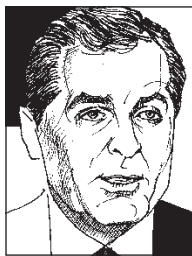


JOSÉ MARÍA
MARÍN QUEMADA

Las tasas deben bajar

PÁG. 13 / La CNMC considera que las tasas de Aena deben bajar



JOSÉ MANUEL
VARGAS

Contaminación acústica

PÁG. 6 / El presidente de Aena declarará próximamente como investigado



JORGE
LAMIRÁN

Competir en precios

PÁG. 11 / AquaHolidays quiere que vuelva la rentabilidad a las agencias



ABEL
MATUTES

Estudios turísticos

PÁG. 10 / La Universidad Nebrija y la Mesa del Turismo colaborarán



JAVIER
VALDÉS

Menos agencias

PÁG. 13 / Un 61% menos de agencias IATA en España en siete años

IATA asegura que no impondrá el modelo EasyPay a las agencias

Será voluntario y las agencias que lo usen tendrán una reducción de avales

IATA niega que tenga intención de obligar a algunas agencias a pagar de forma instantánea a las compañías aéreas. Su nuevo sistema de liquidación, denomi-

minado EasyPay, será voluntario y "no sustituirá a los métodos existentes". Esta iniciativa forma parte del proyecto New Gen ISS, muy criticado por CEAV.



Rebello dirige CWT España.

Un 2015 positivo para la filial española de CWT

"En CWT España somos optimistas y confiamos en que en el presente año se mantenga la línea de 2015", señala Rebello. Pág. 4

El Brexit podrá afectar a España como destino

La salida de Reino Unido de la Unión Europea impactaría en el destino España por la devaluación de la libra esterlina. Pág. 7

Club NEXOTUR

Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 21

El nuevo modelo de pago instantáneo a aerolíneas, denominado EasyPay, "estará disponible para todos los agentes, pero serán ellos los que decidan si quieren o no usarla". Así lo aclara la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), que incide en que "no va a sustituir a los métodos existentes". La iniciativa se enmarca en el New



Tony Tyler

Gen ISS, nuevo proyecto a nivel mundial que supondrá un antes y un después en la relación contractual entre aerolíneas y agencias. Además de la introducción de esta forma de liquidación, también se creará un nuevo sistema de acreditación de agencias. New Gen ISS verá la luz a lo largo de 2017.

Escapate en pág. 5

El INE revisa a la baja el peso del Turismo en el PIB

La aportación de la actividad turística al Producto Interior Bruto Nacional (PIB) ascendió en 2014 al 10,9%. Así se desprende de la última Cuenta Satélite del Turismo, que el Instituto Nacional de Estadística (INE) ha vuelto a publicar más de dos años y medio después. Comparando con la anterior, de diciembre de 2013 con los datos de 2012, se han revisado a la baja los porcentajes de todos los ejercicios, ya que en el primer informe "se elaboraron sobre la Base

2008", mientras que en el último "se ha estimado de acuerdo con la Base 2010". Por ejemplo, según esta nueva cuenta, la aportación del Turismo al PIB en 2012 fue del 10,6%, frente al 10,9% en la anterior. El porcentaje de 2014 dista mucho del estimado por el director del Grupo de Investigación de Turismo de la Universidad Nebrija, Manuel Figuerola, que anunció que alcanza un 11,7% en 2014 y del 11,9% en 2015.

Escapate en pág. 12

Bruselas autoriza la venta de Hotelbeds a Civen y CPPIB

La operación está valorada en 1.165 millones

Ya no existe impedimento para que Civen y CPPIB compren a TUI Hotelbeds Group. La Comisión Europea aprueba la venta, ya que tras analizar la documentación de la operación, ha concluido que el impacto de la misma en la competencia será "muy limitado". Civen y CPPIB, que desembolsarán 1.165 millones de euros, consideran que Hotelbeds es una oportunidad de



Jorge Quemada

inversión muy atractiva por la fuerte evolución histórica de resultados del grupo, el sólido crecimiento del mercado subyacente, el aumento continuado de la preferencia del canal online frente al offline para cursar las reservas y la mayor penetración de los bancos de camas entre los distintos canales de sus principales clientes.

Escapate en pág. 12

Las aerolíneas no rebajan los recargos por combustible

Las compañías aéreas que operan en el mercado español no atienden a los requerimientos de CEAV para que rebajen el recargo por combustible, la conocida como tasa YQ. "Nos hemos cansado de reclamar que reduzcan este impuesto", denuncia el presidente de la Confederación, Rafael Gallego, que explica que incluso "hemos escrito a Aviación Civil para que intervenga". Como señala, no tiene sentido que se siga cobrando el mismo

suplemento cuando el precio del combustible se ha desplomado en los últimos años. Singapore Airlines es la única que ha atendido su solicitud de todas las aerolíneas requeridas. Otras, como Vueling, Lufthansa o Air France-KLM, ni siquiera han contestado a CEAV, que subraya que lo seguirá reclamando en cuantos foros pueda resultar necesario en defensa de las agencias y de los consumidores.

Escapate en pág. 10



Ahora Madrid — Bogotá

1 vuelo diario.

787 DREAMLINER ✈️

Descubre nuestro nuevo Boeing 787 Dreamliner, una experiencia de vuelo única en la que cada detalle cuenta.

AirEuropa

■ CLAVES

Eivissa un destino idílico (I)

POCAS PALABRAS NECESITAMOS, no cabe discusión, sobra darle muchas vueltas... Ibiza es nuestro lugar para esas deseadas vacaciones idílicas:

Un hotel con zona de *spa*, masajes descontracturantes, sauna, o un día de navegación con un bonito velero recorriendo calas, una cena romántica en unos de los restaurantes que sin lugar a dudas son



☞ VICENT TORRES

merecedores de una estrella Michelin, o sencillamente una tarde de compras por la ciudad antigua de Dalt Vila donde la oferta de tiendas de marcas internacionales se mezcla con la oferta de la no menos internacional moda Adlib y artesanía local.

Ibiza es un destino variopinto que ofrece al visitante una variedad de oferta increíble, pero donde cada uno tiene la oportunidad de encontrar ese tipo de vacaciones que realmente está buscando: vacaciones en pareja, en familia, con amigos, en solitario, ... para nada están reñidas con la oferta y producto turístico ibicenco.

El empresario hotelero en Ibiza está realizando importantes esfuerzos para mejorar y adaptar la oferta de alojamiento. Muchos hoteles tradicionales se han adaptado para diversificar esta oferta y poder dar una respuesta a todo tipo de expectativas.

Esta oferta hotelera se complementa con una amplia oferta de alojamiento en el medio rural, con pequeños establecimientos en antiguas casas payesas que son verdaderos oasis de paz y tranquilidad.

No menos desmerecedora por su calidad, es la oferta de alojamiento en viviendas particulares regladas que constituyen otra forma de disfrutar de unas vacaciones en Ibiza en un entorno particular.

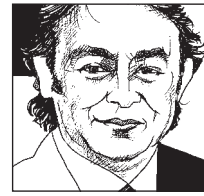
Alojamiento de calidad ligado a una oferta complementaria diversa y muy importante.

Por otro lado, grandes restaurantes se han fijado en Ibiza y algunos fogones de muy conocidos chefs son ya una realidad en la oferta gastronómica de la isla, eso sí, todos apuestan por ofrecer en sus platos producto local ibicenco, verdaderas *delicatessen*.

☞ **Vicent Torres** es director insular de Turismo de Ibiza.

‘Sólo el 25% de los directivos de este Sector en nuestro país está implementando la digitalización en sus negocios, aunque el 90% reconoce que este proceso será el más importante para el sector en los próximos diez años’, indica director general y CEO de IMF Business School

TRIBUNA



☞ CARLOS MARTÍNEZ

Transformación digital del Turismo, ¿futuro o realidad?

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL en el Sector del Turismo ya no es algo del futuro, es un hecho.

Hace justo un año, nos despertábamos con la noticia de que España alcanzaba, por primera vez, la medalla de oro en el *ranking* mundial de competitividad turística elaborado por el Foro Económico Mundial. Era una grata sorpresa conseguir un puesto que había sido ocupado por Suiza o Alemania en las ediciones anteriores y, ahora, era nuestro. De la cuarta posición en 2013, habíamos escalado al podio en tan sólo dos años y en plena crisis económica. Las razones de nuestro éxito, según explicó el organismo, eran obvias: la riqueza de nuestros recursos culturales, nuestras infraestructuras y "la adaptación a los hábitos de consumo digitales".

Sin embargo, la alegría no duró demasiado. Hace tan sólo dos meses, conocíamos un dato que nos vuelve a sorprender: sólo el 25% de los directivos de este Sector en nuestro país está implementando la digitalización en sus negocios, aunque el 90% reconoce que este proceso será el más importante para el sector en los próximos diez años, según un estudio de la Fundación Orange. ¿Qué está sucediendo? ¿Somos un ejemplo a seguir o estamos a la cola en materia de transformación digital?

Ni una cosa ni la otra. Somos conscientes de la necesidad de que los diferentes sectores se adapten a los nuevos servicios *online*, sobre todo el turístico, en el que Internet marca cada vez más cómo los

Internet marca cada vez más cómo los viajeros eligen, planifican y comparten sus viajes

viajeros eligen, planifican y comparten sus viajes. Además, no podemos obviar el potencial económico de las actividades turísticas en el mercado español, que aportaron el pasado año un total de 124.000 millones, lo que supone el 11,7% del PIB, según el informe anual de Exceltur. También su importancia en la economía a nivel mundial es indiscutible, de hecho, el año pasado el Sector Turístico contribuyó con más de 7,2 billones de dólares al PIB de la economía mundial y aportó 7,2 millones de empleos nuevos, según la organización The World Travel & Tourism Council (WTTC).

Sabemos el papel que juega la industria turística en la recuperación económica. Por ello, no pode-

mos mirar hacia otro lado en lo que a inversión en TIC se refiere. Aún así, la transformación digital no depende sólo de la inversión, sino de la adaptación de las empresas del

sector al nuevo universo digital. Es una realidad. El cliente compara precios de hoteles y vuelos, analiza los comentarios de otros huéspedes, busca información sobre el lugar o encuentra con su GPS la ubicación del hotel, y todo ello lo hace a través de Internet.



El Sector Turístico se ha instalado en este escenario virtual y nosotros con ellos. El 24% de las reservas *online* de viajes en España se llevan a cabo vía móvil, según Criteo. Ya sea para gestionar billetes de avión, reservas en hoteles o entradas a espectáculos, nadie duda ya de que los teléfonos inteligentes y tabletas se han convertido en un elemento imprescindible en todas las fases del viaje. Además, la industria ocupa el primer puesto en volumen de comercio *online* en España, por encima de la ropa o la alimentación.

Ya hemos incorporado términos como "Big-data", "Open data" o "Internet de las cosas" a nuestro vocabulario. Aunque aún no tenemos claro todos los beneficios que estos anglicismos pueden reportar en nuestro negocio, suenan de maravilla. Ahora las empresas y to-

los directivos de cualquier aerolínea, nadie puede quedarse atrás en este proceso.

Entonces, ¿qué nos falta? Ha llegado el momento de dar un paso más allá. Ya no basta con saber la edad, la procedencia o el sexo de los turistas, hay que conocer sus gustos e intereses para captar su atención y conseguir que repitan. Las compañías turísticas deben ser conscientes de la importancia de recoger y analizar toda esa información para ofrecer comodidades, experiencias únicas e irrepetibles que los diferencien del resto: espejos con conexión *bluetooth* para reproducir la canción favorita del huésped o su aroma preferido para su habitación. Eso busca el nuevo viajero 3.0: desde poder controlar la temperatura del *jacuzzi* a través de su pulsera o reloj inteligente hasta disfrutar de la experiencia con todos los sentidos y de una forma fácil, rápida y personalizada. Nos guste o no, debemos ser capaces de ofrecérselo.

El reto del Sector ahora es conectar con ese viajero 3.0. Se trata de nativos digitales que no entienden el mundo sin conexión y aprovechan al 100% sus ventajas. Un nuevo turista conectado 24 horas al día a través de su *smartphone* y abierto a nuevas experiencias y formas de viajar, como las que les ofrece la economía colaborativa. El Internet de las Cosas ha abierto un abanico inmenso de posibilidades para la optimización de la relación de las empresas turísticas con sus clientes, que tenemos que saber aprovechar. Un nuevo universo mucho más cercano de lo que muchos puedan pensar.

Aunque tenemos que admitir que vamos por el buen camino. El Turismo ha sido uno de los sectores que mejor ha sabido aprovechar las posibilidades que brinda el universo digital. Los distintos actores del Sector han sido capaces de sacar rentabilidad a sus diferentes canales de comunicación para escuchar los comentarios y sugerencias y establecer *feedback* con los viajeros. Además, seguimos innovando. En los últimos años han surgido un gran número de nuevas *apps*, gracias a las cuales los viajeros pueden despreocuparse hasta de pensar qué meter en su maleta o de planificar en detalle todo el viaje seleccionando sólo los intereses y el tiempo del que disponen.

Debemos unirnos a este desafío digital. Por ello, desde IMF Business School apostamos por la formación continuada como uno de los ejes fundamentales para estar al día en la transformación digital. Por esta razón, desde nuestra área especializada en el Sector de Turismo y Ocio nos centramos en la Economía Digital y los aspectos socioculturales del Turismo, el Turismo cultural y la economía naranja o industria creativa, así como en el desarrollo de nuevos modelos de gestión y su impacto en el futuro. Somos conscientes de la necesidad de hacer hincapié en fortalecer el aprendizaje aplicado de competencias digitales, más allá de la utilización específica de las TIC. Los nuevos empresarios del Sector deben hacer un uso eficiente de la información y la aplicación de los conocimientos para trabajar individualmente y en colaboración en contextos cambiantes. Para lograrlo es para lo que todos trabajamos.

Buena suerte y ¡manos a la obra!

☞ **Carlos Martínez** es director general y CEO de IMF Business School.

El reto del Sector es conectar con ese viajero 3.0, el nativo digital que no entiende el mundo sin conexión

OPINION

NEXOTUR

PERIODICO 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 (ESCAPARATE Y MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA (REUNIONES), DANIEL GALLEGU ALIAS, ALEJANDRA CABOMERO Y GUILLERMO MIERES (TRANSPORTES), ANDREA BULLA (BUSINESS TRAVEL), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEP MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ Mª SORIA (INDICADORES), ESTHER DE LA CRUZ (CIMET Y FUTURALIA), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR)

COLUMNISTAS: JULIO ABREU STAUD, PROF. ISABEL ALBERT, DR. VENANCIO BOTE, GONZALO GARCÍA, PROF. COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO, PROF. MANUEL FIGUEROLA, ENRIQUE HERNÁNDEZ, PROF. JUAN CARLOS MAÑAS Y CLAUDIO MEFFERT
CONSEJO ASESOR (DIRECTORES): FRANCISCO VÁZQUEZ (CIMET), CLAUDIO MEFFERT (FUTURALIA) Y JULIO C. ABREU (NEXO BUSINESS)

NEXO
editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:
LOPE DE VEGA 13. 28014 MADRID
(91) 369 41 00 / (91) 369 18 39
E-MAIL: COORDINACION@NEXOTUR.COM

DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO: JAVIER PASCUAL CORUÑA
DIRECTOR JURÍDICO GRUPO NEXO: SANTIAGO MORATALLA SALVADOR
DIRECTOR DE INFORMATIZACIÓN Y PROCESOS: JOSÉ MANUEL DÁVILA
DIRECTOR DE LA PLATAFORMA DIGITAL WEB: JOAQUÍN ABAD

DEPARTAMENTOS | PROPIEDAD INDUSTRIAL: HERRERO Y ASOCIADOS
FACTURACIÓN: MARÍA JOSÉ GONZÁLEZ / **PERSONAL:** PILAR DE LA HOZ
DISTRIBUCIÓN: MERCEDES LEÓN / **ADMINISTRACIÓN:** JORGE DE JUAN
SUSCRIPCIONES: MAR FERNÁNDEZ / **BASES DE DATOS:** NEXODATA

PUBLICIDAD / DEPARTAMENTO PROPIO: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)
MADRID: MERCEDES LEÓN / **BARCELONA:** PEPITA HERNÁNDEZ

SERVICIOS EDITORIALES: ABORDA (ASESORÍA), NEXOPUBLIC (CONSULTORÍA), NEXO CREATIVO (PUBLICIDAD), SALON TURNEXO (FERIAS), NEXOTEL (COMUNICACIONES), NEXODATA (BASES DE DATOS), GRÁFICAS DE Prensa DIARIA (IMPRESIÓN Y PAPEL) Y DISTRIBUIDORA NACIONAL POST (EMBLISTADO Y DISTRIBUCIÓN)

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Impulsar el transporte público

EL TRANSPORTE PÚBLICO VUELVE A GANAR TERRENO. La incipiente recuperación económica da sus frutos. Si bien entre 2008 y 2014 el uso de los medios de transporte colectivo cayó en paralelo a la subida del paro en España, la mejora económica ha acercado de nuevo a los viajeros al autobús, metro y tren. Por ello, la Asociación de Empresas Gestoras de Transportes Colectivos Urbanos (Atuc) reclama que las inversiones en transporte público vuelvan a niveles precrisis en paralelo a la evolución de los datos de empleo, para garantizar un mejor servicio a la demanda creciente de usuarios y adaptarlo a las nuevas necesidades de movilidad.

Y es que transporte público y empleo tienen una correlación del 90% y son inversamente proporcionales: entre 2008 y 2014 la tasa de desempleo subió del 13,8% al 23,7%. En cambio, los desplazamientos en autobús cayeron un 8,6%, mientras que los viajes en tren lo hicieron un 9,5%, según el informe del Observatorio de la Movilidad Metropolitana de 2014.

Esta situación de ajuste presupuestario para adaptarse a las medidas de austeridad también tuvo sus consecuencias en el transporte público: el descenso de flotas de autobuses. En 2014 las flotas de autobuses se redujeron un 3,6% respecto al año anterior, y si bien el parque de trenes se mantuvo estable, también cayó la red de cercanías (un 5,3%).

En cambio, desde 2015 la evolución descendente del desempleo —que ya está por debajo de los cuatro millones de parados—, ha supuesto un aumento de la demanda del transporte público, según el Instituto Nacional de Estadística. En concreto, el pasado año el uso del transporte público

creció un 1,5%, el primer incremento desde 2006, mientras que diez años más tarde se situó por encima (hasta abril subió un 2,3% respecto al mismo periodo del año anterior).

Estas cifras coinciden con las previsiones de Atuc, que estimó a principios de este año un incremento del número de viajeros del 2%, a tenor de la recuperación económica, si bien el crecimiento puede ser mayor si la cifra de pasajeros continúa creciendo en la segunda mitad del año a ritmo similar.

Por ello, es momento de recuperar las inversiones que la contención presupuestaria frenó y mejorar el servicio, aumentando las frecuencias de paso, renovando flotas de autobuses (incluida la incorporación de autobuses híbridos o eléctricos) y nuestro parque de trenes,

implementando mejoras tecnológicas que se adapten a un pasajero cada vez más digital, que busca movilidad pero también experiencia de viaje. Esto supondría revertir el camino andado en los últimos ejercicios, cuando la inversión en transporte público se redujo casi a la mitad de 2008 y 2014, pasando de 1.761 millones a 921 millones.

"Cada día cinco millones de personas utilizan el transporte público en nuestro país", señala el secretario general de Atuc, Jesús Herrero, y "a medida que la economía y el paro mejoren aumentarán los usuarios". No podemos quedarnos atrás y que el sector pierda el tren de la recuperación. El transporte de viajeros es un subsector turístico esencial que bien merece la atención preferente de nuestras Administraciones públicas.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

El transporte de viajeros debe contar con el apoyo y el impulso de Fomento y las Administraciones, tras años de recortes, que han mermado de forma evidente la competitividad del modo de transporte

▲ CHECK-IN / EL TURISMO EN EL IPC

Pesar y medir el Turismo

La correcta medición de la aportación del Turismo al Producto Interior Bruto (PIB) es una antigua y reiterada demanda del Sector Turístico. Pero este cómputo debe sumar a la contribución directa las aportaciones indirectas: desde el porcentaje de la recaudación de taxi correspondiente a los turistas o los automóviles que compra el Rent-a-car hasta la parte de la facturación de los fabricantes de lavadoras industriales o de ropa de cama que se deben a la hotelería, por solo citar unos ejemplos.

Se trata de saber "cuanto le deben" al Turismo los sectores y actividades no turísticas, para que la ciudadanía tome conciencia de que el Turismo es nuestra gran empresa nacional, y que cada español se sienta un accionista (Leon Herrera dixit).

La publicación por parte del Instituto Nacional de Estadística (INE), tras más de dos años y medio, de la Cuenta Satélite del Turismo de España, debería servir para cuantificar el peso real del Turismo en la Economía, pero no parece haberlo logrado.

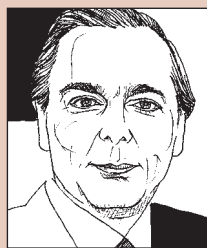
¿Aporta el Turismo el 10,9%, al PIB, situándose en 113.690 millones de euros, como dice el INE?

El porcentaje dista mucho del estimado por el director del Grupo de Investigación de Turismo de la Universidad Nebrija, Dr. Manuel Figuerola, quien adelantó a NEXOTUR, que el peso del Turismo en la economía española fue el 11,7% del PIB en 2014, que creció hasta el 11,9% en 2015.

La contribución del Turismo a la economía ha pasado del 10,2% en 2010 al 12,7% en 2014; y en empleo, la evolución es más favorable, del 11,6% en 2011 al 12,7% en 2014 (2,3 millones de ocupados).

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / F. González Tejera

La fulminante destitución del consejero-delegado de NH Hotels y el conflicto entre accionistas, agudizado con la entrada en el accionariado del grupo chino HNA (cuyos representantes han sido desalojados del consejo de admi-



nistración), es una pésima noticia para uno de nuestros mayores grupos hoteleros (fuertemente endeudado), que necesita justo lo contrario: una gestión ordenada y tranquila, para superar sus retos actuales y poder afrontar su futuro.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / NOTICIAS EN INTERNET

Editores contra el 'cánon Google'

La Asociación Española de Editores de Publicaciones Periódicas (120 grupos con 1.000 cabeceras), apoya un comunicado de rechazo al llamado *cánon AEDE*, al que se suma NEXOTUR y Grupo NEXO:

"Como editores de noticias, información y entretenimiento, seguimos llamando la atención de los responsables políticos europeos sobre el impacto destructor de los nuevos derechos y pagos por enlazar y compartir contenidos de noticias en línea. Estos derechos en Alemania y España hacen que nos resulte más difícil crecer en línea, llegar a nuevas audiencias y desarrollar nuevos mercados. Crean más barreras de entrada para que los editores crezcan en línea. En España, incluso se nos ha privado del control de nuestros propios contenidos y se nos ha obligado a cobrar a través de una entidad de gestión, nos guste o no".

