



**TALEB RIFAI**  
**Fortaleza del emisor**  
PÁG. 12 / España, el cuarto país donde más aumenta el gasto en viajes



**ÍÑIGO DE LA SERNA**  
**Lazos con México**  
PÁG. 13 / Fomento consolida alianza en transporte aérea con México



**CHRISTIAN DE BARRIN**  
**Apoyo a Bruselas**  
PÁG. 14 / HOTREC aplaude que se investiguen los 'portales' de viajes



**JOSÉ LUIS PRIETO**  
**Congreso innovador**  
PÁG. 7 / El Congreso de UNAV estrenará formato más dinámico



**JUAN DEL HOYO**  
**Buenos resultados**  
PÁG. 13 / Azul Marino registra unos ingresos de 45 millones

## Aumenta más de un 1% la cifra de empresas de distribución turística

Se acumulan tres años de incrementos consecutivos, como se extrae de los datos del INE

En 2016 había en España un total de 9.160 agencias de viajes, turoperadores y otras empresas dedicadas a la venta de productos y servicios turísticos, que su-

maban 13.225 locales. Se trata de un aumento del 1,5% frente a las 9.027 sociedades registradas en 2015. Es, además, el tercer incremento consecutivo.



O. Esteban, director comercial de ERV.

**La labor del agente 'es de vital importancia'**

El trabajo de promoción del agente "es de vital importancia", según el director comercial de ERV Seguros de Viaje. **Pág. 4**

**Crece el empleo más de un 5% hasta marzo**

Minoristas y turoperadores han dado trabajo a una media de 55.423 profesionales en el primer trimestre, un 5,3% más. **Pág. 6**

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

Las sociedades con sede en España dedicadas a la distribución de productos y servicios turísticos en 2016 han alcanzado la cifra de 9.160, con un incremento del 1,5%, según el Instituto Nacional de Estadística (INE). Suman 13.225 locales, protagonizando el tercer crecimiento consecutivo. Destaca, además, el aumento frente a las 8.571 empresas de 2008.

A nivel territorial, existen grandes diferencias. La evolución es positiva en aquellas Comunidades

donde hay más actividad, mientras que en aquellas con menos presencia de estas empresas el comportamiento suele ser negativo. La Comunidad de Madrid ocupa, con 1.832 empresas y un aumento del 1,4%, la primera posición. Le sigue Cataluña con 1.654, un 3,6% más, mientras que Andalucía completa el podio con 1.575, casi un 1% más que en la recta final de 2015.

Escapate en **pág. 6**

## Cataluña pone fecha a la subida de las garantías

Cataluña ya ha publicado el 30 de marzo la Ley de Medidas Fiscales, Financieras, Administrativas y Públicas. Se convertirá así, con toda probabilidad, en la primera Comunidad autónoma que aplique la revisión al alza de las garantías de las agencias de viajes al disponer de seis meses para su entrada en vigor. Al igual que sucederá



Carles Puigdemont

en el resto del territorio español, por requerimiento de la Comisión Europea, la garantía de viajes combinados se modificará de tal manera que el importe a cubrir se calcule aplicando, en vez del 3% actual, un 5% de la facturación bruta en viajes combinados del año anterior, siendo el mínimo de 100.000 euros.

Escapate en **pág. 10**



El Foro NEXOTUR ha precedido al Salón TurNexoValencia.

## Buenas perspectivas para el verano en receptivo y emisor

El empresariado turístico de la Comunidad Valenciana coincide en señalar el buen momento que atraviesa el Turismo, tanto desde el punto de vista receptivo como emisor. Así lo han resaltado en el Foro NEXOTUR, antesala del Salón TurNexo Valencia. **Escapate en **pág. 9****

## Más de 20.000 ofertas en la Feria del Viaje de Globalia

"La Feria del Viaje de Madrid nace con vocación de permanencia", destaca el director de Nuevos Proyectos de Halcón, Miguel de Lara. La primera edición del certamen impulsado por Globalia se celebra del 6 al 7 de mayo en el Wizink Center (antiguo Palacio de los Deportes de la Comunidad de Madrid), y permitirá



Miguel de Lara

al público final acceder a más de 20.000 ofertas de viajes con descuentos de los aproximadamente 50 proveedores que participan. De Lara espera entre los dos días un mínimo de 15.000 visitantes. Un total de 40 agentes de viajes de Halcón se encargarán de la distribución.

