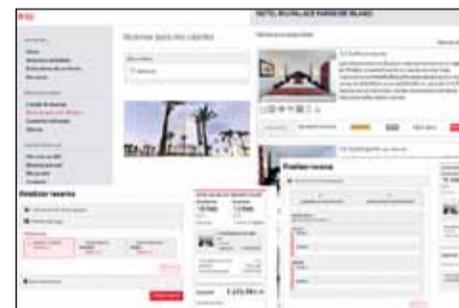
8,9



**Entrada** / Después de acceder con clave, presenta la pantalla de reserva y el menú lateral para acceso a toda su gestión.



**Producto** / Accediendo por destino desde el directorio de hoteles o desde la gestión de reservas, presente la descripción del hotel.



**Reserva** / Ofrece un fácil sistema de reserva desde las agencias, con acceso posterior para mantenimiento y control de ventas..

# Suiza presenta una nueva web muy completa sobre Turismo en el país

La nueva página de Turismo en Suiza ofrece, con un diseño amigable, un completo sistema de información sobre sus atractivos y servicios turísticos, así como la reserva de alojamientos y del SwissTravelPass, no válida para las agencias.



www.myswitzerland.com

El Gobierno Suizo presenta una nueva versión responsive de su página de Turismo en la que, con nuevos diseño y estructura, presenta un amplio conjunto de información sobre el país y sobre todos los temas de interés que ofrece a un viajero, accediendo por destino o por tipo de viaje. También incluye información y gestión de reservas, no disponible para las agencias de viajes, de todo tipo de alojamientos, de transportes y de otros servicios en el Swiss Travel System. Dispone de versiones en 17 idiomas, una de ellas en castellano, que también permite seleccionar por país.

### INFORMACIÓN

Mantiene la información sobre Suiza por diferentes tipos de destinos y de temas de interés. En cada caso ofrece un tablero de alternativas y, seleccionando una, se accede a su descripción incluyendo una amplia galería de fotos, y sus alrededores con un plano.

### RESERVA

Ofrece un buscador de alojamientos por tipo que permite al cliente final reservar fácilmente y con una información adecuada su estancia en Suiza. También incluye la gestión en Swiss Travel Pass programas de transportes terrestres y otros servicios turísticos.

### GENERAL

En el área de "Planificación" incluye un amplio conjunto de información sobre Suiza, sus tradiciones, datos geográficos, meteorología incluyendo pronóstico y parte de nieve, transportes, servicios y asistencia turística, y las ofertas destacadas para el turista en el país.

#### ▲ Lo Mejor / Completa y amigable

Ofrece al viajero información adecuada y de fácil acceso y un completo sistema de reservas de alojamientos y servicios.

#### ▼ Lo Peor / Profesionales

No incluye ninguna información específica para agencias de viajes ni para organizadores de eventos.

### SUIZA / Destinos

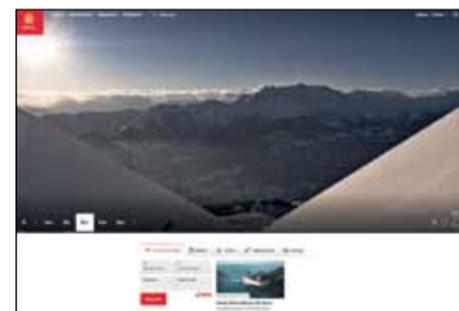
#### Ponderación de los Valores

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

### EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página oficial de Turismo en Suiza mantiene una amplia información sobre los atractivos que ofrece al viajero, que puede ser de interés para las agencias de viajes. Pero su utilidad es relativa ya que su gestión de reservas no está disponible para las agencias.

7,6



**Entrada** / Presenta el acceso a todas sus áreas de información, a la reserva de hoteles, planificación y sus sugerencias.



**Producto** / Permite acceder a sus atractivos turísticos por tipo de destino y de viaje. Ofrece una relación y una amplia descripción.



**Reserva** / Incluye un buscador de alojamientos por tipo, con su descripción y su reserva, no válida para las agencias.

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

## Narixa Trans busca agente de viajes autónomo en la zona sur de Madrid

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'.

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

■ **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.

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

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

■ **Japonal.** Madrid. Necesitamos incorporar agente para elaboración de presupuestos, asesoramiento, gestión de reservas,

etc. Jornada completa. Entrenamiento y formación a cargo de la empresa. No se requiere experiencia. El candidato ideal comparte nuestra pasión por Japón, ha vivido o viajado allí, tiene una mente abierta, es capaz de realizar distintas tareas y busca aprender nuevas habilidades de trabajo.