"Mientras los que pretenden recuperar o ampliar tales derechos intentan reformular su finalidad, nosotros seguimos creyendo que la creación de nuevos derechos nos reportará principalmente más burocracia y complejidad. En cuanto empresas, abogamos por un marco europeo que reduzca la burocracia, no que la aumente. Nos esforzamos por llegar a nuevas audiencias e innovar para desarrollar nuestro negocio en la era digital. Para obtener frutos necesitamos un entorno propicio para las empresas, no uno que acarree años de debates legislativos, litigios y la participación de intermediarios como las entidades de gestión".

Animamos a la Unión Europea a que se valga de los medios de que disponen para derogar estas leyes.

La bajada que ha experimentado el precio del petróleo ha tenido un impacto en la industria turística en general / En CWT España somos optimistas y confiamos en que en el presente año se mantenga la línea de 2015 / Ofrecemos a los viajeros un servicio excelente y personalizado / Ser una empresa responsable está en el centro de todo lo que hacemos

«El terrorismo ha tenido un impacto muy negativo en el Sector de los viajes»

Eduardo Rebello de Andrade / Director general de CWT España

Carlson Wagonlit Travel (CWT) ha obtenido un volumen de ventas a nivel mundial de 24.200 millones de dólares (21.766 millones de euros), lo que supone un significativo descenso del 11,35% respecto al ejercicio anterior, con un total de 61,4 millones de transacciones, un 1,4% menos. Estas cifras, reflejan las restricciones en gastos de viajes de los clientes del sector de la energía. Así, dejando fuera el impacto de la cartera de energía, las transacciones han aumentado un 1,3%. Por su parte, CWT España ha presentado unos balances positivos, con un volumen de ventas de 480 millones de euros, un 3,7% por encima de los resultados de 2014. Mientras tanto, el número de transacciones de esta filial ha sido superior a los dos millones, registrando un repunte del 4,8% respecto al año anterior.

El director general de la división española, Eduardo Rebello de Andrade,

analiza y comenta estos resultados, además de ofrecer unas previsiones optimistas de cara a 2016. Asimismo, tras los últimos ataques terroristas acaecidos en diferentes lugares del planeta, sobre todo lo sucedido en Bruselas, los viajes en general y los de negocios en particular se han visto afectados. En este sentido, Rebello de Andrade destaca la capacidad de CWT, donde la seguridad de los viajeros es prioritaria, para lo que cuenta con "una oferta sólida para anticiparnos a los riesgos y actuar de forma inmediata ante cualquier emergencia". Por último, resalta la apuesta de la empresa por la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad. "Ser una empresa responsable está en el centro de todo lo que hacemos", afirma.

P.- CWT, a nivel global, ha sufrido un año 2015 complicado en cuanto a volumen de ventas y transacciones. Sin embargo, la división que usted dirige ha conseguido incrementar sus cifras respecto al año anterior. ¿Qué ha pasado en España y en el mundo para que se haya producido una evolución tan diferente en este año?

R.- La bajada del precio del petróleo ha tenido un impacto en la industria en general y a nivel global las restricciones en gastos de viajes que se vieron obligados a adoptar nuestros clientes del sector de la energía han propiciado un ligero descenso respecto a 2014.

En el mercado español, 2015 fue un ejercicio positivo gracias a la mejoría de la situación económica que ha tenido un efecto positivo en los viajes en general.

En España, 2015 fue un año positivo gracias a la mejoría de la situación económica

Contamos con una oferta sólida para anticiparnos a los riesgos y actuar de forma inmediata

P.- ¿Qué divisiones son las más importantes en CWT España y qué aporta cada una a la cuenta de resultados del grupo?

R.- Todas las divisiones son importantes para CWT España, siendo nuestro *core business* el *business travel* y las reuniones y eventos. Además de todo esto, contamos con una división de vacacional que nos permite ofrecer a nuestros clientes el mejor servicio y atender todas sus necesidades, también las de sus viajes por motivo de ocio.

P.- CWT España ha logrado mantener un comportamiento favorable a lo largo de 2015. ¿Qué previsiones tiene para CWT España en 2016?

R.- Somos optimistas y tenemos buenas previsiones de cara a este año. Confiamos en mantener la línea de crecimiento de 2015.

P.- El grado de satisfacción de clientes es un factor muy importante para cualquier agencia de viajes y en CWT lo miden año tras año. ¿En qué situación se encuentra CWT España en este sentido a día de hoy?

R.- Efectivamente, la satisfacción de nuestros clientes es lo primero para nosotros. Y es por ello que contamos con herramientas que nos permiten evaluar de forma continua el nivel de satisfacción de nuestros viajeros y nuestras empresas cliente. Gracias a esta medición continua podemos adecuar la oferta para así mantener nuestros buenos índices de satisfacción.



P.- La actividad generada por el sector de la energía es importante para CWT a nivel global. ¿Qué importancia tiene en España?

R.- Desde España gestionamos cuentas de CWT Energy, Resources and Marine, pero el peso es inferior al que tienen en otros mercados internacionales, como por ejemplo el caso del americano.

P.- ¿Cómo cree que va a evolucionar el mundo de los viajes y los eventos durante este año?

R.- En CWT España somos optimistas y confiamos en que se mantenga la línea de 2015.

P.- Los terribles atentados terroristas de Bruselas impactaron de lleno, especialmente a corto plazo, en la industria turística. ¿Cómo han afectado a los viajes de negocios? ¿Cree que su repercusión se prolongará en el futuro?

R.- Sin duda alguna, los atentados terroristas que se han producido en los últimos meses han tenido un impacto muy negativo en toda la sociedad y muy especialmente en el Sector de los viajes. En Carlson Wagonlit Travel la seguridad de nuestros viajeros es nuestra prioridad y contamos con una oferta sólida

para anticiparnos a los riesgos y actuar de forma inmediata ante cualquier emergencia que busquemos mejorar día a día gracias a que contamos con los mejores socios en este campo.

P.- ¿Cuáles son las principales necesidades de los viajeros de negocios en la actualidad?

R.- La calidad del servicio, el uso de la tecnología para facilitar la vida y la personalización.

P.- ¿Coinciden estas necesidades de los viajeros con los requerimientos de las empresas?

R.- Sí, sin duda.

P.- ¿Qué ofrece CWT España para atender estas peticiones?

R.- Dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes y ofrecerles un servicio excelente y personalizado es nuestra prioridad número uno. Aquí, la formación de nuestro personal es clave ya que está adaptada totalmente a cada cliente. Nuestra inversión en tecnología también nos permite adelantarnos a estas necesidades.

P.- La tecnología es un factor que siempre está desarrollando CWT, como por ejemplo su aplicación para móviles CWT To Go. ¿Existen novedades en este sentido o están trabajando en ellas?

R.- Efectivamente nuestra inversión en tecnología es muy importante, ya que ésta forma parte de nuestro ADN. El año pasado ya presentamos nuestra nueva herramienta de informes que permite crear una radiografía completa y en tiempo real del programa de viajes usando toda la fuerza del big data transformando hechos en análisis, información en recomendaciones.

En cuanto a CWT To Go, seguimos introduciendo mejoras continuas. La reserva de hotel está siendo un éxito y ya estamos trabajando en la del billete aéreo.

P.- EcoVadis ha otorgado a CWT la plata en 2016 por sus prácticas en materia de responsabilidad empresarial. ¿Qué supone para su compañía la RSC?

R.- Ser una empresa responsable está en el centro de todo lo que hacemos. Cuando tomamos decisiones empresariales es importante tener en cuenta no solo a nuestros empleados, clientes y viajeros; sino también al mundo en el que trabajamos. Tener esto presente es fundamental para construir un negocio sólido y sostenible. Por eso ponemos tanto énfasis en nuestra calificación de EcoVadis y en todas las actividades en materia de responsabilidad empresarial que llevamos a cabo.

Somos signatarios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, contamos con un estatuto global de medio ambiente, elaboramos informes anuales de nuestras acciones y progresos en materia de RSC y hacemos especial hincapié en trabajar aplicando los más altos estándares en materia de ética y conducta.

Ser responsables es fundamental para CWT

Ser una empresa responsable está en el centro de todo lo que hacemos en Carlson Wagonlit Travel (CWT) tanto en el mercado español como a nivel internacional. Cuando tomamos decisiones empresariales es muy importante tener en cuenta no solo a nuestros empleados,

clientes y viajeros; sino también al mundo en el que trabajamos. Tener esto presente es fundamental para construir un negocio sólido y sostenible. Por eso ponemos tanto énfasis en nuestra calificación de EcoVadis y en todas las



EDUARDO REBELLO

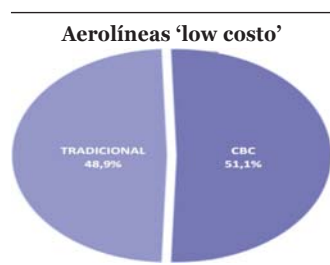
actividades en materia de responsabilidad empresarial que llevamos a cabo. Somos signatarios del Pacto Mundial de Naciones Unidas (ONU), contamos con un estatuto global de meta ambiente, elaboramos informes anuales

de nuestras acciones y progresos en materia de RSC y hacemos especial hincapié en trabajar aplicando los más altos estándares en materia de ética y conducta. La calidad del servicio, el uso de la tecnología para facilitar la vida y la personalización son las necesidades de nuestros viajeros.

ESCAPARATE

El 'low cost' ya acapara más del 51% en mayo

De los 7,6 millones de viajeros que han llegado a los aeropuertos españoles en mayo, cerca de 3,9 millones (el 51,1% del total) se han decantado por esta modalidad aérea, un 10,1% más que en 2015. **Pág. 32**



INE revisa a la baja la contribución al PIB

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), la aportación de la actividad turística al Producto Interior Bruto Nacional (PIB) ascendió en 2014 al 10,9%, situándose en 113.690 millones de euros. **Pág. 12**



Viajar sin equipaje crece un 30% en 2016

Cada vez hay más viajeros que renuncian a llevar equipaje en sus desplazamientos. Según MRW, las contrataciones de servicios de envío de equipajes registrarán en 2016 un incremento del 30%. **Pág. 12**

PRONTUARIO

Garantizar una buena experiencia

VIVIMOS EN EL periodo más transformativo de la historia del dinero en el que los servicios financieros y las líneas entre los pagos online, dentro de las app y en la tienda se están ya desdibujando. El dinero está cambiando y estamos viviendo la digitalización del efectivo, la desaparición de los cheques, la transformación de las tarjetas y la proliferación de dispositivos conectados.



© RAIMUNDO SALA

El Sector del Turismo es uno de los que ha incorporado los pagos electrónicos de forma más rápida y natural. La comodidad de poder reservar las vacaciones desde casa es una muestra de la evolución en la forma cómo las personas compran y pagan, de la que PayPal ha formado parte desde el principio.

Siguiendo con nuestra estrategia de buscar la máxima satisfacción de nuestros clientes y garantizar una buena experiencia incluso antes de iniciar su viaje, el pasado abril PayPal se integró en la web de Iberia Express como nuevo método de pago. Con esta integración, estamos ya presentes en casi todas las aerolíneas españolas y seguimos posicionándonos como un agente clave en la innovación y evolución de los métodos de pago en un sector líder y tan importante en España como es el turismo.

Otro ejemplo de la apuesta por este Sector es nuestra presencia en el complejo Ushuaia (Ibiza) con el que hacemos posible la integración del pago de los productos y servicios del hotel a través de la pulsera Smart VIB (Very Important Bracelet). Gracias a esta tecnología, PayPal aporta un gran valor añadido al consumidor, que vive una experiencia mucho más cómoda y fácil solo con acercar las pulseras a los lectores habilitados y poder pagar con tecnología *wearable*.

© Raimundo Sala es director general de España y Portugal de PayPal.

IATA insiste en que el nuevo sistema de pago instantáneo a las aerolíneas 'será voluntario'

Las agencias que opten por EasyPay se beneficiarán de una reducción de avales

El New Gen ISS, nuevo proyecto de IATA a nivel mundial que supondrá un antes y un después en la relación contractual entre compañías aé-

reas y agencias, se implementará inicialmente "en un pequeño número de países". Así lo revela el lobby aéreo, que destaca la buena acogida

que ha tenido entre las agencias. Versión que contrasta con la expuesta por CEAV, que muestra su total oposición al mismo.

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) niega que entre sus planes esté imponer a las agencias el pago instantáneo al BSP. Esta modalidad, denominada EasyPay, "estará disponible para todos los agentes, pero serán ellos los que decidan si quieren o no usarla", aclara el lobby aéreo, que insiste en que "no va a sustituir a los métodos de pago existentes". Lo que sí reconoce es que este novedoso modelo permitirá a estas últimas reducir las garantías financieras.

Respecto a su funcionamiento, detalla que en el momento de la emisión del billete, el sistema verificará primero si hay fondos disponibles en la cuenta. Si es así, dará su autorización y bloqueará la cantidad que corresponda, evitando así que haya riesgo de impago. Pese a ello, los agentes de viajes podrán anular y recuperar el dinero. Las aerolíneas, por su parte, dispondrán de su dinero entre 48 y 72 horas después de la emisión del billete en la agencia.

Respuesta positiva

EasyPay es una de las novedades recogidas en el proyecto New Gen ISS, que como adelantó en exclusiva NEXOTUR, implicará cambios importantes en la relación contractual entre agencias y compañías aéreas. Uno de los más importantes es la creación de tres niveles de acreditación: estándar sin posibilidad de pago en cash; estándar con posibilidad de pago en cash y con un límite de crédito; o acreditación en varios países, con límite de crédito, lo que permitirá a agencias online o consolidadores no tengan que tener una licencia en cada país y les sirva una sola. Por último, el proyecto también recoge un nuevo sistema de gestión del crédito y el cambio del esquema de seguro financiero.

Pese las críticas recibidas por parte de varias Organizaciones de agencias, IATA asegura que "la res-



IATA reitera que el nuevo modelo no sustituirá a los métodos de pago que existen actualmente.

puesta a los nuevos modelos de acreditación y a los cambios del seguro financiero ha sido positiva, especialmente en los mercados emergentes", debido a que "los agentes de beneficiarán de mayores posibilidades de elección". En cuanto a los nuevos sistemas de pago, la comunidad de agencias, siempre según el lobby aéreo, "entiende que se está tratando de crear

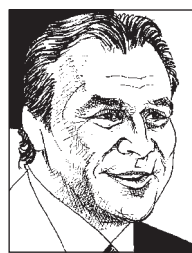
un entorno más seguro". "La principal preocupación es cómo el marco propuesto funcionará en la práctica y cómo afectará todo ello en las operaciones de las agencias", añade.

En relación a la fecha de lanzamiento del New Gen ISS, que según apuntaba CEAV previsiblemente sería para el 1 de enero de 2017, IATA asegura que aún no hay nada decidido, si bien reconoce que su preten-

sión es que vea la luz en 2017. "Las fechas y condiciones de aplicación están todavía sujetas a la aprobación en la PACConf", indica. Lo que sí revela es que su intención es ponerlo en marcha en "un pequeño número de países", lo que les ayudará a "supervisarlos y, si fuese necesario, revisar las iniciativas incluidas". No obstante, no especifica en qué países tiene previsto estrenarlo.

CEAV: 'Se trata de un proyecto que IATA ha desarrollado unilateralmente'

Como avanzó este periódico, CEAV ha mostrado en todo momento su oposición a los planes de del lobby aéreo al entender que será perjudicial para las agencias de viajes. La Confederación argumenta que su rechazo al proyecto se basa "en múltiples factores", si bien destaca dos de ellos. Por un lado, afirma que "se trata de un proyecto que, una vez más, IATA ha desa-



Rafael Gallego

rollado unilateralmente, presentándose a la APJC (reunión consultiva con agencias de viajes) una vez que las bases y las principales características del mismo ya habían sido aprobadas por la PACConf, organismo integrado exclusivamente por las aerolíneas". A su juicio,

este hecho "constata con el desinterés de IATA de mantener una reunión sobre este proyecto". Por otro lado, advierte que "no se tra-

ta de una simple modificación o modernización, según se afirma por parte de IATA, de las actuales resoluciones o de la operativa actualmente establecida para la acreditación de las agencias de viajes". Para CEAV, el proyecto "va mucho más allá, suponiendo una ruptura unilateral de las relaciones contractuales establecidas con las agencias de viajes ya acreditadas, obligando a las mismas a solicitar una nueva acreditación, todo ello en base a unas normas que IATA pretende imponer de manera unilateral".

El vuelo a Shanghái, clave en el Turismo de compras

Iberia inicia sus operaciones en Asia. La aerolínea ha inaugurado la ruta directa entre Madrid y Shanghái, que contará con tres vuelos directos a la semana en cada sentido. "Hoy Iberia se abre al mercado asiático y damos un paso más para convertirnos en una aerolínea global", ha destacado en el acto inaugural el presidente de la aerolínea, Luis Gallego.

InterRent está presente en la actualidad en 40 países

InterRent opera en la actualidad en 40 países, principalmente en aeropuertos y zonas turísticas. La marca *low cost* de Europcar ha protagonizado un espectacular crecimiento desde su creación, sumando a día de hoy 150 oficinas tras la reciente apertura en el aeropuerto de Alghero (Cerdeña). Inició su andadura hace tres años en España, Francia, Alemania, Portugal y Reino Unido.

España, el destino de playa más popular del mundo

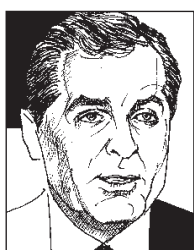
España es el destino de playa por excelencia para los viajeros internacionales. Según revela el estudio 'De Playa en Playa 2016', elaborado por Expedia, el 13% de los viajeros encuestados han elegido el litoral español para sus últimas vacaciones estivales. En el caso concreto de los españoles, el porcentaje se eleva hasta el 57%. Por detrás de España se encuentran Australia e Italia.

El MICE de Puerto Rico no se resiente con el Zika

El negocio de grupos de Puerto Rico cierra lo que se ha llegado a conocer como el periodo inicial del Zika (marzo a mayo), con las puertas bien abiertas para los negocios, con 57 actividades comerciales nuevas reservadas, entre ellas eventos, conferencias, reuniones anuales y actividades deportivas desde ahora hasta 2017. Esto representa un gasto directo posiblemente de 20,4 millones de dólares.

El actual presidente de Aena declarará como investigado

El Juzgado de Instrucción 35 de Madrid ha citado a declarar como investigados al presidente y consejero delegado de Aena, José Manuel Vargas, y a su predecesor en el cargo, Juan Ignacio Lema. Tendrán que responder a raíz de la querrela criminal presentada por los residentes de la Ciudad Santo Domingo, en Algete, los cuales les acusan de presuntos delitos de desobediencia y contra el medio ambiente.



José Manuel Vargas

gado de Instrucción 35 de Madrid admitió a trámite esta querrela criminal el 13 de noviembre de 2014.

Estos querellantes mantienen una lucha judicial con el gestor aeroportuario desde más de una década. En concreto, vienen exigiéndole que se evite una configuración de las 16 posibles (la 18R) cuando las aeronaves aterrizan en Adolfo Suárez Madrid-Barajas desde el norte, lo que supondría una reducción de la contaminación acústica que producen las operaciones desde la ampliación del aeropuerto en 1998.

Después de que en el año 2006 el Tribunal Superior de Justicia de Madrid desestimase la demanda inicial, varios vecinos recurrieron ante el Tribunal Supremo, que estimó de forma parcial la misma, instando al aeropuerto a reducir en un 33% los vuelos en dicha pista. Pese a que el gestor aeroportuario adoptó una serie de medidas para adaptar el tráfico, los demandantes volvieron a recurrir al considerar insuficiente dicha sentencia. Así, todo parece indicar que el Supremo dictará una sentencia definitiva durante la presente temporada de verano.

También están citados la directora de planificación y medio ambiente, Amparo Brea, así como el antiguo director de medio ambiente, José Manuel Hesse. Los demandantes consideran que se ha cometido un presunto delito de desobediencia del artículo 410 del Código Penal, sancionado con entre tres y 12 meses e inhabilitación especial para empleo o cargo público de seis meses a dos años.

El delito contra el medio ambiente del artículo 325 y siguientes del Código Penal está castigado con penas de prisión de dos a cinco años, multa de ocho a 24 meses e inhabilitación especial para profesión u oficio uno a tres años. El Juz-

El acto de conciliación del SIMA se cierra sin avances en la negociación del convenio

CCOO defiende que su objetivo ha sido reanudar la negociación

Sin avances en el acto de conciliación convocado por el Servicio Interconfederal de Mediación y Arbitraje (SIMA), celebrado a petición de Comisiones Obreras (CCOO). El

sindicato ha asegurado que su pretensión es acabar con el "bloqueo en la negociación por parte de CEAV" del Convenio Colectivo Estatal de Agencias de Viajes.

El acto de conciliación convocado por el Servicio Interconfederal de Mediación y Arbitraje (SIMA) concluye sin avances en los puntos claves de la negociación del Convenio Colectivo Estatal de Agencias de Viajes. El encuentro se ha celebrado a petición de Comisiones Obreras (CCOO), que pese a evidente acercamiento entre la parte empresarial y la social, aseguró que su pretensión es acabar con el "bloqueo en la negociación por parte de CEAV".

En este sentido, mantiene que su objetivo con la petición de mediación del SIMA "ha sido exclusivamente reanudar la negociación con talante constructivo y disposición de alcanzar un acuerdo". Sin embargo, asegura que CEAV "ha rechazado cualquier intento de reactivación, sin dar ninguna justificación al respecto". "Entendemos que esta actitud no es nada proactiva, y rompe con las expectativas previstas por nuestra parte de avanzar en la negociación", añade.