Escapate en **pág. 7**

# NEXOTUR

Edición número

# 1.000

Reserva tu espacio de publicidad. Teléfono 91 369 41 00

GRUPO  
**Nexo**

## CLAVES

## Conflicto con Spanair

LA AUDIENCIA PROVINCIAL de Barcelona ha desestimado recientemente las pretensiones de Spanair de querer cobrar los billetes emitidos por Gaudí Viatges S.A. en enero 2012, cuando cesó todas sus operaciones al día siguiente de la emisión y en consecuencia no procedió a operar los vuelos contratados por dicha agencia.



JOSEP CHIVA

En el momento que Gaudí Viatges me encargó la defensa de su caso, recopilé información de demandas anteriores en proceso o ya sentenciados, y cuál fue mi sorpresa al poder comprobar

que existe un convencimiento por parte del Sector de que se está operando en nombre de terceros (comitente) y no en nombre propio, cuestión totalmente falsa.

Y aquí está la clave de mi defensa: explicar primero al Juzgado y posteriormente a la Audiencia que el Sector puede operar en nombre y por cuenta de terceros (comitente) y también en nombre y por cuenta propia, como era el caso que nos ocupa.

Mi cliente adquirió los billetes a través de la plataforma IATA/BSP, pero esto no es ninguna prueba de que se está operando en nombre y por cuenta de terceros, sino que se utiliza dicha plataforma como *casí* único mecanismo para poder adquirir billetes aéreos.

La demanda de Spanair siempre se basó en que Gaudí Viatges S.A. operaba como comitente, pero nunca pudo probar un contrato de comisión, y aún menos el pago de la mencionada comisión, que sin la misma, el contrato de comisión no existe.

Mi cliente en este caso estaba operando en nombre propio y por lo tanto si no hay prestación no se puede exigir la contraprestación. A mayor abundamiento, la postura de Spanair dejaba sin sentido el Régimen Especial de las Agencias de Viajes en el IVA, al vaciarlo de contenido.

La Audiencia de manera acertada, ha validado la existencia y operativa de dicho régimen especial, también para el caso de billetes aéreos.

Conclusión: la Audiencia ha ratificado mis argumentos desestimando las pretensiones de Spanair y condenándola a costas.

Se abre una puerta a la esperanza en este tema tan controvertido. Aunque más que probablemente Spanair presentará recurso ante el Tribunal Supremo.

Josep Chiva es abogado-economista y CEO de CHIVA-SANSO.

**De ser elegida, sería la primera vez que la región de Asia ostentaría la Secretaría General y también la primera vez que un español ocuparía el cargo de secretario general adjunto de la Organización', señala el director ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo**

## TRIBUNA



CARLOS VOGELER

## Construir sobre el legado recibido

EL PRÓXIMO CONSEJO Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) tendrá que enfrentarse a una de las decisiones más importantes de los últimos tiempos: elegir el futuro liderazgo de la OMT. Y para España, como país sede y referente mundial del Turismo, es especialmente importante saber quién estará al frente de la OMT los próximos cuatro años.