■ **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 y presupuestos, consultas a través de llamadas telefónicas o correo electrónico, emisión de billetes, etc.

■ **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 Austral.** Madrid. Precisamos de agente de viajes con experiencia para

cubrir puesto de ventas de mostrador. Jornada completa. Requisitos: manejo de Orbis, Amadeus y Office.

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

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

■ **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.

■ **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 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, resolutiva, 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 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.

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Vuelos desde Italia

↑ Alitalia presenta una nueva versión *responsive* de su página que con cambios en la Home mantiene la estructura y la **información** de su versión anterior, así como la gestión de reservas, que que sigue sin estar disponible para las agencias de viajes.

⇒ Su **utilidad** se reduce a los vuelos que efectúa desde Italia.

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



<http://www.allitalia.es>

## Buses desde Madrid

↑ Autocares Ruiz Muñoz mantiene la versión *responsive* de su página, en la que a la **información** sobre sus tipos de servicios de transporte terrestre y su flota, ha añadido un sencillo sistema de pago mediante PayPal o tarjeta del Banco de Sabadell.

⇒ Sería de más **utilidad** si informara sobre sus tarifas.

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



<http://www.ruizmunoz.com>

## Alquiler de vehículos

↑ La web de Europcar mantiene las características y la **información** de la anterior, modificando la gestión de reservas para clientes, agencias, turoperadores y empresas para permitir la selección de tipo de vehículo, pero ya no ofrece coches en venta.

⇒ Por su amplia oferta y facilidad de uso es una página de **utilidad**.

↓ Ofrece a las agencias una completa gestión de **reservas**.



<http://www.europcar.es>

## Todo Madrid

↑ La nueva versión de la web de Turismo que presenta el Ayuntamiento de Madrid amplía la **información** sobre los atractivos y servicios turísticos que ofrece la ciudad incluyendo toda la información relacionada con el COVID en cada momento.

↑ Por su información es de **utilidad** para visitantes y profesionales.

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



<http://www.esmadrid.com>

## Alojamientos Rurales

↑ Algestur vuelve a cambiar la Home y reduce la **información** sobre la empresa, manteniendo, mediante el uso del sistema de Ruralgest, una completa oferta de alojamientos de Turismo Rural y la gestión *online* de reservas, no disponible para las agencias.

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

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



<http://www.algestur.com>

## Turismo en Santander

↑ Santander presenta una nueva versión de su página de Turismo, en la que, optimizando su diseño y su estructura de accesos, amplía su **información** sobre los temas de interés para los visitantes, aunque sigue siendo muy limitada sobre sus servicios.

⇒ Sería de más **utilidad** incluyendo buscadores de alojamientos.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece una guía de alojamientos en PDF.



<http://turismo.santander.es>

## LEGISLACIÓN

### Ayudas Valencia

#### Comunidad valenciana

✓ La Comunidad valenciana ha aprobado ayudas dirigidas a empresas, asociaciones, federaciones y fundaciones destinadas a la mejora de la competitividad de los servicios y productos turísticos de la Comunidad. Concretamente, buscarán el fomento de la competitividad empresarial; el apoyo a actividades deportivas y culturales de impacto turístico internacional; el impulso al *marketing* de producto turístico y a las actividades musicales.

La fecha del vencimiento del pagaré debe ser anterior a la fecha de cumplimiento de las condiciones establecidas en la resolución de concesión o de la justificación y debe haberse pagado efectivamente. Asimismo, la presentación de la documentación justificativa del pago debe permitir la trazabilidad del mismo por lo que cada cargo deberá presentarse identificando la factura, su resguardo de transferencia y el extracto bancario.

Boletín BO Valencia.

✉ [www.dogv.gva.es/](http://www.dogv.gva.es/)

## CURSO

### Formación en alojamiento rural

#### Itinerario formativo compuesto por dos certificados de profesionalidad

La isla de La Gomera contará próximamente con formación pionera en Canarias en hostelería rural y guarda de refugios y albergues, gracias al convenio suscrito por esta Consejería y el Cabildo Insular. La consejera de Turismo de Canarias, Yaiza Castilla, ha explicado que Hoteles Escuela de Canarias impartirá, en el Hotel Escuela Rural Casa de los Herreras, un itinerario formativo de nueva creación compuesto por dos certificados de profesionalidad.