CCOO también carga contra el Sindicato Profesional de Viajes (SPV),

cuya representatividad se ha ido incrementando con el paso de los años hasta convertirse en el de mayor peso en la mesa negociadora del convenio de agencias. Les acusa de no haber aprovechado este acto de conciliación para "resolver las cuestiones pendientes" e incluso pone en cuestión "el verdadero objetivo de esta organización, que ha mostrado más sintonía con la patronal que con las necesidades de los más de 50.000 trabajadores y trabajadoras afectados".

Cuestión salarial

Tanto CEAV como SPV han preferido no valorar las críticas de CCOO, si bien fuentes consultadas por NEXOTUR afirman que su objetivo real con la solicitud al SIMA no era avanzar en la elaboración del convenio. Y es que, como publicó este periódico, la decisión del citado sindicato sorprendió al resto de miembros de la mesa negociadora ya que, después de aproximadamente medio año de negociaciones, se encuentran muy avanzadas.



CCOO pidió la intervención del SIMA.

A día de hoy, al margen de cuestiones menores, el único obstáculo para la firma del Convenio es la cuestión salarial. La propuesta de CEAV, que inicialmente planteó una congelación en 2016 subidas anuales del 0,5% en 2017 y 2018, es de incrementos del 1% en cada uno de los tres ejercicios. Por su parte, los sindicatos no están dispuestos a aceptar un aumento anual inferior al 1,5%, según fuentes consultadas por este periódico.

El Turismo emisor se dispara un 24% en España en el primer trimestre, con más de 40 millones

Tan solo ocho de cada 100 viajes de residentes en nuestro país tienen como destino el extranjero

Los viajes de los residentes en España aumentan a pasos agigantados en el arranque de 2016. Entre enero y marzo se han contabilizado 40,3 millones de desplazamientos, lo que supone un aumento interanual del 23,4%. Y ello a pesar de que los viajes de negocios han sufrido un desplome del 13,8%, hasta los 3,8 millones. En contraposición, los de ocio, recreo y vacaciones suben en este trimestre un 45,5%, ascendiendo a 16,1 millones.

Según los datos recabados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), los destinos españoles acaparan el 91,5% de los viajes (cerca de 16,9 millones), con un incremento interanual del 23,4%. Andalucía,

Cataluña y Castilla y León son, por este orden, las Comunidades autónomas más visitadas, con pesos respectivos del 16,5%, 13,3% y 9,6%.

La estancia media se reduce

En relación al Turismo emisor, en el periodo comprendido entre enero y marzo se ha registrado un repunte interanual del 23,9%, con 3,4 millones al extranjero. Pese a ello, el peso de los viajes al extranjero sobre el total se mantiene en el 8,5%. La estancia media en el destino cae un 2,1% en comparación con el primer trimestre de 2015, situándose en 7,8 noches.

El espectacular aumento del Turismo emisor es si cabe más importante

si se tiene en cuenta que en 2015 se alcanzó una cifra récord. En concreto, los españoles efectuaron en el conjunto del año un total de 15,1 millones de viajes al extranjero, el número más elevado desde que existen registros. Además, se produjo un incremento interanual del 27,9%.

La evolución de los viajes de los residentes al extranjero se asemeja a la experimentada por los pagos por Turismo, indicador publicado mensualmente por el Banco de España en el informe Balanza de Pagos. Según el último, correspondiente a marzo, han ascendido a 3.481 millones de euros en el primer trimestre, un 19,2% más que en el mismo periodo de 2015, cuando se situaron en 2.919 millones.



Los destinos españoles acaparan el 91,5% de los viajes.

El 'Brexit', una amenaza para el destino España que en el primer cuatrimestre ha recibido cuatro millones de británicos

La devaluación de la libra convertirá a España en un destino más caro y la vuelta de las fronteras complicará las gestiones

El efecto Brexit se hará notar en el Sector Turístico. En España, de los 18 millones de turistas internacionales recibidos en el primer cuatrimestre, cuatro millones procedían de Reino Uni-

do. La devaluación de la libra convertirá a España en un destino más caro y la futura frontera provocará limitaciones como la obtención de visados. Como destaca IATA, hasta 2020 el volumen

de pasajeros aéreos procedentes de Reino Unido experimentará, según su previsión, una reducción de entre el 3% y el 5% por la desaceleración de la economía y la depreciación de la libra.

Los británicos han decidido no seguir formando parte de la Unión Europea. Esta consulta, con cuya convocatoria el primer ministro, David Cameron, cumplía con su promesa electoral, ha generado gran incertidumbre en los mercados. Lo que parece evidente es que con el triunfo del Brexit (British Exit), el Turismo europeo, y especialmente el español, saldrán perjudicados. Según un documento del 'portal' Invertirenbolsaweb.net, los destinos españoles se verían afectados principalmente por dos cuestiones.

En primer lugar, la salida de Reino Unido de la Unión Europea ha tenido como efecto inmediato una fuerte devaluación de la libra esterlina respecto al dólar y, aunque en menor medida (debido a que también se prevé una depreciación del euro), en relación al euro. Por tanto, el destino España se encarecerá y dejará de ser un país barato para visitar. Por otro lado, si se vuelven a instaurar las fronteras, habría limitaciones importantes a la hora de obtener visados (de días, condiciones para su aprobación, etc.), por lo que al dejar de existir la libre circulación de personas sería más complicado el acceso.

A pesar de los esfuerzos de las Administraciones públicas y de los propios empresarios del Sector Turístico, el destino España sigue teniendo una gran dependencia del emisor británico. Sin ir más lejos, de los 18 millones de turistas internacionales recibidos en el primer cuatrimestre, cuatro millones procedían de Reino Unido, que ade-

más protagoniza un significativo avance interanual del 19,4%. Algo similar ocurre con el gasto. Los británicos han aportado hasta abril 3.432 millones de euros, el 19,2% del total y un 15,4% más que en el mismo periodo de 2015.

Capacidad emisora

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) estima que desde ahora hasta 2020 el volumen de pasajeros aéreos procedentes de Reino Unido experimentará una reducción de entre el 3% y el 5% debido a la desaceleración de la actividad económica y a la depreciación de la libra esterlina.

Por este motivo, su director general, Tony Tyler, insta a los responsables políticos a "seguir garantizando los intereses comunes en materia de conectividad aérea segura, eficiente y sostenible". En este sentido, recuerda el papel fundamental del transporte aéreo y revela que en 2015 los británicos realizaron 117 millones de viajes en avión con dirección a los aeropuertos de la Unión Europea.

Para IATA, uno de los grandes problemas a los que se enfrenta el sector de la aviación es el previsible cambio de la regulación, ya que con su marcha de la Unión Europea, Reino Unido tendrá libertad para establecer su propio reglamento. A este respecto, el Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI) ha hecho un llamamiento para que ambos mercados permanezcan

"completamente integrados", haciendo hincapié en "los enormes beneficios para consumidores y empresas" que ha supuesto el modelo actual de la Unión Europea. "No podemos permitirnos el lujo de ir hacia atrás en lo que a día de hoy es uno de los pilares de nuestras economías", advierte.

En representación de las agencias de viajes y turoperadores, la Asociación Británica de Agencias de Viajes (ABTA) ha trasladado a todos sus asociados y clientes un mensaje de tranquilidad, recordando que previsiblemente hasta dentro de dos años no habrá cambio alguno. "Los británicos seguirán siendo igual de libres para moverse por la Unión Europea, la tarjeta sanitaria seguirá siendo válida y los derechos de los pasajeros aéreos permanecerán intactos", apunta. No obstante, reconoce que "la caída del valor de la libra tendrá un impacto inmediato en los turistas", "reduciendo su poder adquisitivo en el extranjero".

'Paquete' a Reino Unido

Por su parte, la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) asegura que la devaluación de la libra esterlina por el efecto Brexit debería beneficiar a la mayoría de españoles que hayan contratado un viaje combinado con destino Reino Unido. Según explica, su precio se calcula en función de los tipos de cambio, tarifas de transporte, coste del carburante y tasas e impuestos aplicables en la



Uno de cada cinco turistas que visitan España procede de Reino Unido.

fecha de edición del programa, incluyendo un gran número de contratos cláusulas de revisión.

Por tanto, si el 'paquete' turístico prevé la revisión de precios, la OCU recomienda a los consumidores que exijan una rebaja por la caída experimentada por la libra, "si es que no lo hace la agencia por propia iniciativa". Además, en caso de que el contrato tenga una cláusula de revisión de precio sólo al alza y no a la baja, advierte que "podría considerarse abusiva por desequilibrada", por lo que los clientes también podrían "reclamar la rebaja correspondiente por la diferencia entre el tipo de cambio en el momento de la contratación y el de la fecha del viaje".

Entre las empresas del sector que ya se han pronunciado al res-

pecto, destaca la de International Airlines Group (IAG), que considera que la decisión de los británicos de abandonar la Unión Europea no tendrá un impacto material a largo plazo en su negocio. Si bien el *holding* liderado por British Airways e Iberia reconoce que tras el resultado del referéndum, y dada la actual volatilidad del mercado, se ha visto obligado a revisar sus previsiones para el cierre de 2016.

Aunque continúa esperando un incremento significativo del beneficio operativo, ya no prevé generar un aumento similar al registrado en 2015. Asimismo, revela que durante el periodo previo a la votación, concretamente en el mes de junio, ha experimentado "un entorno operativo más débil de lo esperado".



Seguro que te suena a Vacaciones

Es el sonido del verano. El del mar y las olas, el de la paz, el descanso y las vacaciones, pero sobre todo, el de la tranquilidad de tus clientes. Porque ERV está con ellos. Este verano haz que disfruten de su sonido con ERV, con nuestros seguros de viaje para vacaciones, cruceros, cursos de idiomas, desplazamientos para jóvenes y mayores, o seguros de anulación y reembolso de vacaciones.

Contrata ya su seguro de viaje con ERV.
Descubre a tus clientes el sonido de la tranquilidad



Aseguradora Nº1 en Calidad de Servicio. Barómetro ADECOSE 2015.
Premio Agenttravel: Aseguradora más vendida por los agentes de viaje.
Medalla al Mérito en el Seguro.

www.erv.es



The travel insurer of ERGO



You travel. We care.



EVENTOS IBERIA VILLAGE CUENTA CON
**LAS INSTALACIONES DEL COMPLEJO
DE OCIO TERRA MÍTICA**

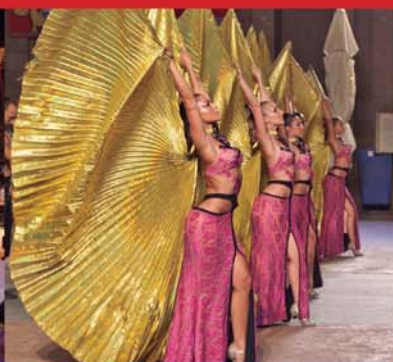
PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS ÚNICOS



AUDITORIOS CON
CAPACIDAD HASTA
3.000 PERSONAS



ESPACIOS TEMÁTICOS
SINIGUALES



ESPECTÁCULOS ÚNICOS
DE GRAN BELLEZA

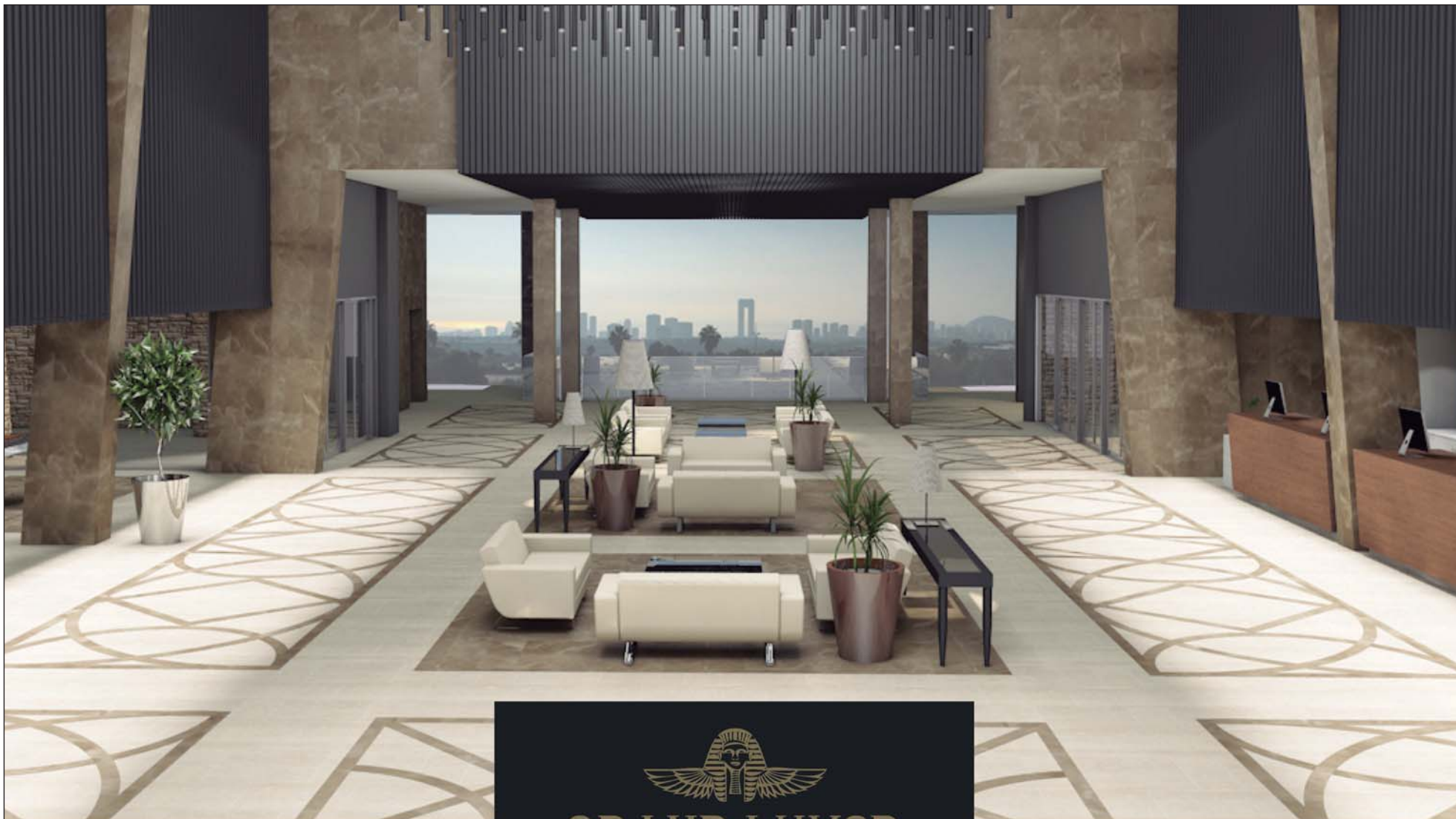


ATRACCIONES
EN EXCLUSIVA



LAS CULTURAS CLÁSICAS
DEL MEDITERRÁNEO
REUNIDAS EN UN
MARCO INCOMPARABLE

eventos
**IBERIA
VILLAGE**



GRAND LUXOR
HOTEL

★★★★ SUP

EVENTOS IBERIA VILLAGE AHORA CUENTA CON
GRAND LUXOR HOTEL

PENSADO PARA GRANDES EVENTOS



ESPACIOS PENSADOS
PARA SORPRENDER



INSTALACIONES
DE VANGUARDIA Y
MODERNAS EN UN
COMPLEJO REPLETO DE
POSIBILIDADES



300 HABITACIONES,
SALAS PARA CONVENCIONES
Y CONGRESOS



AMPLIAS TERRAZAS DE
GRAN CAPACIDAD CON
VISTAS AL MAR



CLIMATOLOGÍA
PRIVILEGIADA EN LA
COSTA BLANCA

eventos
**IBERIA
VILLAGE**

Costa Blanca, Alicante

Tel. 965 004 300

eventosiberiavillage.com

info@iberiavillage.com

Catai prosigue con el desarrollo de TravelPricer

Catai prosigue con el desarrollo de su herramienta Catai TravelPricer, lanzada al mercado a principios de año. La última novedad es la incorporación de numerosas escapadas familiares, con destinos como Kenia, Tanzania, Orlando, Emiratos Árabes, Alemania, Dinamarca, Noruega o Suiza. A día de hoy, TravelPricer cuenta con un total de 142 viajes.

Easyjet sufre más de 700 cancelaciones en junio

Easyjet dejará de ingresar unos 33,6 millones de euros en el primer trimestre de su ejercicio fiscal, del 1 de abril al 30 de junio, por las 1.061 cancelaciones que ha sufrido. La aerolínea explica que el entorno operativo de estos últimos meses "ha sido extremadamente difícil" debido a las huelgas de los controladores franceses, la congestión en el aeropuerto de Gatwick y el mal tiempo, entre otros.

Los palacios de congresos españoles se reúnen

La Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE) ha reunido entre el 29 de junio hasta el 1 de julio a todos sus miembros en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Cádiz en la octava edición de su congreso en el que han analizado numerosos temas de interés para los palacios de congresos, desde las nuevas tecnologías hasta diferentes formas de comercialización.

Enterprise ofrece el nuevo Citroën SpaceTourer

Enterprise Rent-A-Car ha presentado las 17 unidades del nuevo modelo de Citroën SpaceTourer que ha incorporado a su flota en primicia en el mercado español. En un acto celebrado en Madrid, el director general de Citroën para España y Portugal, Pablo Puey, ha hecho entrega de las llaves al director general de Enterprise Rent-A-Car en España, Karsten Summers.

La creación del espacio Schengen, un antes y un después para el Turismo europeo

Reino Unido ha dejado de ingresar 33.000 millones de euros y ha perdido un total de 20 millones de turistas

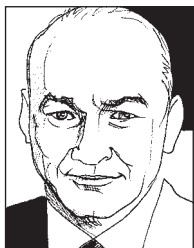
La Asociación Europea de Operadores Turísticos (ETOA) ha dado a conocer algunas cifras que ponen de relieve el papel crucial de este acuerdo para la actividad turística. Con su entrada en

vigor, los diferentes destinos de la Unión Europea experimentaron un espectacular incremento en la llegada de turistas extranjeros. Italia, Alemania y Holanda lograron crecimientos de dos

dígitos desde finales de los 90 hasta mediados de la siguiente. Todo lo contrario ha sucedido en Reino Unido. Su decisión de no pertenecer al espacio Schengen ha tenido un evidente impacto.

El espacio Schengen, clave para el Turismo europeo. En un momento en el que la amenaza terrorista ha llegado a poner en peligro la libre circulación de personas dentro de la Unión Europea, la Asociación Europea de Operadores Turísticos (ETOA) da a conocer algunas cifras que ponen de relieve el papel crucial de este acuerdo para la actividad turística.

A raíz de su entrada en vigor, los Estados miembros experimentaron un



Tom Jenkins

espectacular aumento de entradas de turistas internacionales. Italia, Alemania y Holanda lograron crecimientos de dos dígitos desde finales de los 90 hasta mediados de la siguiente. Todo lo contrario ha sucedido en Reino Unido. Su decisión de no pertenecer al espacio Schengen ha tenido un más que evidente impacto en la actividad turística.

Un claro ejemplo es la evolución del mercado emisor chino en los diferentes países. Desde el año 2006,

su crecimiento en los Estados que forman parte del espacio Schengen ha sido casi el doble que el registrado en Reino Unido. Así, mientras que Italia, Francia y Alemania reciben actualmente 2,3 millones, 1,6 millones y 1,1 millones de turistas, respectivamente, Reino Unido no llega ni a las 200.000 visitas anuales.

Visitantes adicionales

Lo mismo sucede en el resto de grandes emisores que precisan de visado para viajar a Europa. La llegada de turistas de India a Reino Unido, por

ejemplo, tan solo se ha duplicado desde 1998, mientras que en Bélgica se ha multiplicado por cinco y en Suiza por cuatro. Al respecto, el presidente de la Asociación India de Operadores de Turismo, Karan Anand, recuerda que "antes de la creación del espacio Schengen, cualquier planificación para ir de vacaciones a Europa se encontraba con grandes obstáculos burocráticos". En cambio, en la actualidad la demanda para viajar a destinos europeos crece cada año por encima del 25%.

ETOA revela que el formulario para obtener un visado de acceso a

los países de la zona Schengen es de tres páginas y cuesta 60 euros, frente a las 12 páginas y más de 110 euros requeridos por Reino Unido. Su director ejecutivo, Tom Jenkins, incide en que "millones de visitantes adicionales han llegado a Europa" desde la creación del espacio Schengen, lo que se ha traducido en "ingresos de miles de millones de euros y en la creación de decenas de miles de puestos de trabajo". Por el contrario, estima que Reino Unido ha perdido más de 20 millones de viajeros y una cifra aproximada de 33.000 millones de euros.

La Universidad Nebrija y la Mesa del Turismo quieren enriquecer los estudios de Turismo

‘Sin el Turismo, España no habría mejorado su situación económica’, señalan

La Universidad Nebrija y la Mesa del Turismo colaborarán en materia de formación e investigación. Mediante este acuerdo pretenden hacer llegar a la opinión pública la importancia de la actividad turística.

La Mesa del Turismo, la Universidad Nebrija y la Fundación Antonio de Nebrija colaborarán en materia de investigación sobre temas relacionados con la actividad turística. Mediante el acuerdo, las tres instituciones desarrollarán proyectos y acciones de promoción y de posicionamiento en el ámbito del Turismo, tales como docencia, formación de recursos humanos y organización de prácticas para estudiantes, entre muchas otras.

Asimismo, la Mesa del Turismo hará llegar a los medios de comunicación y, por tanto, a la opinión pública, diversos estudios sobre Turismo. A priori, el acuerdo recoge la realización trimestral del ‘Informe sobre Coyuntura Turística’, mientras que con carácter anual elaborarán la ‘Cuenta Nacional del Turismo Español’.

En palabras del presidente de la Mesa del Turismo, Abel Matutes,



La Mesa del Turismo, la Universidad Nebrija y la Fundación Antonio de Nebrija.

el convenio se trata de "una magnífica noticia" porque "hay que explicar al Sector y a la población los datos de los estudios para que saquen provecho". Junto al presidente de la Universidad, Manuel Villacellino, coincide en señalar que "sin el Turismo, España no habría mejorado su situación económica".