Los gobiernos de siete países han presentado sus correspondientes candidaturas y todas ellas han venido desplegado su campaña para recabar los apoyos necesarios de los 33 miembros de dicho Consejo. África, Latinoamérica y Europa presentaron dos, mientras que Asia, la segunda región del mundo en materia turística y la que más crece, solo presentó una. La peculiaridad de esta última candidatura no solo radica en el hecho de que se trata de la única mujer, sino también de que es la única candidatura que se presenta con una estructura definida en forma de *ticket* para secretario general y secretario general adjunto con la coreana Dho Young-shim y el español Carlos Vogeler, respectivamente. De ser elegida, sería la primera vez que la región de Asia ostentaría la Secretaría General y también la primera vez que un español ocuparía el cargo de secretario general adjunto de la Organización.

Los miembros del Consejo ejecutivo no deben tomar su decisión a la ligera y deben analizar responsablemente aquella que sea la más adecuada para dirigir la Organización durante los próximos cuatro años.

Como es sabido, la OMT, en su condición de organismo especializado de las Naciones Unidas, representa una fuerza crítica y unificadora para el liderazgo turístico de gobiernos, asociaciones y empresas en todo el mundo, por lo que está llamada a jugar un papel fundamental en el posicionamiento del Turismo en la escena internacional.

En los últimos ocho años, su actual secretario general, Taleb Rifai, y su equipo se han ganado el respeto y la valoración del Sector Turístico internacional, del sistema de las Naciones Unidas y de la comunidad para el desarrollo global, elevando el nivel de visibilidad, sensibilización, participación e impacto de la Organización.

La propuesta de la candidatura Dho/Vogeler ofrece una clara garantía para construir sobre el legado recibido y aportar la renovación que permita afrontar los permanentes retos.

La embajadora Dho Young-shim ha ocupado puestos de primera línea, no solo en el ámbito del Turismo a nivel global, sino también en la política de su país como parlamentaria. Ha desplegado una intensa actividad en la ONU, llevando la bandera de los ob-

La propuesta del equipo Dho/Vogeler ofrece una estructura de alta dirección más ligera recuperando lo que siempre existió con un secretario general y un secretario general adjunto, común en el sistema de las Naciones Unidas y que permitirá asignar



jetivos de desarrollo del milenio y ahora los objetivos de desarrollo sostenible, y en la OMT en calidad de presidenta de la Fundación ST-EP, unidad operativa de la OMT centrada en la eliminación de la pobreza a través del Turismo. Ha trabajado intensamente en el ámbito de organismos internacionales como la OCDE y aporta una enorme experiencia en la cooperación internacional y la movilización de recursos.

Carlos Vogeler ha dedicado toda su vida profesional a la actividad turística, tanto en el plano nacional como en el internacional, desde Pullmantur, donde fue subdirector general, hasta la multinacional RCI del grupo hotelero estadounidense Wyndham Worldwide donde fue director general para Europa Occidental y vicepresidente de Relaciones Institucionales, además de haber simultaneado su actividad profesional con la investigadora y docente como profesor titular de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y autor de libros de texto universitarios. Fue elegido presidente de los Miembros afiliados de la OMT y se incorporó a la Secretaría hace ocho años como director para las Américas, cargo que simultánea con el de director ejecutivo de relaciones con los miembros.

Carlos Vogeler ha dedicado toda su vida profesional a la actividad turística, tanto en el plano nacional como en el internacional, desde Pullmantur, donde fue subdirector general, hasta la multinacional RCI del grupo hotelero estadounidense Wyndham Worldwide donde fue director general para Europa Occidental y vicepresidente de Relaciones Institucionales, además de haber simultaneado su actividad profesional con la investigadora y docente como profesor titular de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y autor de libros de texto universitarios. Fue elegido presidente de los Miembros afiliados de la OMT y se incorporó a la Secretaría hace ocho años como director para las Américas, cargo que simultánea con el de director ejecutivo de relaciones con los miembros.

más recursos al área técnica profesional. Se plantean tres grandes objetivos estratégicos:

1. Consolidación de las realizaciones anteriores:

a) Ampliar la investigación sobre la medición del Turismo sostenible. Es fundamental convencer a los dirigentes políticos de gobiernos y parlamentos, a los bancos centrales y otras instituciones financieras y a la opinión pública en general, de la importancia socioeconómica decisiva del Turismo.