El primero de ellos será en alojamiento rural, cuya compe-

tencia general es la de gestionar y comercializar alojamientos rurales, de modo que se consigan los objetivos económicos, medioambientales, de calidad y de seguridad establecidos; y el segundo certificado formará en la especialidad de Guarda de Refugios y Albergues de Montaña,

"El principal objetivo es incentivar la formación y profesionalización en el ámbito hostelero de La Gomera y, en particular, contribuir a la mejor capacitación de los estudiantes que quieran formarse en esta profesión", señala Castilla.



## LIBROS

### Guía de alojamientos

#### Título: 'Guía de Hoteles con Encanto'

El municipio Santa Eulària des Riu ha presentado para esta temporada su nueva 'Guía de Hoteles con Encanto', para disfrutar de un alojamiento al más puro estilo ibicenco.



Dispuestos a promover el encanto natural de la región, el concepto de agroturismo toma mayor relevancia y por ello, cuenta con esta guía en la que se señalan diversos hoteles, hostales, agroturismos y hoteles rurales inspirados en el estilo arquitectónico tradicional ibicenco, en contacto con la naturaleza, con vistas al campo o al mar o junto a conjuntos arquitectónicos de alto valor histórico donde el huésped podrá disfrutar de la gastronomía local o relajarse con tratamientos de *spa* o *wellness*.

## CALENDARIO

### Eventos próximos

● El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) celebrará los días 18 y 19 de noviembre, una nueva edición virtual del ITH Innovation Summit. Con el lema '*hotel technology, keep it simple*', los presentes podrán encontrar diferentes charlas entre hoteleros y distintos agentes del Sector para que puedan compartir su experiencia y conocimientos con el objetivo de poder inspirar unos a otros y así afrontar unidos esta disyuntiva en la que se encuentra el sector. Más información en [www.ithotelero.com/ith-innovation-summit/](http://www.ithotelero.com/ith-innovation-summit/).

● El próximo 29 de octubre tendrá lugar, en Mallorca, el Foro Mallorca Turismo Seguro. Se trata de una jornada de trabajo para analizar y compartir las medidas puestas en marcha por todo el Sector Turístico, con el fin de que los turistas puedan disfrutar de sus vacaciones en la isla con todas las garantías sanitarias y de calidad. Más información disponible en <https://turismesegur.fundacionmallorcatourisme.net/es/>.

# 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)

## SUBEN

### ▲ Carlos Gómez



Iberia Express han ratificado el nombramiento de Carlos Gómez Suárez como consejero delegado de Iberia Express y presidente del Consejo de Administración de la aerolínea, tras más de un año en el puesto de forma interina.

### ▲ Juan Luis Caveró



Europ Assistance ha anunciado recientemente el nombramiento de Juan Luis Caveró como nuevo CEO de su filial en España a partir del próximo 1 de enero de 2021 con reporte directo a Antoine Parisi, CEO del Grupo Europ Assistance.

### ▲ Satya Anand

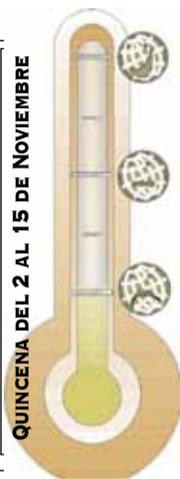


Marriott International ha anunciado que Satya Anand ha sido nombrado presidente de Europa, Oriente Medio y África (EMEA), abarcando más de 75 países y territorios. Anand liderará el planteamiento para la recuperación post Covid-19 de Marriott International en toda la región.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves.....	2
Protagonista / Antonio Garamendi .....	3
Entrevista / Senén Fornós.....	4
Escaparate .....	5-14
Suplemento CONEXO.....	15-34
Gestión.....	35
Mostrador.....	36-38
Club.....	39
Hotelería.....	41-42
Booking.....	43
Evaluanet.....	45
Ofertas de empleo .....	46
Agenda .....	47

QUINCENA DEL 2 AL 15 DE NOVIEMBRE



## BARÓMETRO DE RESULTADOS

## LA SEMANA

### Pérdida masiva de puestos de trabajo en el Sector

Si se mantienen las restricciones vigentes en los viajes internacionales, alrededor de 174 millones de puestos de trabajo estarían en riesgo en las empresas del Sector Turístico. Así lo manifiestan desde el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), que a través de un reciente estudio reduce en 23 millones la estimación anterior, debido principalmente al retorno de los viajes nacionales en países como China, que ven que ha mostrado una recuperación particularmente fuerte de su mercado interno. Igualmente, el análisis muestra que si las restricciones de viaje actuales se eliminan antes de que acabe el año 31 millones de empleos podrían llegar a salvarse.