El director de la Cátedra de Turismo de la Universidad Nebrija, Manuel Figuerola, que será el en-

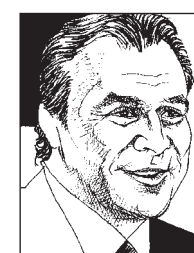
cargado de liderar la labor académica para la realización de estas tareas, incide en que "el Turismo requiere una llamada de atención y la colaboración de instituciones no es suficiente". Además, destaca que "la Mesa del Turismo es un referente único en el Sector para la Universidad Nebrija", por lo que los resultados de los citados estudios "enriquecerán la información estadística del turismo del país".

Las aerolíneas obvian petición de rebajar recargos por combustible

"Nos hemos cansado de reclamar a las aerolíneas que reduzcan" el recargo por combustible. Así lo denuncia el presidente de CEAV, Rafael Gallego, quien considera injustificado que se mantengan los suplementos que cobran a los clientes cuando el precio del petróleo se ha desplomado en los últimos años.

Las compañías aéreas que operan en el mercado español hacen caso omiso a los requerimientos de CEAV para que rebajen el recargo por combustible (la llamada tasa YQ). Según reconoce su presidente, Rafael Gallego, "nos hemos cansado de reclamar que reduzcan este impuesto" e incluso "hemos escrito a Aviación Civil para que intervenga". A su juicio, no tiene sentido que se siga cobrando el mismo suplemento cuando el precio del combustible se ha desplomado en los últimos años.

De las compañías aéreas a las que se dirigió CEAV, solamente Singapore Airlines atendió su solicitud. En concreto, rebajó el importe que cobra a sus clientes entre cinco y 83 dólares, en función de la



Rafael Gallego

distancia y la clase en que se viaje. Otras, como es el caso de Vueling, Lufthansa o Air France-KLM, ni siquiera dieron respuesta a la Confederación, que subraya que los seguirá reclamando en cuantos foros pueda resultar necesario en defensa de las agencias y de

los consumidores. Su pretensión es que las aerolíneas trasladen a los consumidores el ahorro de costes que conlleva la drástica reducción del precio del combustible.

Subidas encubiertas

Como publicó NEXOTUR, Gallego llegó a acusar a las compañías aéreas de utilizar los citados recargos "para hacer subidas encubiertas de precios". "Durante años han venido subiendo y subiendo este suplemento, amparándose en el incremento de los precios del petróleo, pero ahora se niegan a bajarlo", denunciaba en 2015 el máximo responsable de la Confederación, quien considera que "posiblemente quieran cuadrar sus cuentas de resultados gracias a este ingreso extra".

La agencia Halcón Viajes se incorpora a Fetave

La red minorista de Globalia se incorpora a la Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas (Fetave). La adhesión, ratificada por la asamblea general, supone un espaldarazo para la Organización que preside César Gutiérrez. La división, liderada por Halcón Viajes y Viajes Ecuador, cerró 2015 con 1.087 puntos de venta.

Trasmediterranea mejora oferta del Adriático

Los pasajeros de Trasmediterranea que embarquen este verano desde Barcelona con destino a Menorca disfrutarán de las novedades que ofrece el buque Adriático. En un evento celebrado en el Puerto de Barcelona, la naviera ha permitido a un nutrido grupo de agentes de viajes conocer las nuevas instalaciones, los cambios en la restauración y las mejoras de entretenimiento a bordo.

Ahorro de hasta el 30% con medidas sostenibles

Las empresas turísticas pueden llegar a ahorrar hasta un 30% de sus costes adoptando medidas sostenibles. Así lo afirma el profesor de la Leeds Beckett University (Reino Unido) y codirector de The International Centre of Responsible Tourism, Xavier Fon, que reconoce que "aunque deberían apostar por la sostenibilidad como valor añadido, la mayoría tienen problemas para transmitir este mensaje".

Europcar y Taxeo ayudan a recuperar el IVA

Europcar y Taxeo se han unido para facilitar a las empresas que reservan un coche de alquiler para sus desplazamientos de negocio un modo automático para la recuperación del IVA. Los viajes de negocios en Europa implican siempre costes relacionados con el IVA, tanto si se trata de la reserva de una habitación de hotel como del alquiler de un coche.

Jorge Lamirán: 'Queremos competir y que vuelva la rentabilidad a las agencias de viaje'

'AquaHolidays es algo que los agentes de viajes independientes estaban demandando', según su director general

Los agentes de viajes independientes "tienen muy difícil competir" con las grandes redes debido a que "no tienen acceso" a las mismas condiciones, afirma el director general de Aquatravel, Jorge Lamirán. Destaca que AquaHolidays "es algo que los agentes estaban demandando".

El pasado mes de abril Aquatravel se embarcaba en un ambicioso proyecto. El grupo liderado por Jorge Lamirán anunciaba el lanzamiento AquaHolidays, turoperador dirigido a las agencias de viajes independien-

tes. Lo hacía después de "llevar a cabo un estudio del mercado español y, sobre todo, tras escuchar las necesidades que año tras año las agencias nos han ido transmitiendo".

Así lo revela Lamirán en una entrevista concedida a NEXOTUR, en la que insiste en que "AquaHolidays es algo que los agentes de viajes independientes estaban demandando". Según explica, a día de hoy éstos "tienen muy difícil competir" con las grandes redes, las cuales se nutren en gran medida de las programaciones de sus

propios turoperadores, que ponen a su disposición unas condiciones "a las que no tienen acceso el resto".

Gracias a la alianza con Plus Ultra Líneas Aéreas y a los acuerdos con algunas compañías aéreas, el turoperador de Aquatravel está en disposición de plantar cara a estos grupos, pudiendo "llegar al precio más bajo". "Queremos competir y que vuelva la rentabilidad a todas las agencias de viajes, y que su trabajo como asesoras sea totalmente reconocido y remunerado", subraya el directivo,

que remarca que "estamos en el mismo barco". "Es una apuesta seria y decidida en la que contamos con miles de agencias independientes para crear un grupo vertical", prosigue.

Según detalla, el objetivo principal de AquaHolidays es que "el cliente final conozca la marca y el producto, para así derivarlo a una agencia de viajes, cosa que ningún otro turoperador está haciendo en este momento". Para lograrlo, su plataforma *online* "tiene la doble condición B2B y B2C, ya que permite al viajero

realizar toda la operativa de la reserva hasta el pago, si bien al final del proceso elige una agencia donde acude para recibir la documentación". "Por cada viaje vendido a través de esta plataforma el agente recibe una comisión", explica. Además, aclara que "todos nuestros viajes van a ser vendidos por estos intermediarios".

Preguntado por su previsión para este primer año, Lamirán revela que el objetivo "es llegar a unos 40 millones de euros". En cuanto a 2017, "la estimación es duplicar esta cifra".

“Estas vacaciones vamos todos, todos”

moving your family's way

FAMILY
& FRIENDS



En nuestros vehículos hay espacio para toda la familia con nuestros 7 y 9 plazas. El mayor confort en tus viajes sin olvidar la seguridad de los tuyos.

902 50 30 10 · europcar.es

Europcar

moving your way

Aeroméxico deja sus operaciones a Caracas

Aeroméxico sigue los pasos de otras aerolíneas y anuncia la suspensión de la ruta que operaba desde Ciudad de México y Caracas. Como avanzó este periódico, la situación que atraviesa Venezuela y, especialmente, las dificultades para repatriar los ingresos, han llevado a Latam, Lufthansa, Air Canadá, Alitalia, Avianca Costa Rica y Gol Líneas Aéreas, entre otras, a dejar de volar al país.

La opción de viajar sin equipaje crece un 30%

Cada vez hay más viajeros que renuncian a llevar equipaje en sus desplazamientos. Según datos de MRW, las contrataciones de servicios de envío de equipajes registrarán en 2016 un incremento del 30% respecto a 2015. Los recargos que aplican las aerolíneas por el peso extra, las medidas de seguridad de los aeropuertos y la comodidad que supone viajar sin maletas, son algunas razones.

Las reuniones dejan 285 millones en Andalucía

El Turismo de Reuniones e Incentivos genera anualmente en torno a 285,2 millones de euros en Andalucía, según los datos de la Consejería de Turismo, que cifra en unos 605.000 los turistas que viajan a la Comunidad motivados por este Sector. Los turistas de congresos y reuniones realizan un gasto medio diario en Andalucía 168,68 euros y tienen una estancia de 2,8 días.

Hertz inaugura una nueva oficina en Gandía

Hertz continúa con su política de expansión en España inaugurando su nueva oficina en la ciudad de Gandía, en colaboración con Ribes Automoción. Tras la apertura de las últimas oficinas en los Aeropuertos de Jerez y Girona-Costa Brava en el mes de abril, la compañía sigue apostando por las localizaciones con un atractivo turístico en auge.

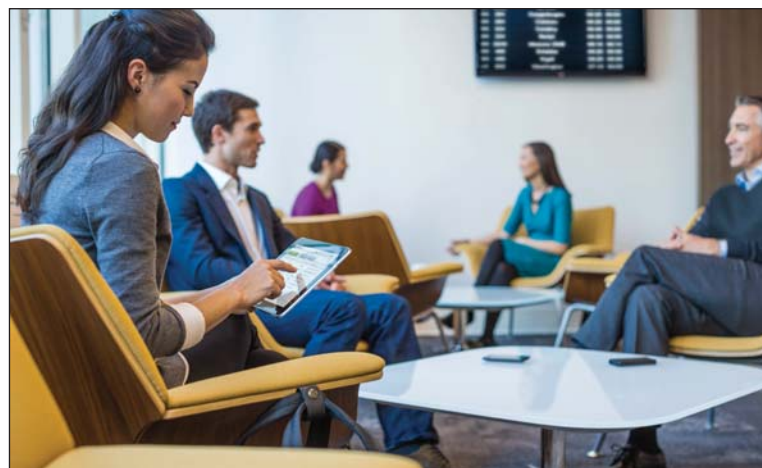
Las empresas españolas aumentarán este año su gasto en viajes corporativos

La seguridad, el control de costes y la satisfacción son las prioridades de las compañías

En 2016, la inversión en viajes corporativos de las empresas españolas registrará un incremento del 3,8%, según el Barómetro Europeo de Viajes de

Empresa realizado por American Express Global Business Travel. El gasto en *business travel* ha aumentado un 1,42% en 2015, el doble de lo previsto.

La inversión de las empresas españolas en viajes corporativos crecerá un 3,8% este año respecto a 2015, según refleja el Barómetro Europeo de Viajes de Empresa realizado por American Express Global Business Travel, un estudio que ha analizado el comportamiento de 600 empresas de los 10 principales países de Europa Occidental (Francia, Alemania, Reino Unido, España, Italia, Bélgica, Países Bajos, Dinamarca, Suecia y Noruega) y que apunta a que el gasto en *business travel* por parte de las compañías europeas ha aumentado un 1,42% en 2015, el doble de lo previsto en el Barómetro del pasado año (0,7%).



El Barómetro detecta un aumento del Sector para 2016

Este estudio ha sido presentado en España, en el marco de la tercera edición del Supplier Day, un evento organizado por American Express Global Business Travel España en el Novotel Madrid Center y en el que se han dado cita agencias, proveedores y clientes para impulsar las vías de colaboración y estrechar lazos. El director general de la compañía, Luis Dupuy de Lôme, ha sido el encargado de desgranar las principales conclusiones extraídas de este Barómetro.

"Desde un punto de vista cuantitativo, los resultados del Barómetro apuntan de forma clara a un crecimiento del Sector durante este año. Desde una vertiente más cualitativa, podemos ver cómo la seguridad se está convirtiendo en una de las máximas prioridades de las compañías en su gestión de viajes corporativos, conviviendo con otras variables más clásicas, como el control de costes, la optimización de procesos y la medición del retorno de la inversión", ha afirmado Dupuy de Lôme durante su intervención.

Aumento del Sector para 2016

Entre los principales datos que arroja el Barómetro, se encuentra la tendencia positiva general en cuanto a previsión del gasto en viajes corporativos en 2016, que aumentará un 2% de media en las empresas de los países participantes respecto a 2015, motivado por los planes de desarrollo y de internacionalización

de las compañías. Entre ellas, la previsión para España, de un 3,8%, es la más optimista, por encima de la de países como Reino Unido, Alemania, Francia o Italia.

Pese a este dato positivo, el 76% de los encuestados perciben aún el *business travel* como un coste necesario, frente a un 24% que lo considera una inversión. No obstante, el número de compañías que comienza a considerar la gestión de sus viajes corporativos como inversión ha aumentado un 7% respecto al pasado año y un 21% de los participantes afirma que estarían interesados en obtener más información sobre el retorno de la inversión.

Otro punto que ha centrado parte de la presentación de los resultados de este Barómetro han sido las prioridades en la gestión de viajes corporativos para las compañías europeas a lo largo de 2015. Tal y como ha señalado Dupuy de Lôme, los aspectos que han centrado la atención de *travel managers* el pasado año han sido, por orden de importancia, la seguridad, el control de costes y la satisfacción del viajero.

En cuanto a la seguridad, esta ha adquirido una importancia creciente en los últimos cinco años para llegar al puesto número uno en los resultados del Barómetro de 2015. El 96% de las compañías encuestadas ha implementado procedimientos de seguridad (seguimiento del viajero), a pesar de que solamente un 24% ha proporcionado

formación específica sobre seguridad a sus viajeros.

Respecto al control de costes, una cuestión que había ocupado el puesto número uno durante años, ha descendido a la segunda posición entre las prioridades de las compañías a la hora de gestionar sus viajes corporativos. Para este control, más de la mitad de los participantes coincide en que los esfuerzos se están centrando cada vez más en la mejora de procesos, incluyendo una evaluación más exhaustiva del coste, la implementación de herramientas online y el uso de herramientas de pago y gestión del gasto.

Por último, la preocupación de las compañías por la satisfacción de sus viajeros es cada vez mayor, pues, desde la sexta posición que ocupaba el pasado año, sube hasta la tercera en los resultados de 2015. Así, el 50% de los encuestados han establecido mecanismos para medir la satisfacción de sus viajeros de negocios, en comparación con un 45% en 2014; y un 22% usan este *feedback* para mejorar sus políticas de viaje.

American Express Global Business Travel España concluye que los *travel managers* son cada vez más conscientes de que la adopción de herramientas y procesos que afectan de forma positiva a la experiencia de viaje, tales como la incorporación de tecnología móvil, poseen un impacto positivo sobre la satisfacción del viajero y su productividad.

El INE revisa a la baja el peso del Turismo en el PIB

El Instituto Nacional de Estadística (INE) vuelve a publicar, después de más de dos años y medio, la Cuenta Satélite del Turismo de España, informe clave para cuantificar el peso real del Turismo en la economía. Según se desprende del mismo, la aportación de la actividad turística al Producto Interior Bruto Nacional (PIB) ascendió en 2014 al 10,9%, situándose en 113.690 millones.

Este porcentaje dista mucho del estimado por el director del Grupo de Investigación de Turismo de la Universidad Nebrija, Manuel Figuerola, cuyas cifras solían ser prácticamente idénticas a las recogidas por el INE. El peso del Turismo en la economía española fue del 11,7% en 2014, contribución que se ha elevado hasta el 11,9% en 2015.

Comparando los datos de esta edición con la difundida en diciembre de 2013, la última que había elaborado el INE hasta ahora y con los datos de 2012, llama la atención que se han revisado a la baja los porcentajes de todos los ejercicios. Por ejemplo, según este nuevo informe, la aportación del Turismo al PIB en 2012 fue del 10,6%, frente al 10,9% en la anterior edición.

Lo mismo sucede en los años anteriores. En 2011, en vez del 10,8% estimado inicialmente, el INE rebaja este porcentaje hasta el

Contribución del Turismo al PIB



Fuente: INE. © NEXOTUR

10,5%, mientras que en 2010 pasa del 10,4% al 10,2%. Según explican fuentes del instituto consultadas por NEXOTUR, esta modificación se debe a que los datos del anterior informe "se elaboraron sobre la Base 2008", mientras que los últimos publicados "se han estimado de acuerdo con la Base 2010". "De ahí que no coincidan", añaden.

Atendiendo a los datos de esta última edición, la contribución de la actividad turística a la economía española ha mostrado una evolución ascendente en los últimos años, pasando del 10,2% en 2010 al 10,9% en 2014. En términos de empleo, la evolución es aún más favorable, pasando de representar el 11,6% en 2011 al 12,7% en 2014, con 2,3 millones de ocupados.

Bruselas da luz verde a la venta de Hotelbeds Group

La Comisión Europea aprueba la adquisición de Hotelbeds Group a TUI por parte de la firma de capital riesgo Cinven y el fondo Canada Pension Plan Investment Board (CPPIB). Tras analizar la documentación de la operación, ha concluido



Jorge Quemada

que el impacto de la misma en la competencia será "muy limitado".

Como publicó NEXOTUR, la transacción dependía únicamente de la aprobación de Bruselas. Cinven y CPPIB, que desembolsarán 1.165 millones de euros, consideran que hotelbeds es una oportunidad de inversión muy atractiva por la fuerte evolución histórica de resultados del grupo, el sólido crecimiento del mercado subyacente, el aumento

continuado de la preferencia del canal *online* frente al *offline* para cursar las reservas y la mayor penetración de los bancos de camas entre los distintos canales de sus principales clientes.

Por otro lado, entienden que existen oportunidades de consolidación

del mercado en Europa, Oriente Medio, Asia y América, incidiendo también en el potencial de mejora de la rentabilidad mediante economías de escala. Los compradores se comprometen a seguir desarrollando mejoras en la distribución del banco de camas a través de agencias de viajes y turoperadores (especialmente en las economías emergentes) mediante la inversión en su fuerza de ventas y contratación.

Mundiplan desvió casi 5.000 turistas a La Palma

La Palma ha recibido cerca de 5.000 beneficiarios del programa de vacaciones del Imerso desde marzo hasta la fecha. Así lo revela Mundiplan, que se vio obligada a incluir este destino y a ampliar plazas a otras islas ante la escasez de camas en Tenerife y Lanzarote. Según destaca, el grado de satisfacción de los viajeros de la tercera edad que han viajado a La Palma "ha sido muy alto".

CNMC cree que las tasas de Aena deben bajar

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) considera que las tasas de Aena deben reducirse en un 2% anual durante los próximos cinco años (2017-2021). Así lo recoge su propuesta de informe sobre el Documento de Regulación Aeroportuaria (DORA). De esta forma, rechaza la congelación presentada por el gestor aeroportuario para el mismo periodo.

Los turistas gastan una nómina o más en verano

El presupuesto de los españoles para las vacaciones de verano aumentará en relación a la temporada estival de 2015. Según se desprende de una encuesta realizada por Pangea, cerca de la mitad gastarán lo mismo, si bien uno de cada cuatro desembolsará un 50% más y el 22% incluso el doble. Solo un 5% de los encuestados gastará menos que hace un año.

Goldcar mejora su información de seguros

Una de las áreas que genera mayor polémica y gran número de quejas y malos entendidos entre los clientes de las compañías de alquiler de vehículos, con clara distancia frente a otras, es la cobertura de los seguros de los vehículos alquilados. Consciente de la situación, Goldcar apuesta por aplicar un modelo de mejora continua para incrementar la transparencia sobre esta parcela.

Antes de la crisis 'había más agencias en España que en cualquier otro país europeo', según Valdés

El director general de IATA en España considera que había 'un elevadísimo número de agencias en España'

El director general de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) en España, Javier Valdés, apunta a NEXOTUR que son varios los factores que explican el desplome del número de agencias con licencia para distribuir billetes de aviación a través del sistema BSP. Como reveló este periódico, al cierre de 2015 había un total de 3.127 oficinas con el preceptivo título en el mercado español, lo que supone un descenso del 61% respecto al arranque de 2008, cuando había cerca de 8.000.

El máximo responsable del lobby aéreo en nuestro país cita en primer lugar los efectos de la crisis económica, que "se ha llevado por delante muchos negocios". A ello se suma "el elevadísimo número de agencias que había en el mercado". "Antes de la crisis había más agencias en España que en cualquier otro país europeo y parecía lógico que una reestructuración llegase al sector tarde o temprano", sostiene.

También hace referencia a la "paulatina concentración" que se viene

produciendo, algo que a su juicio "era esperado viendo la estructura sectorial que tienen en otros países de Europa". Y menciona "la llegada de nuevas tecnologías y los cambios en los modelos de distribución y en las tendencias de compra por parte de los clientes, que llevan a que cada vez haya menos agencias a pie de calle".

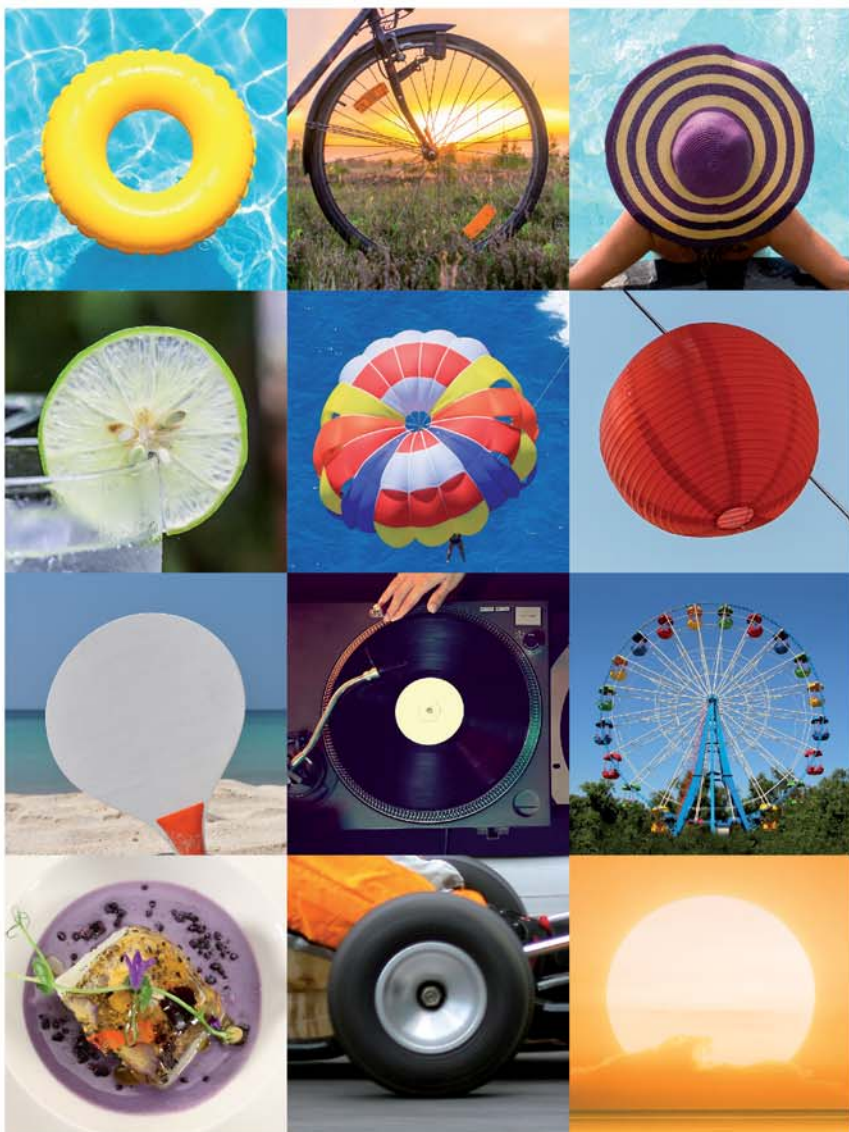
Punto de equilibrio

Por otro lado, en referencia al estado actual de las relaciones entre

agencias de viajes y aerolíneas en España, Valdés aclara que los criterios locales "deben ser dinámicos y estar abiertos a cambios en cualquier momento". No obstante, asegura que "no nos han transmitido, ni por parte de las agencias ni de las compañías aéreas, la necesidad urgente de cambios sustanciales en este momento, por lo que parece que, en términos generales, existe un punto de equilibrio razonable".