b) Apoyar la aprobación de una convención internacional que proporcione una base jurídica y una legitimidad moral a las intervenciones de la OMT en materia de ética y protección al consumidor.

c) Eliminar las barreras para los viajes. La reciente multiplicación de ataques terroristas y el aumento de los flujos migratorios ha ralentizado el trabajo de la OMT en materia de visados y alertas de viajes por lo que se deben ampliar esfuerzos para mejorar la facilitación de los viajes de una manera segura, recabando el apoyo del Consejo Económico y Social (ECOSOC).

d) Integrar el Turismo como parte de la agenda de crecimiento global. Promover la contribución del

Turismo al desarrollo sostenible y a la reducción de la pobreza, capitalizando la declaración de 2017 como Año Internacional del Turismo Sostenible para el desarrollo.

2. Solidaridad y sinergias:  
a) Aportar servicios de valor a las diversas categorías de miembros, escuchando sus necesidades y entendiendo sus diferencias, tanto de los miembros gubernamentales como de los miembros afiliados, promoviendo un partenariado público-privado eficaz.

b) Fortalecer la gestión del conocimiento en cooperación con instituciones académicas reconocidas y de prestigio, que son cruciales para un sector que depende de la calidad de los recursos humanos.

c) Prevención de crisis, capacidad de respuesta y recuperación. Ayudar a las autoridades turísticas y al Sector en general a responder de forma recurrente a las crisis que afectan al sector, ayudando a los destinos a aumentar su resiliencia y prepararlos para resistir mejor los choques futuros.

3. Eficiencia y liderazgo: eficiencia y liderazgo, construyendo una imagen de marca potente:

a) Agilidad organizativa y gestión de recursos internos. La OMT es una organización pequeña a cargo de una gran misión y debe ser ágil y flexible. Su tamaño permite atender rápidamente las peticiones y necesidades de los Miembros y adaptarse a los rápidos cambios en las tendencias

turísticas. Generar contribuciones voluntarias y otras fuentes de ingresos, al tiempo que se ejerce un control estricto de los costes fijos y optimización del organigrama a través de un proceso transparente y participativo.

b) Abordar audazmente la optimización de la composición de los miembros. La prioridad debe ser la ampliación de miembros, Estados y afiliados, adoptando una clara política basada en el servicio y valor a los miembros, aumentando sus niveles de satisfacción y fidelidad.

c) Fortalecimiento de la cultura organizativa y el entorno de la OMT. Potenciar al máximo su presencia en España, para que nuestro país capitalice su condición de anfitrión del único organismo especializado de la ONU con sede en España, promoviendo iniciativas como un museo del Turismo, una biblioteca turística, exposiciones, que contribuyan a una mayor integración de la Organización en la sociedad española y los visitantes.

Carlos Vogeler es director ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

**OMT está llamada a jugar un papel fundamental en el posicionamiento del Turismo en la escena internacional**

**La candidatura Dho/Vogeler ofrece una clara garantía para construir sobre el legado recibido**

# 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), GERMÁN RUIZ ALONSO (BUSINESS TRAVEL), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), ILEANA SARRIAS (CIMET Y FUTURALIA), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR)  
COLUMNISTAS: JULIO C. ABREU STAUD, ISABEL ALBERT PIÑOLÉ, DR. VENANCIO BOTE, ANTONIO CABALLOS, GONZALO GARCÍA, COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO, MANUEL FIGUEROLA PALOMO, ENRIQUE HERNÁEZ, 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 CONTRERAS  
DIRECTOR JURÍDICO GRUPO NEXO: SANTIAGO MORATALLA SALVADOR  
DIRECTOR DE INFORMATIZACIÓN Y PROCESOS: JOSÉ MANUEL DÁVILA  
DIRECTOR DE PLATAFORMA DIGITAL Y WEBSITE: JOAQUÍN ABAD  
DEPARTAMENTOS | PROPIEDAD INDUSTRIAL: HERRERO Y ASOCIADOS  
FACTURACIÓN: MARÍA JOSÉ GONZÁLEZ / PERSONAL: ALEJANDRO LÓPEZ  
DISTRIBUCIÓN: MERCEDES LEÓN / ADMINISTRACIÓN: JORGE DE JORGE  
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  
TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO NEXO