DEL 16 AL 29 DE NOVIEMBRE

## INDICADOR DE EXPECTATIVAS

## COYUNTURA

### Las llegadas y el gasto, estancados

En el último mes de septiembre, se ha vuelto a registrar un fuerte desplome en las llegadas de turistas extranjeros a nuestro país. Concretamente, ha descendido en un 87% respecto al mismo periodo del año anterior, con solo 1,1 millones de turistas. En esta misma línea, el gasto registrado en el noveno mes del año fue un 89,9% inferior al del pasado junio de 2019, llegando solo hasta los 967 millones de euros.

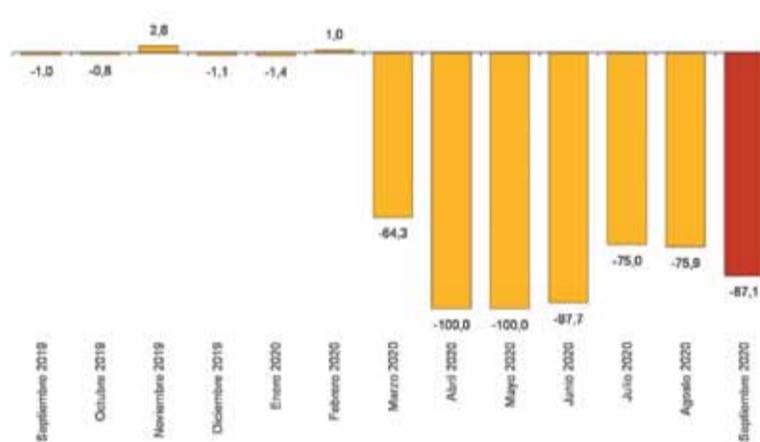
y los hospedados en vivienda en propiedad un 66,3%.

### El gasto cae un 90%

Por otra parte, en el noveno mes del año el gasto total realizado por los turistas internacionales alcanza los 967 millones de euros, lo que supone un descenso del 89,9% respecto al mismo mes de 2019. El destino principal de estos ingresos vuelve a ser Francia (con el 24,7% del total), Reino Unido (15,5%) y Alemania (9,5%). De nuevo, septiembre vuelve a empeorar los datos de agosto, cuando la cifra total de gasto fue de 16.747 millones de euros. Pese a que durante los pasados tres meses los descensos parecían limitarse, con caídas inferiores al 80%, este mes vuelve a mostrar una tendencia mucho más negativa.

Las Comunidades de destino principal con mayor peso en el gasto de los turistas son Cataluña (19,3% del total), Andalucía (17%) y Comunidad Valenciana (16,8%). Así, el gasto en actividades (deportivas, culturales,...) es la principal partida en septiembre, con un 25% del total y un descenso del 87,4% respecto al mismo mes de 2019. Las siguientes partidas son el gasto en manutención y el gasto en alojamiento (no incluido en el 'paquete' turístico), con un 19,1% y 18,5% del total, respectivamente. El primero disminuye un 87,5% en tasa anual y el segundo un 88%. Del mismo modo, el 51,8% del gasto total lo han realizado turistas que pernoctan en hoteles, con un descenso anual del 92,3%.

### Caídas de las llegadas de turistas por meses



Fuente: INE.

© NEXOTUR

y Andalucía (15,7%). En el resto de Comunidades, las mayores disminuciones se han registrado en Canarias, con un 90,3%, en la Comunidad de Madrid (-92,8%) y en Baleares (-94,1%).

De igual manera, el número de turistas que utilizan el alojamiento de mercado como modo de alo-

jamiento principal en septiembre disminuye un 89,8% en tasa anual. Dentro de este tipo, el alojamiento hotelero baja un 90,1% y la vivienda en alquiler un 90%. Por su parte, el alojamiento de no mercado se reduce un 72,2%. Los turistas alojados en vivienda de familiares o amigos descienden un 75,7%



Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana en tu email

**NEXOTUR.com**

- Ciudadanos quiere hacer una Carta del Turismo Sostenible
- Las huelgas de controladores europeos cuestan 12.000 millones de euros
- 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?