En la entrevista, concedida con anterioridad a que CEAV denuncia-

se que IATA pretende imponer cambios sustanciales en su relación contractual con las agencias, Valdés aborda la singularidad del mercado español, uno de los pocos en los que no es obligatorio liquidar semanalmente al BSP. "Tanto compañías aéreas como agencias de viajes están trabajando dentro del modelo de liquidación que, en este momento, conviene al Sector ya que ha sido fijado siguiendo las recomendaciones de ambas partes", señala Valdés.



COSTA DEL SOL MÁLAGA

FUN & SUN

Siempre Cálida

El lugar donde cada uno encuentra su sol

Con más de 160 kilómetros de costa, las magníficas playas de Málaga Costa del Sol llevan años siendo un referente turístico mundial, gracias al buen clima del que goza nuestro destino para disfrutar durante todo el año. Relax, parques de ocio, actividades acuáticas, naturaleza, gastronomía y diversión son algunos de los atractivos que encuentran los más de 10 millones de personas que cada año nos visitan para disfrutar de su propio sol.

www.visitacostadelsol.com

100% Agentes

Turnexo

Madrid

Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXO TUR

Jueves 3 de Noviembre
Hotel Mayorazgo

Nexopublic
CONSULTING



Una nueva versión de la web de Leonardo Hotels



La nueva versión de Leonardo Hotels mantiene, actualizando su diseño y estructura, una adecuada descripción de sus establecimientos y un completo sistema de gestión de reservas, pero ya no contempla la gestión para agencias de la anterior.

La nueva versión de Leonardo Hotels mantiene, actualizando su diseño y estructura, una adecuada descripción de sus establecimientos y un completo sistema de gestión de reservas, pero ya no contempla la gestión para agencias de la anterior.

Lufthansa optimiza sus reservas para pasajeros



Lufthansa vuelve a modificar el diseño de su web manteniendo la completa información de sus vuelos de la versión anterior y simplificando la reserva de vuelos, hoteles, coches de alquiler y otros servicios, aunque sigue no disponible para agencias.

Una amplia información sobre Turismo en Cádiz



La página oficial de Turismo de Cádiz ofrece, con un cuidado diseño y una estructura muy adecuada, información de sus atractivos y servicios turísticos. Aunque no contempla la gestión de reservas, ofrece el enlace con los proveedores de servicios.

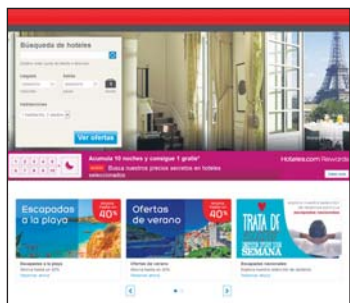
Algunos cambios en la 'website' de Logitravel



Logitravel presenta una nueva versión de su página en la que optimiza su presentación manteniendo su oferta de productos turísticos y su completo sistema de gestión de reservas, que no está disponible para las agencias de viajes.

Hoteles.com integra Uber en su aplicación para móviles

Hoteles.com ha anunciado la integración de Uber en su aplicación móvil, que permitirá a los clientes reservar un vehículo perteneciente a esta red para que los lleve directamente a su hotel tan sólo pulsando un botón. Esta integración es impulsada por Button, la aplicación para el descubrimiento de plataformas, con el fin de que los clientes que utilicen la aplicación de Hoteles.com en Android puedan reservar un Uber en 30 idiomas diferentes en todos los países en los que opera esta plataforma.



La integración la impulsa Button.

Los clientes que se alojen en cualquiera de los cientos de miles de propiedades disponibles a través de Hoteles.com verán en la aplicación un botón con el símbolo de Uber, tanto en la página principal como en la sección de reservas, el día que comience su estancia en el hotel. Cuando un usuario pulse el botón 'Viajar con Uber', automáticamente se comprobará su ubicación actual, así como la dirección del hotel. El director senior de Mobile para la marca Hoteles.com, Dan Craig, ha dicho que "en Hoteles.com nos enorgullecemos de estar a la vanguardia de los avances en la tecnología móvil en la industria de viajes, por lo que ser una de las primeras agencias de viajes online que ofrece este servicio de Uber es fantástico". El jefe de Producto para la Plataforma de Desarrollo de Uber, Chris Saad, ha comentado que "siempre estamos buscando maneras de mejorar la experiencia de viaje de extremo a extremo y ahora con la integración de Uber y Hoteles.com a través de Button, explorar el mundo es más fácil que nunca". "Button demuestra continuamente que la mejor manera de construir experiencias que generen ingresos es pensar en el usuario en primer lugar", afirma el CEO y Co-Fundador de Button, Michael Jaconi.

La tecnología móvil en la industria de viajes, por lo que ser una de las primeras agencias de viajes online que ofrece este servicio de Uber es fantástico". El jefe de Producto para la Plataforma de Desarrollo de Uber, Chris Saad, ha comentado que "siempre estamos buscando maneras de mejorar la experiencia de viaje de extremo a extremo y ahora con la integración de Uber y Hoteles.com a través de Button, explorar el mundo es más fácil que nunca". "Button demuestra continuamente que la mejor manera de construir experiencias que generen ingresos es pensar en el usuario en primer lugar", afirma el CEO y Co-Fundador de Button, Michael Jaconi.

Caixabank y Meliá Hotels se unen para fomentar el pago a través del móvil

Permitirá a sus clientes realizar pagos en hoteles y restaurantes con sus 'smartphones'

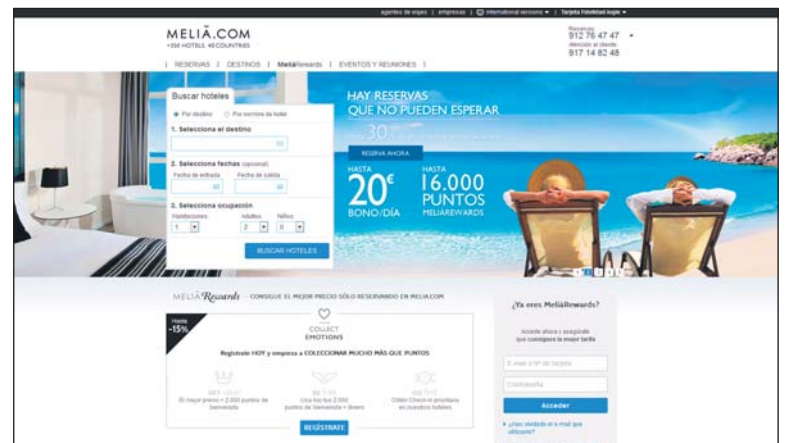
CaixaBank y Meliá Hotels International se han unido para impulsar el pago móvil en los establecimientos hoteleros de la cadena. Gracias a esta alianza, la compañía hotelera dispondrá de la última tecnología de pago de CaixaBank y sus clientes podrán disfrutar de las ventajas que proporcionan las soluciones de pago móvil.

La compañía hotelera dispondrá de la última tecnología de pago de CaixaBank y sus clientes podrán disfrutar de las ventajas que proporcionan las soluciones de pago móvil.

Meliá permitirá a sus clientes realizar pagos en hoteles y restaurantes con sus smartphones. Como apunta José María Dalmau, responsable de Desarrollo Global de Negocio de Meliá "es un paso más para adaptarnos a los nuevos hábitos de nuestros clientes, que demandan comodidad e inmediatez en sus compras digitales y físicas. El móvil es un pilar fundamental en la Transformación Digital de Meliá".

El sistema, dotado de tecnología de firma digital, es compatible con aplicaciones de cualquier entidad financiera, nacional e internacional, y con los nuevos sistemas desarrollados por empresas tecnológicas, como Samsung Pay. Los dispositivos TPV de Meliá aceptan incluso pagos con dispositivos wearable equipados con chip para efectuar compras.

Asimismo, Meliá cuenta con una pasarela de pago de última generación, desarrollada por CaixaBank,



Los dispositivos TPV de Meliá aceptan incluso pagos con dispositivos wearable.

para potenciar el comercio electrónico y las reservas online, en los que, además, los clientes internacionales podrán elegir la moneda con la que realizan una operación (en euros o bien en su propia moneda).

En este sentido, a través de su filial Comercia Global Payments, CaixaBank cuenta con soluciones de última generación, que permiten gestionar operaciones realizadas con cualquier tipo de medio de pago.

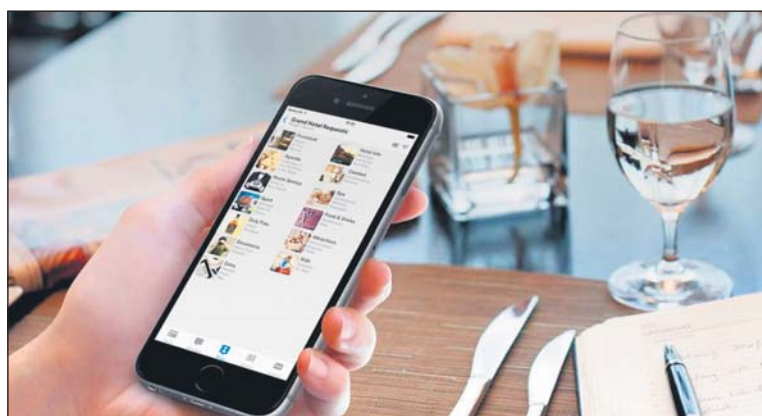
Una empresa canaria desarrolla un nuevo sistema de gestión hotelera

La plataforma permite a los hoteles configurar el sistema de manera inteligente

Requestic, empresa canaria establecida en la zona ZEC, ha creado y puesto en marcha la primera plataforma de Gestión de la Experiencia de Cliente (CEM) del Sector Turístico a través del smartphone. La herramienta ha sido presentada por el presidente de la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT), Fernando Fraile.

La plataforma permite a los hoteles configurar el sistema de manera inteligente reaccionando de forma autónoma a las interacciones del cliente. Para ello, utiliza una batería de herramientas entre las que destacan la comunicación con el establecimiento en 64 idiomas, ofrece información del hotel y su entorno, la posibilidad de reservar servicios, consultar la agenda de actividades o realizar el Check-in express, entre otros.

El presidente de la FEHT, Fernando Fraile, destacó la importancia de respaldar con su presencia la presen-



Permite a los hoteles configurar el sistema de manera inteligente.

tación de este proyecto "que ha elegido Gran Canaria para su desarrollo y su presentación a los medios, ya que no podemos olvidar que Canarias es uno de los principales mercados turísticos del mundo, que recibe 13 millones de turistas al año". Por su parte, el propietario de Gloria Thalasso

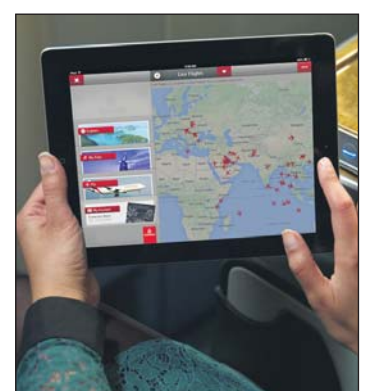
& Hotels, José María Mañaricúa, agradeció la elección de su cadena hotelera para implantar este sistema "que sin duda va a revolucionar la relación entre turistas y hoteles, ofreciéndoles un servicio de inmediatez y una experiencia de cliente que no era posible hasta el momento", dijo Mañaricúa.

Sabre lanzará una solución de 'software' en la nube

Sabre Corporation colaborará con Amazon Web Services con el objetivo de implementar una solución de software en la nube para revolucionar el acceso digital a reservas de vuelos. El acuerdo se traducirá en una mejora de la experiencia para los viajeros que reservan a través de agencias físicas, 'portales' de viajes y páginas web de aerolíneas.

Con la nueva herramienta, que estará lista en los próximos meses, las compañías aéreas clientes de Sabre podrán centralizar su oferta de vuelos y tarifas, y administrar la distribución en múltiples canales de comercialización directos e indirectos. Gracias a ello podrán ofrecer una experiencia de reservas simple y a la medida del pasajero, incrementando así su volumen de reservas.

El presidente de Sabre, Tom Klein, explica que "a medida que el mundo va tomando la forma de un ecosistema tecnológico con



Quiere mejorar la experiencia.

gran protagonismo de los dispositivos móviles, la velocidad en el acceso a la información y las transacciones en tiempo real definen la nueva norma". En este sentido, destaca que la colaboración con Amazon Web Services "nos permite optimizar aún más nuestra capacidad de ofrecer las mejores opciones de viajes en el menor tiempo posible".

100% Agentes

Turnexo

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES

Catalunya

NUEVA SEDE



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Martes 8 de Noviembre Confirma asistencia:
Catalonia Plaza Catalunya  **www.turnexo.com**

(y reserva tu Reloj de pulsera)

Nexopublic
CONSULTING

MOSTRADOR



Descuentos de hasta un 30% para las reservas hechas durante el verano.

Hilton empieza el verano con varios descuentos e incentivos

Bajo el nombre de la campaña 'The Big World Sale' los hoteles Hilton Diagonal Mar Barcelona y Hilton Madrid Airport pondrán a disposición de los miembros de su programa de fidelización, HHonors, descuentos de hasta un 30% en las reservas que realicen desde ahora hasta el próximo 14 de septiembre.

Esta iniciativa es válida para las reservas hechas desde cualquier país de Europa, Oriente Medio y África dotando a la campaña de un carácter global que, sin duda, refleja la filosofía de HHonors. El programa HHonors permite, mediante una serie de incentivos, fidelizar a los clientes de Hilton Worldwide.

De esta forma, se establecen cuatro categorías —Blue, Silver, Gold y Diamond—, con sus respectivas ventajas. Además, para todos aquellos que decidan quedarse a comer en los hoteles disfrutarán de puntos adicionales con los bonos de puntos HIPS que, sumándolos a los que ya tengan, podrán canjear por habitaciones en cualquier hotel de la cadena Hilton del mundo.

Por otra parte, se han unido a la iniciativa #StopClickingAround. Una medida que incentiva al cliente a hacer sus reservas a través de la web Hilton.com a cambio de beneficios adicionales.

✉ www.hilton.com/offers

Finnair aumenta sus vuelos desde España esta temporada de verano

Hasta el 29 de octubre la compañía operará más vuelos a Helsinki

Finnair refuerza sus operaciones desde España esta temporada de verano hasta el 29 de octubre. Así, incluye doble vuelo diario desde Barcelona en temporada

alta, vuelo diario desde Madrid y hasta diez vuelos por semana entre Málaga y Helsinki. De esta manera, la aerolínea cubre el incremento de la demandan.

Durante esta temporada de verano, hasta el 29 de octubre, Finnair aumenta sus frecuencias entre España y Helsinki. De esta forma, además de cubrir el aumento de la demanda en época vacacional entre España y Finlandia, también mejoran las conexiones a los 17 destinos asiáticos a los que Finnair vuela vía Helsinki.

La compañía aérea operará dos vuelos diarios desde Barcelona de jueves a domingo entre julio y agosto y los viernes, sábados y domingos entre septiembre y octubre. Desde Madrid se mantendrá el vuelo diario habitual y desde Málaga, las cinco frecuencias semanales que Finnair opera durante todo el año llegarán a ser diez hasta mediados de julio.

Desde Barcelona, los vuelos con destino a Helsinki se operan con salida a las 10:15h y a las 22:45h. Los regresos son a las 05:40h y a



La compañía aérea cubre el incremento de la demandan.

las 17:25h. Desde Madrid, la salida es a las 10:20h y el regreso a las 16:55h, y desde Málaga los vuelos desde España se operan a diferentes horarios desde las 10:30h a las 00:55h con regresos desde Helsinki a las 20:30h.

Como destacan desde la aerolínea, Finnair es, además, la pri-

mera compañía aérea europea en operar con el nuevo Airbus A350-900, un modelo de avión de última generación que, además de mejorar considerablemente el confort de los pasajeros, también es hasta un 20% más eficiente en consumo de combustible que sus predecesores.

✉ www.finnair.es

Air Nostrum trasladará pasajeros de Costa Cruceros de Valencia a Trieste

La operación únicamente da servicio a quienes contratan una travesía con la naviera Costa Cruceros

Para este verano, Air Nostrum ha programado un total de 30 vuelos especiales, entre el 11 de junio y el 17 de septiembre, para trasladar

de Valencia a Trieste a los pasajeros que vayan a realizar un crucero de Costa Cruceros por el Mediterráneo Oriental. El trayecto se

realizarán en un reactor de 50 plazas y tendrá consideración VIP con catering a bordo y entrega de equipajes ya en el barco.

Air Nostrum volará este verano de Valencia a Trieste para trasladar a cruceristas hasta el puerto del Adriático donde iniciarán la singladura por el Mediterráneo Oriental. Todos los sábados entre el 11 de junio y el 17 de septiembre, Air Nostrum comunicará Valencia y Trieste con 30 vuelos especiales para dar servicio a los clientes que han contratado una travesía con la compañía Costa Cruceros.

De esta forma, ambas compañías pretenden ofrecer a todos sus clientes unas vacaciones perfectas que comienzan directamente desde Valencia. Una vez embarcados en el Costa Mediterranea, los huéspedes podrán disfrutar de un itinerario de ocho días que les acerca a los mejores destinos de Italia (Trieste y Venecia), Croacia (Split), Montenegro (Kotor) y Grecia (Olimpia y Corfú). Gracias al

embarque en Trieste, los pasajeros de Costa podrán disfrutar de un día completo en Venecia para descubrir todos sus rincones sin prisa y con calma.

Como señalan desde la crucerista, todo esto se complementa con la oferta a bordo, "desde la mejor gastronomía con un menú de gala diseñado por el chef galardonado a lo largo de su carrera con siete estrellas, Bruno Barbieri, pasando por la posibilidad de participar en el programa 'The Voice of the Sea' o las mejores actividades para los más pequeños de la mano de Peppa Pig".

El vuelo directo Valencia-Trieste lo atiende un CRJ 200, un reactor de última generación de cincuenta plazas del fabricante canadiense Bombardier. La operación especial tiene consideración de vuelo VIP e incluye catering gratuito a bordo. Los pasajeros de la



Los 30 vuelos especiales se darán hasta el 17 de septiembre.

capital valenciana dejarán sus maletas en facturación y las recogerán ya en el barco. Igualmente, en los vuelos de vuelta el equipaje se les retirará del camarote a los pasajeros, que lo recogerán sin más trámites en la cinta de maletas del aeropuerto de Valencia.

Este acuerdo estratégico de la aerolínea Air Nostrum con la naviera Costa Cruceros prevé el traslado hasta Trieste de cruceristas, además de Valencia, también desde Madrid y Sevilla; y hasta Venecia desde Valencia y Málaga.

✉ www.costacruceos.es

Ryanair lanza nueva tarifa y amplía Business Plus

Ryanair ha lanzado su nueva tarifa Leisure Plus, que ofrece a los clientes un 'paquete' de extras de viaje con descuento y que incluye embarque prioritario, reserva de asiento asignado y equipaje de 20 kilos desde 51,99 euros. Ryanair también ha presentado la mejora en el servicio de Business Plus, con la ampliación del periodo de cambio de billete a dos días antes o después del vuelo reservado originalmente, así como en el mismo día del viaje.

A partir de ahora los clientes de Ryanair pueden optar a tres modalidades de tarifas: Ryanair Regular, con las tarifas más económicas garantizadas, equipaje de cabina de 10 kilos y un segundo bulto pequeño gratis, y asignación aleatoria de asientos gratuita; Leisure Plus, con embarque prioritario, asientos asignados y equipaje facturado de 20 kilos; y Business Plus, con acceso preferente en los controles de seguridad, embarque prioritario, asientos Premium, dos días de flexibilidad para el cambio de billetes, mostrador exclusivo Business Plus y facturación de equipaje gratuita.

✉ www.ryanair.com

■ CLUB NEXOTUR

El Hotel Santa Cecilia ofrece descuentos a profesionales

El Hotel Santa Cecilia de Ciudad Real lanza una promoción especial con importantes descuentos para los profesionales miembros del Club NEXOTUR. Entre sus diferentes ofertas, el esta-

Club NEXOTUR
Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 21**

blecimiento hotelero permite alojarse al agente y un acompañante por 40 euros, IVA incluido, con desayuno buffet y plaza de garaje. Para más información o realizar reserva puede llamar al 926 22 85 45.

■ FAM TRIP



Los profesionales han conocido los principales atractivos de la Comunidad.

Germania lleva a 15 agentes a Andalucía

Andalucía recibe a 15 agentes de viajes alemanes en el primer vuelo de Alemania entre Erfurt y Málaga. Los profesionales han realizado un recorrido por Andalucía para conocer su oferta turística. La Junta de Andalucía ha participado en esta acción que se enmarca en la apuesta de la compañía aérea y el aeropuerto germano por el destino andaluz.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

8 de julio

Begoña Hermosa, V. Indigo, Madrid; Yolanda Fernández, V. Bonanza, Huelva; Carmen Gómez Delgado, V. Buffer, Coslada; Neyra Ortiz, V. Aira, Madrid; Joaquín Carrabeo, V. Aridane, Puebla del Río; José González Varela, V. Tabira Bidaiak, Durango; Sergio Bethencourt, V. Masol, Playa de las Américas; Pedro Ametller, MundiEvasión, Banyoles; José Hernández, V. Maretour, Algeciras; Elena Fuente, V. Ateneo, Madrid; Paloma Nieva, V. Sakai, Madrid; José Benítez, V. Paco Pérez, Ceuta; Inés Val, Informática Gesfor, Madrid; Antonio Estrada, V. Kuoni, Madrid; Loli Mariano, V. Gheisa, Valencia; Esther Morante, V. Club Novecientos Once, Madrid.