## Nexotur.com: 16' y 35" de media (Google Analytics)

**R**ÉCORD SUPERADO. El tiempo medio de lectura de la Plataforma Digital de Información Turística del Grupo NEXO no para de crecer. El diario digital Nexotur.com superó los 16:30 minutos en el primer trimestre de 2017, dejando atrás la media anual de 14:27 minutos que había alcanzado en todo 2016.

Los datos oficiales de Google Analytics constatan que el visitante de nuestro digital de Turismo dedica a la lectura en pantalla un tiempo similar al que brinda al semanario en papel. La duración media de lectura se sitúa en la cifra récord de 16:35 minutos, frente a 14:27 minutos registrados en 2016, lo que supone multiplicar por ocho el tiempo medio del resto de los digitales turísticos.

"El tiempo medio que dedican nuestros usuarios a la lectura de la plataforma digital del Grupo NEXO", asegura el director de NEXOTUR, "es la mejor muestra del respaldo de los profesionales del Sector a la apuesta de Nexotur.com por el rigor y la seriedad".

Nexotur.com es ya, por un amplísimo margen, el portal de noticias de Turismo al que mayor tiempo le dedican de media los profesionales del Sector. Google Analytics confirma que nuestros lectores permanecen más de un cuarto de hora (16 minutos y 35 segundos) de media, cada vez que acceden a la *website*: ocho veces más que en el resto de la prensa turística *online*, que ronda los dos minutos. De este modo, el Grupo NEXO ha conseguido algo que parecía impensable: que el usuario del Digital de Turismo dedique a la lectura en el ordenador un tiempo similar al del semanario en papel.

Una de las claves del éxito es, sin duda, la elaboración de contenido propio: todas nuestras noticias se elaboran por

nuestra Redacción, a partir de fuentes propias, sin contar con el concurso de agencias, que uniforman contenidos.

Frente al auge de la prensa sensacionalista en el Sector Turístico, NEXOTUR ha apostado desde la fundación de su digital en 2000 (es el diario decano en la Red) por

mantener la calidad de la información. Una de las claves para lograrlo ha sido la elaboración de contenido propio, con una renuncia expresa a nutrir el digital de los teletipos de agencias de noticias —que inundan los medios tanto sectoriales como generalistas en la Red— así como de los comunicados que se difunden desde gabinetes de comunicación.

Desde la creación de Nexotur.com, el Grupo NEXO adoptó otra decisión trascendental: renunciar a publicar los

comentarios de lectores, a cargo de autores anónimos y muchas veces con contenidos ofensivos o insultantes. De este modo, prescindió voluntariamente del incremento del tráfico *online* que genera la inclusión de comentarios, renunciando a la cantidad (volumen de tráfico), en favor de la calidad de sus lectores (tiempo medio de estancia).

Tres lustros sin confundir las noticias elaboradas por nuestra Redacción con los comentarios anónimos que, en muchos casos, no son otra cosa que meros desahogos de gente ociosa o resentida, cuando no ajustes de cuentas o el dudoso *trabajo* de las agencias y profesionales con la excusa de defender la reputación *online* de sus clientes.