8 de julio

Almudena Alvarez, V. Magallanes, Madrid; M^a Isabel Carrera, V. Solventour, Alguas; Sagrario Bello, V. El Ferrol, El Ferrol; Manuel Caamaño, V. Riastour, Muros; Angel Garcés, V. Orange, Valencia; Carmen Caballer, V. Barceló, Castellón; Silvia Salvador Vila, Vapor Viatges, Terrassa; Eugenia Mariñas, V. Leontur,

Ponferrada; Raquel Rodríguez, Ekoalfa 4, Santande.

8 de julio

Mercedes Cazorla, Ecuador V., Murcia; Cristina Escudero, V. Halcón, Majadahonda; Mónica Rosado, Europlayas, Barcelona; Joaquín Muñoz, Mibe, Puerto de Sta. María; Antonio Villanueva, De V., Madrid; Pere Camats, V. L'Eixida Tours, Lleida; Álvaro Magallón, V. Alción, Bilbao; Alejandra Fidalgo Corujo, V. Ecuador, Gijón; Víctor Manuel Blanco, V. Halcón, Madrid.

8 de julio

Kuchvalskaya Dzhulietta, V. Mundistar, Madrid; Sofia Jiménez, Sarriá Tours, Barcelona; Eduardo Zarzuelo, Ekoalfa, Soria; Feli Garrido, V. Gheisa, Aguilar Campoo; Abilio Alvarez, Binestour, Vigo; Juan Pedro López, V. Llevant, Manacor; Manuel Chillida, Stage Servicios, Barcelona; José Carlos Linares, V. Halcón, Motril.

8 de julio

Oscar Moreno, PortuBidaiak, Portugaleta; José A. Martín, V. Buffer, Coslada; Alberto García, Open

Golf Europe, Barcelona; Antonio Escolano, V. Escolano, Alicante; Julio Gorzosa, V. Zugarramundi, Bilbao; Félix Ontañón, V. Ecuador, Jerez de la Frontera; Josep Riquelme, Viatges Iberplan, Sabadell; Paqui Peña, V. Tarancón, Tarancón; Juan V. Jiménez, V. Sexto Continente, Alacuas; M^a Dolores Patón, V. Safimar, Leganés; Francisco Trapero, V. Jumbo Tours, Mallorca; Amparo Andrés, V. Euromar, Valencia; Isabel Arenas, Estancias Tour, Zaragoza.

8 de julio

Ramón Falgueras, V. Century, Barcelona; Isabel González, V. Aeromar, Palencia; Marisa Morali, V. Vinci, Barcelona; Julián Ramos, V. Pachus, Sant Feliu de Llobregat; Javier Carrillo, Provias, Madrid; Sonia López, V. Embajador, La Coruña; Susana Zurera, Córdoba.

8 de julio

Pedro Pekín, V. Adriatic, Barcelona; Vicente Muñoz, V. Vacança, Torrent; Pedro Pequín, V. Adriatic, Barcelona; María del Carmen Navarro, V. Naval, Corella; Tina García, V. España, Albacete.

Expertos en Consultoría de Transporte por Carretera

De Profesional a Profesional



Solicite Información, pre-Estudio y datos sobre Ayudas y Subvenciones a direccion-tecnica@nexopublic.net

- Evaluaciones de Calidad.
- Estudios de Mercado.
- Estudios Estratégicos.
- Autodiagnósticos de Empresa.
- Análisis Sectoriales.
- Desarrollos en Internet.
- Fusiones y Adquisiciones.
- Búsqueda de socios financieros.

Nexopublic

CONSULTING

Lope de Vega, 13. 28013 Madrid. ☎ 91 369 41 00. Fax 91 369 18 39

Grandvalira amplía la oferta de servicios y actividades con el objetivo de fidelizar al turista de verano

El Mon(t) Magic Family Park, el Bike Park Soldeu, el Golf Soldeu y el Karting se estrenan el propio 2 de julio

La temporada de verano de Grandvalira dará el pistoletazo de salida el próximo 2 de julio y finalizará el 25 de septiembre. Para esta temporada oferta nuevas propuestas enfoca-

das en la naturaleza, deporte y cultura. Durante julio, agosto y septiembre, la estación de esquí se convierte en un destino sin estrés y con una oferta integral para todos los públi-

cos que la convierte en un destino único en los Pirineos. Este año, se espera conseguir un crecimiento en el número de visitantes de un 10% respecto a la temporada anterior.

Con el objetivo de continuar desestacionalizando el Turismo en el Principado, Grandvalira presenta novedades para todos los públicos en todo el territorio para esta temporada de verano. Conscientes de la riqueza natural del dominio, Grandvalira ha diseñado un amplio programa de novedades pensadas para los adictos a la montaña y de las emociones fuertes entre el 2 de julio y el 25 de septiembre.

La parroquia de Canillo es una tierra de contrastes que cuenta con innumerables lagos, ríos, estanques, valles y montañas, así como pueblos emblemáticos como Canillo, Soldeu, Sant Pere del Tarter o Ransol que vale la pena descubrir, perfectos para practicar el senderismo. Los amantes de las emociones fuertes tienen una cita este verano en el Bike Park Soldeu. Con recorridos de entre 2.500 y 6.000m, que van desde los 2.450m de altura a los 1.800, este año en el Bike Park apuestan fuerte

por los itinerarios de Enduro y los adictos a la bicicleta de montaña encontrarán hasta seis. La principal novedad de este verano es el curso que impartirá el propio Óscar Saiz.

En familia

Aquellos que quieran disfrutar de la naturaleza podrán hacerlo en el Mon(t) Magic Family Canillo. La trepidante trolina de 500 metros de largo, la más larga de los Pirineos, este año presenta más opciones para lanzarse en tándem y otras modalidades. Esta zona única en los Pirineos cuenta también con una amplia oferta de actividades en plena naturaleza para disfrutar en familia con un área infantil, minigolf, *tubbing*, circuito de vehículos eléctricos, camas elásticas, acrojump y tiro con arco, entre muchas otras cosas. Además, en el circuito Fornatura, los visitantes podrán descubrir la fauna y flora de la zona a través de los sentidos con la posibili-

dad de hacer visitas guiadas acompañados de un pastor y de su perro.

Este verano también vuelve el Golf Soldeu, el más alto de Europa, situado a 2.250m de altura y que cuenta con nueve hoyos-par33, 16 hectáreas de extensión y 2.590m de longitud. Además este verano acogerá torneos para golfistas amateur los meses de julio y septiembre.

Por cuarto año consecutivo, el Funicamp de Encamp volverá a abrir sus puertas este verano a todos aquellos que deseen recorrer el Vall dels Cortals a vista de pájaro y disfrutar de las excursiones en 4x4 entre Solanelles y Pessons. Los visitantes también podrán acceder al Orri del Cubil para admirar el patrimonio cultural e histórico de la zona y participar en la actividad del Pastor. Este año el Funicamp también acogerá una cita ciclista de referencia como la Purito Andorra 2016, una cursa ideada por Joaquín Rodríguez 'Purito', uno de los grandes nom-



Las actividades con acceso a través del Funicamp se pondrán en marcha el 23 de julio.

bres del ciclismo español y actual residente del Principado.

El senderismo y el *trekking* son también dos de los protagonistas con los numerosos itinerarios de montaña que permiten llegar a los lagos y refugios de montaña. Los caminos y las vías ferratas del Vall d'Incles y de Vall dels Cortals ofrecen la posibilidad de descubrir un entorno genuino.

En el ámbito cultural la parroquia de Encamp ha diseñado una amplia programación de actividades y de espectáculos para todos los públicos durante los meses de julio y agosto como por ejemplo el espectáculo "A quant va la mel" (12 de juliol y 22 de agosto) o el "Tribut a Abba" (28 de agosto).

✉ www.grandvalira.com



La información profesional no es un juego de niños

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

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



De Profesional a Profesional



La Oferta del Business Travel y de Reuniones e Incentivos en...

NexoBusiness

NexoBusiness es una Feria del Grupo NEXO

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



Martes, 18 de Octubre 2016

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

www.nexobusiness.com

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

Hotel Eurostars Madrid Tower

CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00
☎ 91 369 18 39

Lope de Vega, 13
28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
GUAMA					
	Descuento del 20% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para I programación de los folletos de Cuba América	Abierto	Ventas Madrid	☎ 917823787 ☎ 915641622
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
OCTOPUSTRAVEL	15% de descuento para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 ☎ 91 531 34 90
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ACCOR HOTELES	Hasta 30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Más de 1.600 hoteles en todo el mundo, marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio...	Abierto	web Accor	www.accorhotels.com
HUSA HOTELES	45% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 ☎ 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 ☎ 956 65 49 01
OCA HOTELS	Consultar condiciones especiales en cada uno de los hoteles de la cadena.	Alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad en el momento de efectuar la reserva.	30-12-2014	En cada hotel	Teléfono en cada hotel www.ocabotels.com
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 ☎ 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo en cinco y cuatro estrellas.	Valido excepto durante periodos altos de ocupación y con limitación de habitaciones a tarifa agente/día. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2014	Departamento Reservas	☎ 900994954 Cod.NTA1 www.worldhotels.com/beconnected
COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HERTZ	Descuentos 15% fin de semana, 10% resto semana (España), 5% Internacional, 22% furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es
EUROPCAR	Hasta un 15% en alquiler de coche en oficinas en España. Hasta un 20% en furgonetas en España. Hasta un 5% en el resto de oficinas en el mundo.	Descuentos no aplicable para vehículos especiales. Sujeto a disponibilidad de flota. Resto de condiciones según Normativa General de Europcar.	31-12-2014	Para realizar reservas	☎ 902 50 30 10 www.europcar.es
HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO	Oferta disponible sólo para agentes de viajes.	Precio por noche en habitación doble 35 euros (más IVA). Régimen alojamiento y desayuno. Tarifa disponible todo el año.	31-12-2014	Web Beatriz Hoteles	www.beatrizhoteles.com 'Acceso a Profesionales'
HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID	50% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Dirección del Hotel	☎ 964 44 34 76 ☎ 964 44 34 61
HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL	Oferta disponible para agentes de viajes, siempre según disponibilidad. Cupo máximo 2 hab./día.	Hab. Dui (Alojamiento, Desayuno y plaza de parking), 40 euros. Hab. Doble (alojamiento y plaza de parking), 40 euros.	31-03-2015	Pedro Bellón	☎ 926 22 85 45 www.santacecilia.com
SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
EREUROPEASEGUROSDEVIAJE	85% de descuento sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de Viaje Póliza Especial Agentes. Mod. Individual: 82,04 euros. Mod. Familiar. 150,24 euros.	28-02-2015	Nuria Ramos	☎ 91 344 17 37 ☎ 91 457 93 02
INTERMUNDIAL SEGUROS	30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Un seguro incapacidad laboral temporal, para que tus ingresos no se reduzcan en caso de baja laboral.	1-07-2011	Rafael Palacios Dpto. Profesionales	☎ 902909737 Ext.415 rpalacios@intermundial.es



El Sector ha cambiado y la Información también




Date de alta
en Nexotur.com

Diario online del Agente

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

HOTELERÍA

El consejo de administración de NH Hotel Group no reelige a Federico González Tejera

La junta de accionistas ha designado a cuatro nuevos miembros del consejo de administración

El consejo de administración de NH Hotel Group ha dado un mandato y directrices claras al equipo de gestión para velar por los intereses de los

accionistas. Se garantizará que se maximiza el valor para todos los grupos de interés y se compromete a continuar con la actual estrategia de

crecimiento, la mejora en la eficiencia, que permitirá incrementar la generación de caja y la remuneración del accionista.

El consejo de administración de NH Hotel Group ha decidido no reeligir a Federico J. González Tejera como consejero delegado de la compañía hotelera. Igualmente, la junta general de accionistas ha declarado, por rotunda mayoría de los accionistas, la existencia de un conflicto de interés entre los representantes de HNA Group Co Limited en el consejo de administración.

Además, la junta de accionistas ha designado a cuatro nuevos miembros del consejo: Paul Daniel Johnson, Fernando Lacadena, José María Cantero y María Greca. Como explican desde el consejo, "la incorporación de los cuatro nuevos consejeros, con dilatada experiencia en el mundo industrial y financiero, supone una importante aportación al consejo y garantiza que los derechos de todos los accionistas estén protegidos".

Por otro lado, el consejo de administración ha dado un mandato y directrices claras al equipo de gestión para velar por los intereses de los accionistas. Se garantizará que se maximiza el valor para todos los grupos de interés y se compromete a continuar con la actual estrategia de crecimiento, la mejora en la eficiencia, que permitirá incrementar la generación de caja y la remuneración del accionista.

Así, entre las principales decisiones a implementar destacan la venta del hotel Jolly Madison Towers de Nueva York. Actualmente hay una lista de compradores interesados y se intentará completar la transacción antes de que acabe el año. Por su parte, Beatriz Puente y el Equipo Ejecutivo han recibido un claro mandato para reducir la deuda total y alcanzar una mayor calificación crediticia. El Consejo se compromete a tener acceso a los mercados de capitales, permitiendo a la Compañía disfrutar de una perspectiva estable y saneada. Esto redundará en beneficio de todos los Grupos de Interés. El consejo quiere, además, mostrar claridad a los inversores sobre los avances en los planes de Capital Expenditure (Capex) en el futuro.

También ha anunciado que se buscarán activamente oportunidades de crecimiento para generar valor para los accionistas. "NH cuenta con una marca fantástica y el talento necesario dentro del grupo para llevar a cabo la expansión en los mercados principales me-

dante una estrategia poco intensiva en capital", destacan, a la vez que añaden que "adicionalmente al reposicionamiento y optimización del portafolio con la venta de activos no estratégicos se decidirá cómo reinvertir adecuadamente dichos recursos".

Controlar costes

El consejo prevé también implementar medidas para controlar los costes y los gastos innecesarios. De esta manera, la dirección establecerá directrices claras e incentivos para implementar este plan.

Por último, el consejo destaca que uno de los signos de una exitosa compañía cotizada es su habilidad para generar suficiente flujo de caja para remunerar a sus accionistas con un dividendo estable. Por lo que el consejo de administración se compromete a pagar su primer dividendo en 2017.



Junta general ordinaria de accionistas de NH Hotel Group.

NH Group hace balance de la evolución de su plan estratégico a cinco años

Cuando se cumple el ecuador del plan estratégico, NH Hotel Group cuenta ya con 186

Durante la junta general ordinaria de accionistas de NH Hotel Group, el entonces consejero delegado, Federico J. González Tejera, ha hecho balance de la evolución de los principales hitos ocurridos hasta el momento en el marco del plan estratégico a cinco años que el grupo está llevando a cabo, así como de los próximos pasos en 2016.

Destacó el sólido crecimiento de los ingresos y del EBITDA en 2015, que permitió a la compañía entrar en beneficios por primera vez desde 2011; resaltó el esfuerzo realizado para seguir elevando el ratio de conversión de ingresos a EBITDA, que fue el 41% el pasado año; y el foco puesto en la generación de caja mientras se mantiene el esfuerzo inversor en reposicionamiento. Cuando se cumple el ecuador del plan estratégico, NH cuenta ya con 186 hoteles reposicionados, que suponen el 64% del EBITDA del grupo, y prevé concluir las obras de reforma de otros 27 adicionales para final de este año.

Con más hoteles en perfecto estado y una cartera que crece progresivamente en el segmento superior

bajo las marcas NH Collection y nhow —alcanzarán el 23% del portafolio en 2018—, la compañía constata una significativa mejora de la experiencia y la calidad percibida por los consumidores.

La expansión en mercados estratégicos continúa fortaleciendo la presencia en Europa e incrementando la cartera en Latinoamérica (16 hoteles y 2.660 habitaciones firmadas y 26 aperturas, con 2.781 habitaciones en 2015), además de la *joint venture* en China con HNA, a través de la cual se prevé la incorporación de entre 120 y 150 hoteles, mediante contratos de gestión, hasta 2020.

"NH Hotel Group es ya la compañía hotelera de origen español con más hoteles certificados como excelentes en todo el mundo por el portal de viajes TripAdvisor", recordó la cadena, que ha logrado que cerca del 30% de la cartera se encuentre ya en el top 10 de cada destino a realizar una búsqueda en este 'portal'.

Esta mejora en el reconocimiento de los consumidores, impulsada por una completa promesa operacional incorporada a cada marca; la reno-



El ya ex consejero delegado de NH, Federico J. González Tejera.

vación de los hoteles; la sustitución de los elementos que configuran la propuesta básica dirigida al cliente (colchones exclusivos, duchas de máxima calidad, televisiones led de última generación, amenities y secadores profesionales).

Por último, ha resaltado las perspectivas positivas del grupo de cara a 2016, adelantando una previsión de EBITDA de 190 millones y un objetivo de reducción del ratio de apalancamiento del grupo a cuatro veces, lo que le acerca al objetivo del 3-3,5 veces previsto para 2017-2018.

■ PRODUCTO

Riu reabre las puertas del Riu Papayas en la Playa del Inglés en Gran Canarias

Riu Hotels & Resorts reabre uno de sus hoteles más emblemáticos en Playa del Inglés, en Gran Canaria, el Riu Papayas, y lo hace fusionándolo con el Riu Flamingo en un solo *resort* que ofrecerá el conocido servicio 'todo incluido' 24 Horas de RIU. El Riu Papayas y el Riu Flamingo se construyeron en 1985 como un conjunto hotelero con funcionamiento independientes aunque compartían instalaciones como las piscinas, los restaurantes o las zonas verdes. Tras la fusión de ambos edificios, el acceso ahora se realiza bajo una gran marquesina, que da mayor solemnidad a la entrada del establecimiento.

Sercotel explotará el cuatro estrellas Ciutat D'Alcoi inaugurado en 2004

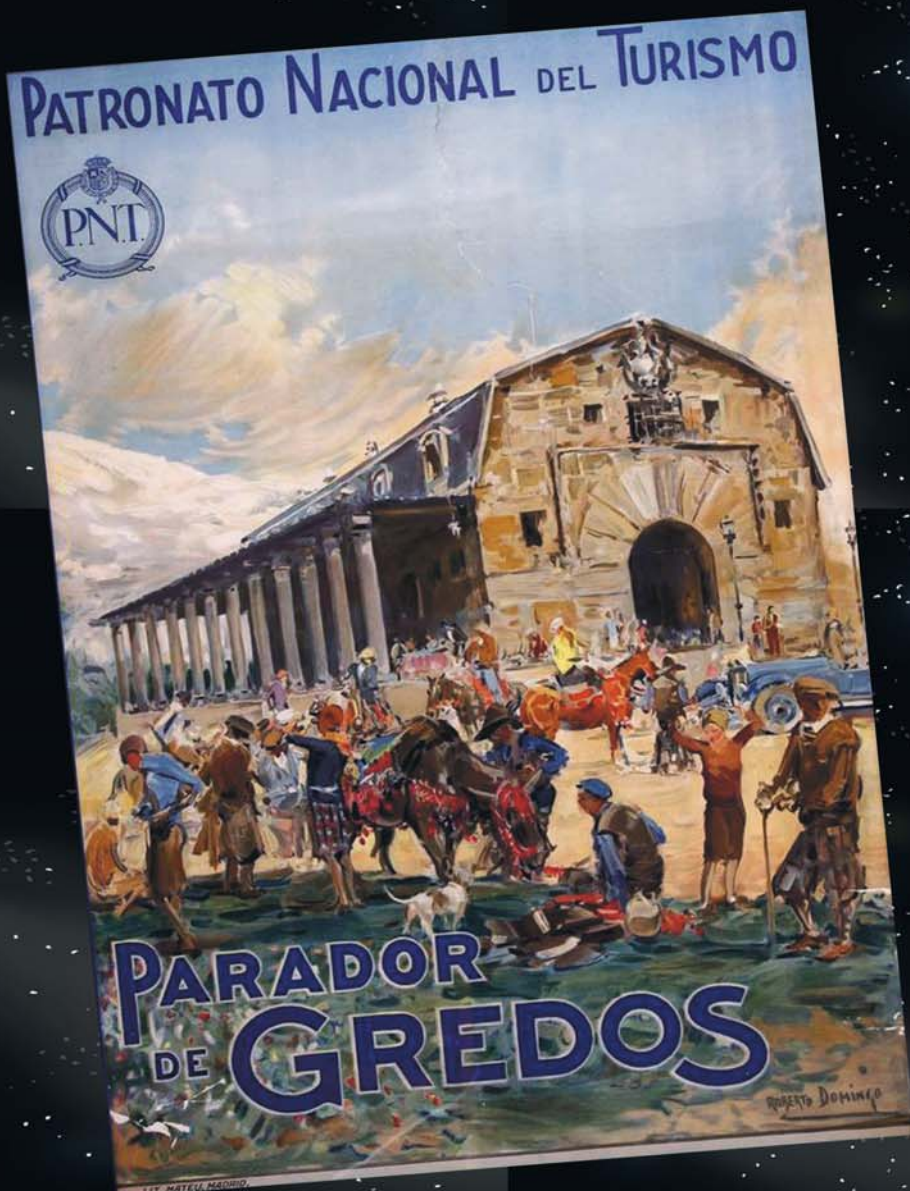
Sercotel Hotels ha firmado esta pasada primavera un acuerdo con el Hotel Ciutat D'Alcoi para llevar a cabo su comercialización. La nueva incorporación forma parte del plan estratégico de expansión diseñado por la cadena hotelera. El Sercotel Ciutat D'Alcoi de cuatro estrellas fue inaugurado en el año 2004 y está situado a cinco minutos del centro de Alcoi, en plena zona comercial y de ocio de la ciudad. Además, el establecimiento hotelero cuenta con 84 habitaciones construidas sobre tres edificios. El edificio principal es patrimonio artístico y forma parte de la Ruta Europea del Modernismo.

La Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria colaborará con Bricomart

Bricomart, especializada en la venta de materiales para la construcción y la reforma, firmaron un convenio de colaboración con la Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria (AEHC) a través del que pasa a formar parte de la imagen corporativa de este colectivo compuesto por más de 1.700 empresas del sector. Los socios de la AEHC ya tienen a su disposición en las oficinas de la Asociación, ubicadas en la Finca de Las Carolinas (General Dávila, 115, Santander) el extenso catálogo de Bricomart para el presente ejercicio, que cuenta con más de 3.000 novedades y 14.500 referencias de productos en stock. El almacén de Bricomart está en el polígono industrial de Nueva Montaña.



El Sector ha cambiado y la Información también



México
NexoHotel.com
25 años

NEXOTUR Nivel Hotel CONEXO Muebler Historica Bolsa de Empleo Gestor Mueb
Galería de Personajes Opinión Nivel Evaluatmet Ranking de Empresas Turiscope HonorCard Calendario de Eventos

Buscar en NEXO-HOTEL.com | Buscar | Suscribirse | Página de Inicio | Staff | Banner | RSS | Contactar | Bajas

Los hoteles en España son un 6% más caros que en julio de 2013, alcanzando los 107 euros de precio medio

Los precios hoteleros en España suben un 5% en el último mes, contando de media pernoctar en España este mes de julio en torno a 107 euros en régimen de habitación doble. Esto que supone una subida del 6% respecto al mismo mes de 2013 según datos del último estudio IHTI de hoteles viajeros.



Date de alta
en Nexohotel.com
Diario online de Hotelería

...y recíbelo
cada mañana
en tu email

Ilunion y Vincci Hoteles han lanzado de manera conjunta una SOCIMI exclusivamente hotelera

La inversión prevista para el nuevo proyecto es de más 500 millones de euros

Con una inversión prevista de 500 millones de euros y el asesoramiento estratégico de el presidente de CEHAT, Juan Molas, Vincci Hoteles

e Ilunion lanzan una Sociedad Anónima Cotizadas de Inversión Inmobiliaria (SOCIMI). Prevé un ambicioso plan de crecimiento, a tra-

vés de adquisiciones o aportaciones de activos hoteleros tanto urbanos como vacacionales en enclaves como Madrid, Barcelona o Baleares.

Vincci Hoteles e Ilunion firmaron un acuerdo por el que ambas compañías lanzan una Sociedad Anónima Cotizadas de Inversión Inmobiliaria (SOCIMI) a través de una inversión prevista de 500 millones de euros. El proyecto ha sido impulsado por la división Advisory de Ahorra y Corporación.

El acuerdo prevé un ambicioso plan de crecimiento, a través de adquisiciones o aportaciones de activos hoteleros tanto urbanos como vacacionales. Madrid, Barcelona, Baleares, Canarias, Costa del Sol y ciertos destinos internacionales seleccionados, son algunos de los principales enclaves donde se localizarán los establecimientos.

La división de Advisory de Ahorro Corporación, impulsor del proyecto y asesor financiero del mismo, está ya trabajando en la búsqueda de un inversor financiero estratégico que acompañe a ambos grupos en el desarrollo del proyecto, cuyo objetivo inicial es superar los 500 millones de euros por valoración de activos.

Además de Ahorro Corporación, Plaza Hotel Assets cuenta con colaboradores de primer nivel, como el especialista hotelero Planet Hotels & Resorts y el despacho legal internacional Ashurst. La SOCIMI cuenta asimismo con el asesoramiento estratégico de el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas.

Multigestión

El consejero delegado de Vincci Hoteles, Carlos Calero, indicó que "desde el primer momento entendimos que se trataba de un proyecto innovador y distinto. La oportunidad de la multigestión dentro de la misma SOCIMI hace que valoremos enormemente la versatilidad que nos ofrece esta nueva forma de crecimiento", dijo Calero.

El consejero delegado del Grupo Ilunion, Alejandro Oñoro, considera que la firma del acuerdo por el que se crea esta SOCIMI, exclusi-



Advisory de Ahorro Corporación está buscando un inversor financiero estratégico.

vamente hotelera, es una buena noticia para Ilunion y supone un paso más en la consolidación del grupo emprendida hace algo más de un año.

"Estoy convencido de que, además, nos permitirá seguir creando em-

pleo de calidad para las personas con discapacidad en un sector estratégico para el país, como es el turístico; y seguir expandiendo la accesibilidad y el diseño para todos en los establecimientos hoteleros", señaló.

Irea debate junto al Instituto de Empresa la coyuntura hotelera en la actualida

La cifra de inversión a mayo se sitúa un 14% por debajo de los 710 millones

La firma de asesoramiento financiero irea ha analizado junto al Alumni Real Estate Club del Instituto Empresa la inversión en el mercado hotelero español, en una sesión titulada 'España: Hotspot de la inversión hotelera internacional'. La cita tuvo lugar en las instalaciones del IE Business School en Madrid.

La jornada comenzó con la presentación de los ponentes por parte de Gema Alfaro, Presidenta del Alumni Real Estate Club del Instituto Empresa. En el foro participaron Miguel Vázquez, socio director de la división de Hoteles de irea, Javier Arús, Director de Inversiones de la Socimi Hispania Activos Inmobiliarios y Ángel Luis Rodríguez, VP Portfolio Management de la cadena hotelera Meliá Hotels International.



La sesión se titula 'España: Hotspot de la inversión hotelera internacional'.

de los 710 millones de euros registrados en el mismo periodo del año precedente (año que supuso el máximo record histórico de inversión hotelera en España). En cuanto al número de activos hoteleros vendidos, la cifra es similar al mismo periodo de 2015.

Tras concluir la presentación de los datos relativos al mercado se dio paso a una mesa redonda, moderada por Gema Alfaro, Presidenta del Alumni Real Estate Club del Instituto Empresa, en la que a través de una serie de preguntas y respuestas formuladas por la moderadora, los tres

ponentes explicaron su visión del momento actual en el mercado de inversión hotelera en España.

Los tres ponentes, Ángel Luis Rodríguez (de Meliá), Javier Arús, Director de Inversiones de Hispania y Gema Alfaro, Presidenta del Alumni Real Estate Club del Instituto Empresa, coincidieron en que "España podrá mantener el nivel de crecimiento de la industria hotelera si la oferta hotelera se renueva y actualiza de acuerdo a las expectativas del turista internacional, que siente predilección por nuestro país", dijeron desde irea.

Inversión significativa

Miguel Vázquez expuso la actividad de inversión hotelera en nuestro país en 2015 y en los primeros meses de este año. Con datos provisionales a 31 de mayo de 2016, irea, cifra la inversión hotelera en España en 611 millones de euros, niveles de inversión muy significativos en comparación con la tendencia de los últimos 10 años para el periodo enero-mayo.

No obstante la cifra de inversión a mayo se sitúa un 14% por debajo

PRODUCTO

El Upper Diagonal se estrena en la zona alta de la ciudad Barcelona

La antigua sede del catering Paradís, en el Paseo Manuel Girona de Barcelona, se ha convertido en el hotel *boutique* Upper Diagonal, un hotel "que garantiza una estancia cómoda y tranquila en la ciudad condal". Upper toma su nombre del Upper East Side de Nueva York, un barrio residencial de alto standing. El nuevo hotel *boutique* está cerca de lugares como la Avenida Diagonal, el Camp Nou o el Palacio de Congresos. Así, la ubicación del hotel "concuerda con la necesidad de la ciudad de descentralizar el turismo", dijo el hotel. La tranquilidad de la zona, un trato familiar y un servicio de *trip planner* para cumplir con los deseos del huésped constituyen "la propuesta diferencial del Upper".

El TRYP Alicante Gran Sol reaparece transformado en la ciudad de Alicante

TRYP Hotels, perteneciente a la marca TRYP by Wyndham y operado por la cadena hotelera Meliá Hotels International, continúa su programa de reforma de hoteles. El último ha sido el TRYP Alicante Gran Sol contemporáneo para seguir mejorando su posicionamiento y equiparse a los estándares más exigentes de la compañía. Así el hotel alicantino se suma al amplio número de establecimientos que la de marca TRYP ha renovado en España en los últimos años fruto de su compromiso con la mejora de la oferta turística, en este caso, en la ciudad de Alicante. El hotel está situado en plena Rambla, junto al Paseo de la Explanada de España y el Paseo Marítimo, a pocos minutos de la Playa del Postiguet, el Castillo de Santa Bárbara y el casco histórico.

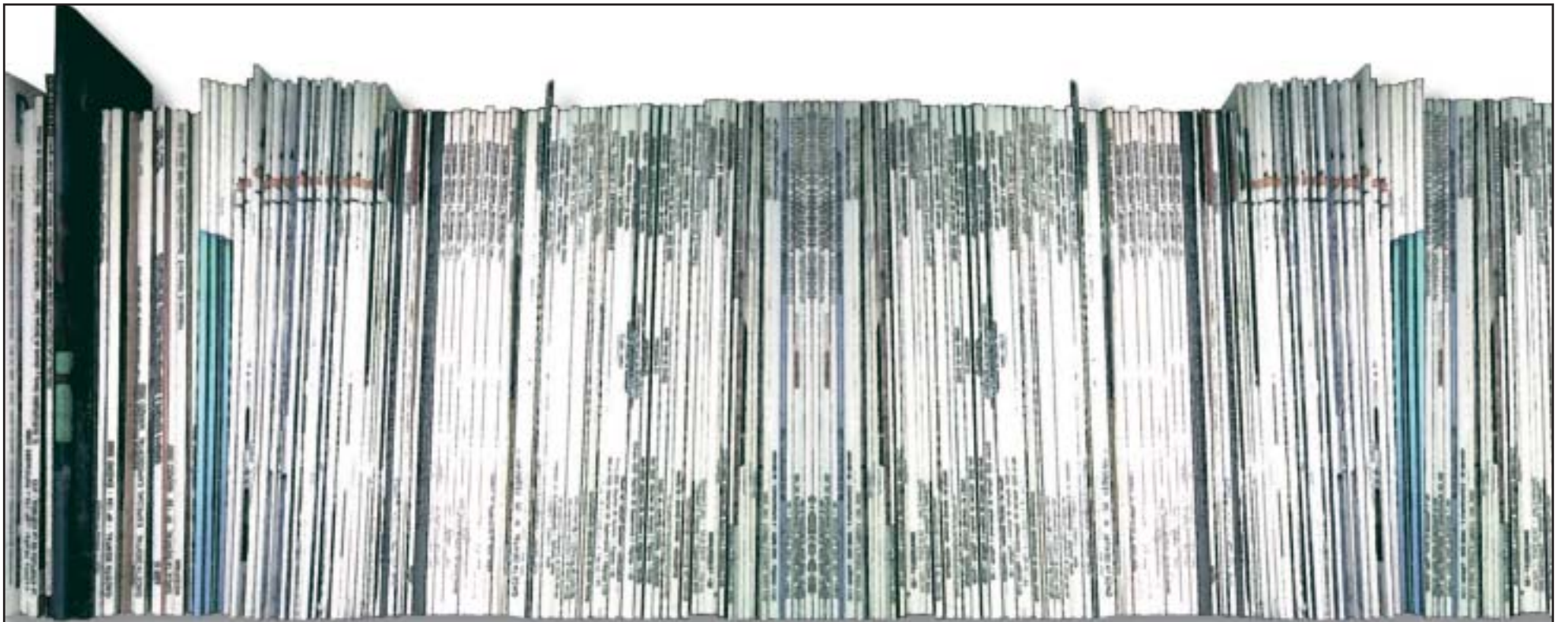
El Hotel Don Pancho ha reabierto tras más de un año de varias reformas

El Hotel Don Pancho de Benidorm reabrió el pasado 29 de abril sus puertas tras una profunda remodelación. El establecimiento ha vuelto a acoger a sus huéspedes en un ambiente modernizado y actualizado, tras un proyecto de 18 meses de preparación y seis meses de obra. Con el objetivo de "ofrecer una infraestructura a la altura de su prestigio", el Hotel Don Pancho se ha renovado por dentro y por fuera. En toda la reforma predominan las mejores calidades, buscando aportar solidez y elegancia, a la vez que se persigue un aire de cambio e innovación, aunque se conserva la estética azteca que desde siempre le ha caracterizado. Cada una de sus 255 habitaciones ha sido reformada por completo y equipada con nuevo mobiliario.

Hosteleros de Granada insisten en la falta de un plan ferroviario

La Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada ha requerido recientemente al Ministerio de Fomento "que se manifieste sobre la fecha de llegada del AVE a Granada y por la situación del Ferrocarril en Granada". Así, se suma a la petición de la Confederación Granadina de Empresarios solicitando la llegada del AVE a Granada.

Granada, una de las ciudades más visitadas, de uno de los países turísticos más importante del mundo, sufre, según la Federación, "una carencia de infraestructuras lamentable, sin que nuestros representantes Institucionales a todos los niveles sean capaces de ofrecer una respuesta". La restitución urgente del tráfico ferroviario y la llegada inmediata del AVE a Granada resulta "trascendental para el sector y la economía de nuestra provincia". Además, según la Federación, el retraso histórico que viene sufriendo las infraestructuras en Granada, "tiene importantes consecuencias negativas para nuestro desarrollo". Importantes eventos y propuestas de comercialización turística "aguardan ansiosos una respuesta", dijo la agrupación empresarial.



Transferencia del conocimiento

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

publicaciones profesionales y generales

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

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP

Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

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 Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Morería, 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 Diputació, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputació, 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
HVALTRAVEL.COM Diputació, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
IBEROJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	971-070428 Fax 971-040466
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 Diputació, 238 BARCELONA	902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4º 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
PAISAJESTRANSVIA TOURS Albacete, 19 VALENCIA	96-3414400 Fax 96-3423777
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 Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826
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
TOURING CLUB Gran Vía, 81 2º BILBAO	902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
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	91-1781100
TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ Trespademe 29, 4º MADRID	902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174

UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5º 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
ALITALIA Pl. Descubridor Diego de Ordaz, 3-3º MADRID	91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Tarragona, 161, 15º BARCELONA	901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Luisa Fernanda, 2 MADRID	91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
LAN Capitán Haya 1, 7º planta. MADRID	91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
US AIRWAYS Alberto Aguilera, 38 2º Izq. MADRID	91-4444700 Fax 91-4444709

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
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	956-651178-507070 Fax 956-653379
P&O PORTSMOUTH Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	94-4234477 Fax 94-4235496
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA www.trasmediterranea.es	902-454645
VISION CRUCEROS www.visioncrueros.com	91-7896400 Fax 91-3107215

Ferrocarril

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

Alquiler de Automóviles

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

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

Centrales de Reservas

CANARIAS.COM-NIZA TOURS av. Las Americas, cc Americas Plaza 126 ARONA	902-995950 Fax 922-793868
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 NATURIA 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
HUSA HOTELES Sabino Arana, 27 BARCELONA	93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA	93-4090522 Fax 93-4090493
KEYTEL C/ Aragón 208-210, 6º, 6º BARCELONA	9021101314 Fax 93-4541108
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	91-5166666 Fax 91-5166657
RIU HOTELES 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

Organismos

AS. EMPRESARIAL GRUPO EUROPA VIAJES Ronda Universidad, 9 7º	93-3429990 Fax 93-3429991
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
UNAV (Unión de Agencias de Viajes) Rosario Pino, 8 3ºB MADRID	91-5796741 Fax 91-5799870

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
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID	902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

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

Cadenas hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN

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

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

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

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

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



El Sector ha cambiado y la Información también

**Concurso
MISS CATALUÑA**

PATROCINADO POR
Laurendor

CON AUTORIZACION DEL
**MINISTERIO DE
INFORMACION Y TURISMO**



**PREMIOS EN METALICO:
MISS CATALUÑA,
25.000 PESETAS
DAMAS DE HONOR,
10.000 Ptas. CADA UNA**

PREMIOS EN OBJETOS
CONSISTENTES EN
JOYAS, MUEBLES, RELOJES DE ORO, RADIOS, MAQUINAS
FOTOGRAFICAS, ETC. POR UN VALOR GLOBAL DE
UN MILLON DE PESETAS

SOLICITE EN SU PERFUMERIA LAS BASES DE ESTE SENSACIONAL CONCURSO



CONEXO.net

Diario online de Congresos, Reuniones e Incentivos / Enero y de Julio 2014 / Inicio

Menú: NEXOTUR, NewsNet, CONEXO, Muebles, Historica, Bolsa de Empleo, Grupo Muebles, Galería de Personajes, Opinión News, Evaluatnet, Rankings de Empresas, Turismo, HonorCard, Calendario de Eventos

Buscar en CONEXO.net

Acceso a: Suscripción, Página de Inicio, Staff, Banners, RSS, Contactar, Bajas

Número de reuniones

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Reuniones	18.012	18.022	19.913	18.819	2.294.538	3.179.127	3.834.866	4.014.479
Cambio			+1,1%	-5,5%				

Número de participantes

El Turismo de Reuniones reduce su impacto económico en España en 2013 hasta los 4.269 millones de euros

Se celebraron casi 20.000 reuniones, un 1,5% menos con 3,4 millones de participantes, un 13,4% más

CONEXO.net / Más participantes, un ligero descenso del número de reuniones respecto a 2012 y una caída del gasto medio por persona, que se hace notar en el impacto económico total, son los principales datos de la actividad del Sector MICE en 2013 en las ciudades que integran el Spain Convention Bureau (SCB).

PERSONA DE LA SEMANA
Miguel Ruiz

El presidente de Atlas considera que el transporte público urbano está recuperando parte de sus viajeros por motivos de ocio y las compras, aunque todavía queda la parte del empleo, que tardará un poco más. Además, de calificar como muy positivo el reciente Congreso de su asociación, también espera que la recuperación económica vaya poco a poco ayudando a la recuperación del Sector, y en breve se pueda consolidar la esperada ley de financiación.

ACCESO A GALERÍA DE PERSONAJES

Foto para la Sostenibilidad

CONEXO / EDICIÓN PAPEL



Date de alta
en **Conexo.net**
Diario online de Congresos,
Reuniones e Incentivos

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

Leonardo Hotels presenta la nueva versión de su 'sitio web' en Internet

La nueva versión de Leonardo Hotels mantiene, actualizando su diseño y estructura, una adecuada descripción de sus establecimientos y un completo sistema de gestión de reservas, pero que no mantiene la gestión para las agencias de la versión anterior.



www.leonardo-hotels.es

Leonardo Hotels, división europea de Fattal Hotels que dispone de 85 establecimientos en Europa e Israel, presenta una nueva versión de su web que mantiene, además de la información sobre la empresa, su sistema de franquicias, sus servicios de gestión de hoteles, la descripción completa de cada hotel y sus ofertas. Además, incluye un sencillo sistema de gestión de reservas, disponible para el cliente final, pero que ya no contempla la gestión desde agencias que ofrecía en la versión anterior. Por otro lado, la página presenta versiones en castellano y otros siete idiomas.

INFORMACIÓN

Seleccionando hotel en la página de destinos ofrece una completa descripción del hotel en una pantalla que incluye una amplia información sobre reuniones y eventos y un área dedicada a la opinión de los clientes. También ofrece una galería, un vídeo e información sobre su destino.

RESERVA

Dispone de un sencillo y rápido sistema de reservas, válido para clientes, estén o no registrados, que informa sobre las habitaciones y tarifas con sus características, así como de los servicios incluidos en cada caso y que permite el acceso posterior a la reserva.

GENERAL

La página mantiene la información sobre la estructura de la empresa, los servicios de gestión y el sistema de franquicias que ofrece a los hoteles. También incluye un área de ofertas, además de otra de información sobre su plan de fidelización Miles & More.

▲ Lo Mejor / Amigable

Con un sencillo diseño, un fácil acceso a su información y una sencilla gestión de reservas es una web muy amigable.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

La versión actual no ofrece a las agencias de viajes la posibilidad, que había en la anterior, de gestionar sus reservas.

LEONARDO / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

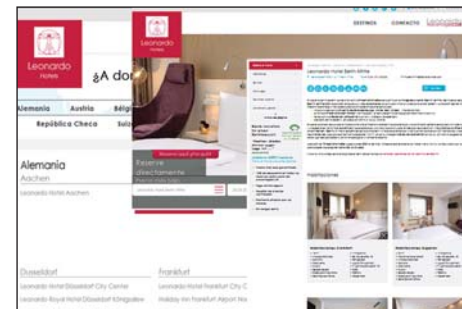
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página de Leonardo Hotels mantiene una completa información de la empresa, sus hoteles en Israel y en diversos países europeos y sobre sus ofertas, pero ya no ofrece a las agencias de viajes la posibilidad de gestionar sus reservas que había en la versión anterior.

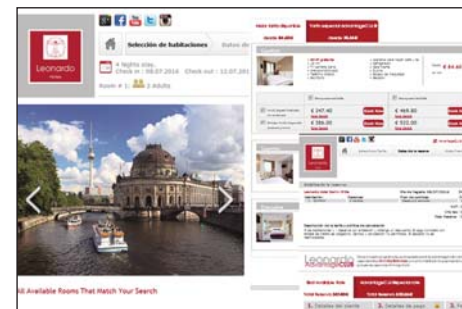
7,6



Entrada / En una pantalla muy sencilla presenta el acceso a sus destinos, la primera pantalla de reserva y recomendaciones.



Producto / Seleccionando en destinos se accede a una amplia descripción del hotel y de su destino.



Reserva / Dispone de un sencillo sistema de reservas, válido para el cliente final, pero que ya no está disponible para las agencias.

Logitravel modifica la presentación y la estructura de su página 'web'

Logitravel presenta una nueva versión de su página en la que optimiza su presentación manteniendo su oferta de productos turísticos y su completo sistema de gestión de reservas, que no está disponible para las agencias de viajes.



www.logitravel.com

Logitravel, central de reservas que ofrece todo tipo de productos turísticos, tanto servicios sencillos como circuitos, 'paquetes' y otros programas, presenta una información adecuada y un sencillo y completo sistema de gestión de reservas, ambos ajustados a las características de cada tipo de producto, y modifica la última versión de su página, con algunos cambios en su diseño y su estructura de accesos desde la primera pantalla. Además de la versión para España analizada, presenta páginas personalizadas para otros ocho países.

INFORMACIÓN

Mantiene su amplia gama de tipos de servicios turísticos, a los que se puede acceder seleccionando un producto en la primera pantalla. Presenta un buscador paramétrico para ese producto que ofrece las alternativas y la descripción del servicio o viaje seleccionado.

RESERVA

Sigue ofreciendo, únicamente al cliente final, esté o no registrado, un completo sistema de reservas ajustado al tipo de producto seleccionado, que ofrece otros servicios complementarios, con pago por PayPal o tarjeta, y que permite el acceso posterior a la reserva.

GENERAL

Presenta sus formas de contacto, una sala de prensa y un área de gestión de empleo con un formulario para envío de currículum, además de guías de viajes, un área para afiliados y otra de ayuda para sus usuarios, una app para terminales móviles y el enlace con sus redes sociales.

▲ Lo Mejor / Completo

Sigue siendo un sistema muy completo que permite una fácil gestión de reservas de todo tipo de productos turísticos.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Sigue sin gestión de reservas desde las agencias de viajes, a las que sólo ofrece la posibilidad de afiliarse desde su web.

LOGITRAVEL / Centrales

Ponderación de los Valores

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

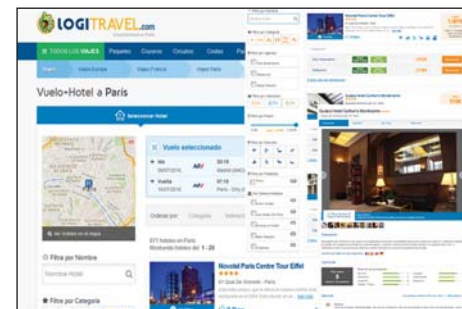
EVALUACION NEXOTUR.COM

Logitravel sigue ofreciendo al cliente final la posibilidad de reservar fácilmente un amplio conjunto de servicios y programas turísticos, pero sigue siendo de muy poco interés para los profesionales de Turismo, ya que no contempla la reserva desde las agencias.

7,8



Entrada / Ha modificado la primera pantalla para ofrecer un acceso directo a la gestión de cada uno de sus productos.



Producto / Por cada tipo de producto mantiene un buscador y la descripción del seleccionado en un formato ajustado al producto.



Reserva / Mantiene, en un formato semejante al anterior, su sistema de reservas para cada producto, no válido para las agencias.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

La experiencia como agente, el requisito más exigido por las empresas del Sector

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

■ **Día Libre Viajes.** Madrid. Se necesita incorporar a persona con experiencia para puesto a jornada completa. Requisitos: experiencia de más de cinco años en puesto de agente de viajes, amplios conocimientos de Amadeus, nivel alto de inglés y ganas de trabajar en equipo.

■ **Viajes Eco.** Madrid. Agencia ubicada en el barrio de Salamanca busca personal para incrementar el equipo. Las funciones que desempeñarán los agentes serán preparar itinerarios, hacer presupuestos y realizar reservas tanto de individuales como de grupos. Requisitos: buen nivel de inglés, sensibilidad en atención al cliente, resolutive, manejo de programas básicos tipo Excel y Word, redes sociales e Internet con soltura, entre 23 y 29 años. También valoraremos otros idiomas, buen conocimiento de Amadeus, creatividad, manejo de las páginas web a nivel de actualizaciones y capacidad de aportación de clientes.

■ **Loxatur Viajes.** Madrid. Seleccionamos agentes de viajes con experiencia

demostrable para atención al cliente, venta de productos vacacionales, gestión de reservas y gestión administrativa. Requisitos: experiencia de al menos dos años en agencia de viajes minorista, nivel medio de Amadeus, nivel medio de inglés, conocimientos de ofimática, habilidades en atención al cliente y experiencia en venta de grandes viajes.

■ **Rsdahuer Viajes.** Barcelona. Agencia de viajes ubicada en Barcelona busca profesional *freelance*. Las condiciones a tratar directamente con la empresa.

■ **Abaco Travel.** Madrid. Se precisa de agente de viajes para venta de productos vacacionales. Salario según convenio.

■ **Nueva Zelanda Viajes.** Madrid. Se necesita agente de viajes con conocimientos de destinos de Oceanía. Requisitos: experiencia en Turismo y en elaboración de viajes a medida, disponibilidad inmediata, enfoque comercial.

■ **Viajes Carrefour.** Barberá del Vallés (Barcelona). Se requiere agente de viajes para incorporación inmediata. La jornada laboral es completa y con turno intensivo de mañana/tarde rotativo. Requisitos: imprescindible experiencia en agencia de viajes, demostrar capacidad de venta, resolu-

ción de problemas, conocimientos de producto y capacidad comercial. Se ofrece un contrato eventual con opción a indefinido.

■ **Halcón Viajes.** Esles (Cantabria). Oficina de red minorista de Globalia inicia un proceso de selección de agentes para atención al cliente y resolución de incidencias, entre otras funciones. Requisitos: experiencia mínima de dos años, nivel medio de Amadeus, nivel medio de inglés, conocimientos de ofimática, atención al cliente y conocimiento en venta de grandes viajes.

■ **Mapa Tours.** Madrid. Seleccionamos personal para nuestro departamento de reservas en las oficinas de Madrid.

■ **Viajes Mondel.** Leganés (Madrid). Se busca agente de viajes para atención al público, venta vacacional y de billetes de avión. Se valorarán conocimientos de Orbis. Jornada completa. Salario según convenio.

■ **China Eastern Airlines.** Madrid. Compañía aérea busca tres asistentes de ventas, dos agentes de aeropuerto y un ayudante de jefe de campo. Requisitos: uno a dos años de experiencia, bilingüe (inglés y español) y permiso de conducir.

■ **New Travelers.** Barcelona. Buscamos agente de viajes para oficina en la ciudad

condal. Tareas a realizar: soporte a las agencias a través del *call center*, creación y seguimiento de las reservas hasta su finalización, emisión de billetes, *backoffice*, etc. Requisitos: imprescindible experiencia previa en una mayorista de viajes.

■ **Made for Spain.** Madrid. Se precisa a un agente de viajes para reserva y contratación de servicios, trato con proveedores, elaboración de presupuestos, atención al cliente, etc. Requisitos: inglés bilingüe, perfecto manejo de programas Excel y Word, conocimiento de España y Portugal. Se ofrece contrato indefinido y salario de entre 18.000 y 20.000 euros brutos anuales, según valía del candidato.

■ **Arawak Viajes.** Madrid. Necesitamos dos agentes para los departamentos de grandes viajes y de viajes culturales. Se encargarán de la creación de producto para particulares y grupos. Requisitos: imprescindible inglés fluido para trato con grupos y corresponsales, manejo de paquete Office y buen conocimiento de Amadeus. Ofrecemos contrato de seis meses a prueba.

■ **Viajes Célebres Internacional.** Málaga. Empresa en expansión solicita agente. Requisitos: experiencia y amplio manejo del sistema de reservas de Amadeus. Persona responsable y con don de gentes.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles en Francia

↑ Inter-Hotel presenta una **web** de diseño adecuado en la que ofrece **información** de la empresa y de los más de 300 hoteles agrupados en cuatro marcas, que ofrece en Francia, incluyendo un sencillo sistema de reservas de estancias.

↑ Es una página de **utilidad** para viajar a Francia.

↑ Ofrece a las agencias la gestión de sus **reservas**.



<http://www.inter-hotel.com>

Rutas internacionales

↑ Linebus presenta una página que ofrece alguna **información** sobre la empresa, sus rutas, su flota y sus oficinas además de una correcta gestión de reservas, conectando con la **web** de Movelia, que no está disponible para las agencias de viajes.

⇒ Su **utilidad** está limitada por su escaso nivel de información.

↓ No contempla la reserva desde las agencias de viajes.



<http://www.linebus.com>

Vehículos en Tenerife

↑ Autos Plaza ofrece a clientes, empresas y agencias de viajes, una versión modificada de su **web**, muy semejante a la anteriormente analizada, que mantiene la misma **información** y gestión de reservas, añadiendo un **blog** y el enlace con sus redes sociales.

⇒ Su **utilidad** está limitada al alquiler de coches en Tenerife.

↓ Permite **reservar** a clientes, empresas y agencias.



<http://www.teneriferentacar.com>

Turismo verde en Huesca

↑ La Asociación de Propietarios de Turismo Verde Huesca ha actualizado nuevamente su **web** en la que, ampliando la **información** de la anterior con nuevos tipos de producto, sigue ofreciendo la reserva de alojamientos con Ruralgest.

↑ Por su información y gestión de reservas es de **utilidad** para el viajero.

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



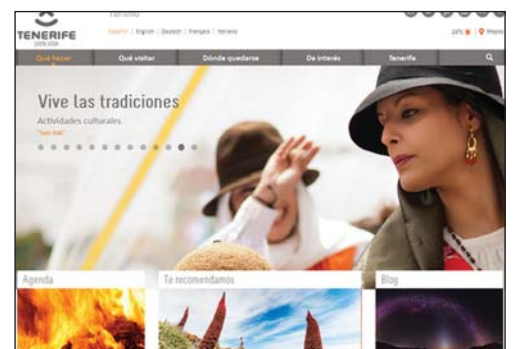
<http://www.turismoverde.es>

Turismo en Tenerife

↑ La página oficial de Turismo en Tenerife mantiene, con un nuevo diseño muy amigable, la **información** sobre los temas de interés para un viajero en la isla, incluyendo un completo buscador de alojamientos que enlaza con su **web** para reservar.

↑ Es una **web** de **utilidad** por su completa información y facilidad de uso.

↓ Para la gestión de **reservas** enlaza con el proveedor.



<http://www.webtenerife.com>

Eventos en Gijón

↑ La Cámara de Comercio de Gijón ha desarrollado una **web** dedicada a su Recinto Ferial en la que incluye la **información** y las facilidades de contratación que ofrecía desde la página de la Cámara, simplificado su estructura y facilitando su utilización.

⇒ Mejoraría su **utilidad** ampliando la descripción de sus espacios.

↓ Ofrece formularios y tarifas para solicitar **reservas**.



<http://www.feriastur.es>

LEGISLACIÓN

Subvenciones

Navarra y Castilla y León

✓ Extracto de la resolución de 14 de junio de 2016, de la presidenta del Servicio Público de Empleo de Castilla y León, por la que se modifica la resolución de 20 de abril de 2016 por la que se convocan subvenciones a municipios con menos de 5.000 habitantes y más de cinco desempleados, así como a las diputaciones provinciales o sus organismos autónomos dependientes de la Comunidad de Castilla y León, como apoyo a la contratación temporal de desempleados para la realización de obras y servicios relacionados con actividades en el Sector Turístico y cultural.

✓ Resolución 243E/2016, de 30 de mayo de 2016, de la directora general de Turismo y Comercio de la Comunidad Foral de Navarra, por la que se aprueba la convocatoria de subvenciones de desarrollo y de *marketing* turístico para acciones realizadas por asociaciones turísticas, entes locales y consorcios turísticos durante el ejercicio 2016.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

CURSOS

Formación hotelera durante el verano

Les Roches Marbella organiza un peculiar curso en julio

Les Roches Marbella pondrá en marcha su curso de verano del 18 al 30 de julio. Una o dos intensivas semanas en las que los alumnos, venidos de todas partes del mundo, se adentrarán en la dinámica de la industria hotelera y del lujo. Está diseñado como una introducción a las asignaturas y contenidos que ofrece una carrera global en hotelería, con el aliciente de vivir la experiencia de forma intensa, pero sin la preocupación de los exámenes. Se trata de un curso expres pensado para que los estudiantes vivan en primera persona lo que es estar entre bastidores y aprendan las operaciones diarias que conlleva gestionar con éxito un hotel: recepción y división de habitaciones, liderazgo, finanzas, social media en la hotelería, sostenibilidad y responsabilidad social, *coaching*, e incluso clases prácticas en la cocina con la presión de dirigirla de primera mano como un verdadero chef.

Además de un aprendizaje dentro de las aulas y las prácticas, el curso se completa con multitud de actividades opcionales para cono-



cer Marbella y otras ciudades andaluzas, así como con actividades para disfrutar del sol, las playas y el deporte al aire libre. Los alumnos pueden elegir entre cursar una o las dos semanas o bien dividir el curso entre los dos campus de Les Roches, comenzando en Marbella durante la primera semana y finalizando en Les Roches Bluche, en Suiza. Para matricularse solo hace falta tener mínimo 15 años y el nivel de inglés equivalente a TOEFL 450 / Cambridge FCE Grade C / IELTS 4.5, ya que todas las clases se imparten en este idioma. El precio por estudiante es de 1.600 euros de una semana, 2.500 el de dos semanas completas o 4.000 con estancia repartida entre los campus de Marbella y Suiza.

LIBROS

Calidad y respeto al medioambiente

La Universidad de Alicante edita un libro para el sector hotelero

Desde un enfoque estratégico, el libro 'Importancia estratégica de la gestión de calidad y medioambiental' analiza de forma conjunta la gestión de la calidad y la gestión medioambiental, analizando sus influencias y relaciones con la competitividad, la rentabilidad, la ventaja competitiva y la estructura organizativa en el sector hotelero español. Como metodología de investigación se ha aplicado un diseño mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. José Francisco Molina Azorín, Juan José Tarí Guilló, M^a Dolores López Gamero, Jorge Pereira Moliner y Eva M^a Pertusa Ortega son los autores de este texto.



CALENDARIO

International Cruise Summit

● Del 11 al 23 de noviembre de 2016, International Cruise Summit, Madrid. Organizado por Cruises News Media Group (CNMG), el evento volverá a reunir en la capital de España a algunos de los profesionales, tanto nacionales como internacionales, más influyentes de la industria de los cruceros. Ejecutivos de navieras, autoridades portuarias, destinos turísticos, agentes de viajes, turoperadores de excursiones y proveedores del Sector se darán cita en esta nueva edición, en cuyo acto inaugural estarán representantes de Puertos del Estado, TurEspaña, el Ayuntamiento y la Comunidad de Madrid. Los asistentes podrán disfrutar de mesas redondas y ponencias en las que se hablará de 'La evolución de los barcos de crucero', 'El diseño de itinerarios', 'El futuro de los programas en destino', 'La venta del producto', etc. Está prevista la asistencia de más de 300 delegados. Más información en la página web www.internationalcruisesummit.com.

N BOLSA DE TRABAJO nexotur.com

¿Necesita un profesional?

Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

¿Busca trabajo?

Inserte ahora sus ofertas y demandas en Internet, en la web: www.nexotur.com

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración

SUBEN

Merike Hallik



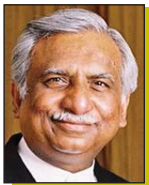
La estonia Merike Hallik es la nueva presidenta de la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA). Sustituye en el cargo al danés Lars Thykier, que accedió al mismo en junio de 2014.

George Michalopoulos



George Michalopoulos será el nuevo director comercial de Wizz Air a partir del 1 de septiembre de 2016. Reportará al director ejecutivo, József Váradi, y reemplazará a György Abrán, que después de 12 años ha decidido dejar la compañía aérea de 'bajo coste'.

Naresh Goyal

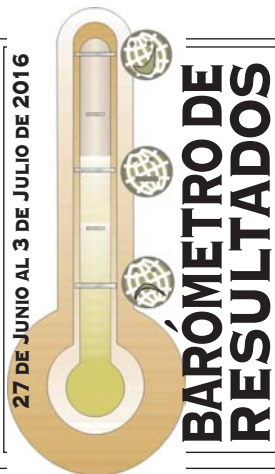


El presidente de Jet Airways, Naresh Goyal, ha sido reelegido por la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), como miembro de su consejo de administración. Es el único representante de India, país con el crecimiento más rápido de la industria de la aviación.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Federico González	3
Entrevista / Eduardo Rebello	4
Escaparate	5-15
Mostrador	17-19
Club	21
Hotelería	23-25
Booking	27
Evaluanet	28-29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

27 DE JUNIO AL 3 DE JULIO DE 2016



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

La recuperación llega al empleo turístico

La lenta recuperación que viene experimentando el negocio de las agencias de viajes se refleja en el empleo. A pesar de que aún estamos a años luz de los niveles de consumo previos a la crisis económica, la reactivación de la demanda ha llevado a agencias de viajes y turoperadores a incrementar sus plantillas como nunca antes lo habían hecho, al menos desde que existen registros. Estas empresas han dado de alta a 5.590 personas entre febrero y mayo, la cifra más elevada desde el cambio de siglo. Pese a ello, todavía faltan más de 5.000 puestos de trabajo para alcanzar el número de afiliados de 2007, cuando se superaron los 62.000. Al cierre de este último mes de mayo había 57.003 ocupados.



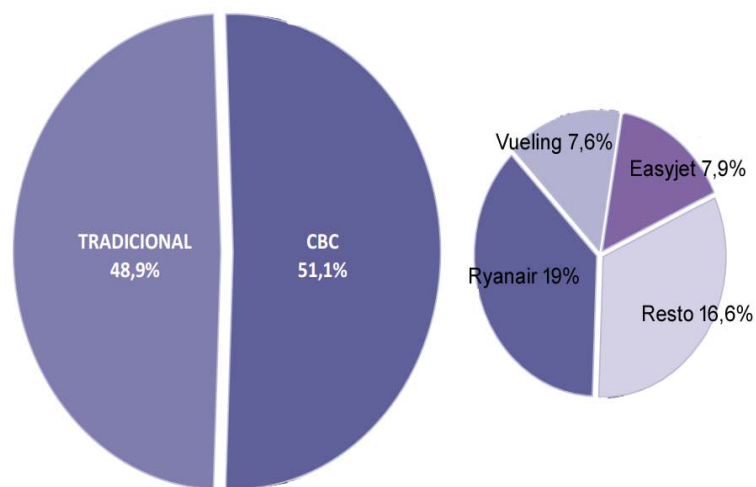
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

El modelo 'low cost' se impone en España

Las aerolíneas de 'bajo coste' superan por segundo mes consecutivo a las convencionales en la red de Aena. De los 7,6 millones de pasajeros internacionales recibidos en mayo, cerca de 3,9 millones (el 51,1% del total) se han decantado por esta modalidad aérea, que registra un incremento interanual de dos dígitos. En abril acaparó el 53,4% de las entradas, alcanzando los 3,3 millones de usuarios procedentes del extranjero.

Distribución de pasajeros por aerolínea



Fuente: Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos.

© NEXOTUR

El modelo *low cost* cobra cada vez más importancia en el destino España. Por segundo mes consecutivo este tipo de aerolíneas superan a las convencionales en pasajeros internacionales. Según los últimos datos dados a conocer por la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, organismo dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, de los 7,6 millones de viajeros que han llegado a los aeropuertos españoles en mayo procedentes del extranjero, cerca de 3,9 millones (el 51,1% del total) se han decantado por esta modalidad aérea, lo que supone un 10,1% más que en el mismo mes del año anterior.

Mayor aún fue la diferencia en abril, cuando el 53,4% de los pasajeros internacionales volaron con aerolíneas de 'bajo coste'. De los casi 6,3 millones que aterrizaron en la red de Aena en dicho mes, 3,3 millones lo hicieron en este tipo de líneas aéreas, que experimentaron un repunte interanual del 9,2%. Pese a ello, en los cinco primeros meses de 2016 las compañías aéreas tradicionales mantienen una ligera ventaja, acaparando el 50,3% del tráfico.

Gran concentración

Ryanair, Easyjet y Vueling son, por este orden, las claras dominadoras del tráfico *low cost* en España. Entre las tres acaparan en mayo el 34,5% del flujo aéreo de pasajeros internacionales, mientras que su cuota se eleva hasta el 67,6% si se contabiliza únicamente los movimientos en aerolíneas de 'bajo cos-

te'. Además, todas registran notables avances en comparación con el mismo mes del año anterior.

En función del aeropuerto de destino de estos pasajeros, llama la atención el elevado peso superior al 72% de los cinco primeros. Barcelona-El Prat es, con clara di-

ferencia, el hub de referencia para las aerolíneas de 'bajo coste'. El 25,2% de viajeros que optan por este tipo de líneas aéreas, casi un millón en mayo, llega al aeropuerto de la ciudad condal, que además registra un significativo incremento interanual del 13,8%.

La segunda posición es para Palma de Mallorca con algo más de medio millón, un 11,4% más que en mayo del año anterior, mientras que Málaga completa el podio con cerca de 492.000 entradas, lo que supone un repunte del 11,5%. Alicante, por su parte, cierra el mes con 424.121 viajeros en aerolíneas *low cost*, un 9,2% más que hace un año. Adolfo Suárez Madrid-Barajas es, de los cinco aeropuertos de referencia, el que registra el menor crecimiento (+3,9%), superando ligeramente la cifra de 400.000 llegadas.

Reino Unido, principal emisor

Un gran número de los turistas internacionales que aterrizan en los aeropuertos españoles en aerolíneas de 'bajo coste' proceden de Reino Unido, primer mercado emisor con cerca de 1,5 millones, el 38,2% del total y un 9,5% más que en mayo de 2015. Le sigue Alemania con 462.538, un 12,7% más que hace un año, mientras que la tercera plaza es para Italia con 419.720 pasajeros, un 10,8% más. Entre los tres aportan el 61% de los viajeros que optan por esta modalidad aérea.

La cuarta posición es para Francia, que cierra el mes con 338.721 viajeros, un 12,5% más que en mayo de 2015. Le siguen países Bajos con 252.023 y Suiza con 121.049. Ambos registran fuertes aumentos del 7,8% y del 13%, respectivamente. De las grandes potencias emisoras, tan solo Bélgica aporta menos pasajeros que en el mes de mayo de 2015. En concreto, sufre un retroceso interanual del 1,1%, con 118.636 viajeros.

Este verano



EUROPA

8 días / 7 noches



Malta al completo

- Desde 1.004€
- Salidas sábados-MAD; domingos-BCN
- De abril a octubre



Sicilia al completo

- Desde 1.144€
- Salidas sábados y domingos
- De abril a octubre



Croacia Imperial

- Desde 1.404€
- Salidas los domingos
- De mayo a septiembre



Grecia Clásica

- Desde 1.395€
- Salidas los lunes
- De mayo a octubre



Alemania

- Desde 1.570€
- Salidas los domingos
- De junio a septiembre

Nota: El precio incluye, Vuelo I/V., estancia en hotel y régimen elegido, indicado o similar. Traslados Aeropuerto-Hotel-Aeropuerto, Tasas Aeropuerto incluidas, seguro de viaje. **Importante** solicite el itinerario específico de cada destino, para saber lo que incluye exactamente cada programa.

INFORMACIÓN Y RESERVAS EN SU AGENCIA DE VIAJES

Son productos con la garantía **POLITOURS**