Estos 16:35 minutos de tiempo medio, según Google Analytis, demuestran el éxito de la Prensa de calidad. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

*La apuesta del Digital Nexotur.com por la calidad del lector, a costa de la cantidad, mediante la elaboración de contenido propio, sin comentarios anónimos ni remitidos, dispara la lectura media*

### ▲ CHECK-IN / ALQUILER DE VEHÍCULOS

#### 25% del 'rent-a-car', en agencias

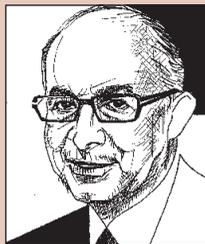
"En el ámbito de negocio de las agencias, el *rent-a-car* es sin duda el complemento ideal con una rentabilidad muy interesante", afirma el director general de Europcar, José María González, quien afirma que "los márgenes que les proporcionamos son de los más altos de la industria turística". "En Europcar seguimos una política de comisiones coherente que se define en función de los acuerdos que mantenemos con nuestros socios, para lo que siempre tenemos muy en cuenta las peculiaridades de cada uno de ellos", añade.

El prestigiado directivo, que asume la presidencia de turno de Exceltur, reducido *lobby* de grandes empresas, revela que el canal de agencias de viajes genera en torno al 25% de las ventas de la compañía de alquiler de vehículos en el mercado español. Que uno de cada cuatro coches de alquiler se reserve a través de agencia, convierte a estos profesionales de la intermediación en "aliados estratégicos para el desarrollo del negocio", subraya José María González. "No en vano, en 2014 nos unimos a la Confederación CEAV con el objetivo de poder aportarles nuestra visión y experiencia sobre el Sector", apunta.

De este 25% de cuota de mercado del Sector, la mayor parte corresponde a agencias convencionales y, en menor medida, a *online*. En este sentido, González considera que, "a pesar de la creciente venta directa *online*, las agencias van a seguir siendo piezas clave en el mercado en ambas versiones". "Para Europcar", asegura González, "todas las agencias son y serán un socio preferente, y por ello diseñamos ofertas diferentes a las de otros canales".

### ★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Cristóbal Montoro

El ministro de Hacienda ha incumplido el compromiso que el Gobierno de Rajoy había adquirido ante el Sector: reducir el IVA del Turismo, en cuanto la situación económica lo permitiese. Aunque los indicadores económicos



se han recuperado y se ha bajado el IVA a los espectáculos, el Turismo sigue reclamando un IVA reducido, al igual que el que disfrutaban la restauración y hostelería en los destinos turísticos competidores, como es el caso de Francia.

### ★ LA CHISPA / Quique



### ▼ CHECK-OUT / SOLIDARIDAD O NEGOCIO

#### Qué es exactamente lo 'colaborativo'

Manuel G. Pascual, con su artículo "A todo esto, ¿la economía colaborativa qué es exactamente?", publicado en *El País*, analiza esta controversia:

"El término economía colaborativa está ya integrado en nuestro vocabulario. Lo asociamos a compañías tecnológicas que han sido noticia tanto por su gran éxito como por las demandas judiciales que han recibido. Pero, ¿qué quiere decir exactamente?"

"No hay una respuesta clara a este interrogante. En parte porque es un concepto tan reciente que la Academia no ha tenido tiempo todavía de generar una definición de consenso: uno de los primeros en hablar de *sharing economy* fue Lawrence Lessig en su libro *Remix* (Penguin Press, 2008) hace menos de una década. Y, precisamente por la novedad del fenómeno, que en muy poco tiempo ha pasado de ser práctica residual a mover miles de millones de euros, así como por la heterogeneidad de actividades incluidas bajo su paraguas, las instituciones tampoco han sido capaces de dar con una definición común en base a la que estructurar los derechos y deberes. Tanto la UE como organismos reguladores estatales y regionales han ido avanzando por su cuenta y, en ocasiones, contradiciéndose".

"Algunos autores, como el canadiense Tom Slee, consideran que la propia expresión economía colaborativa es una contradicción en sí misma. "Colaborar es una interacción social de carácter no comercial entre una persona y otra", escribe en su libro *Lo tuyo es mío* (Taurus, 2016), mientras que "economía sugiere transacciones mercantiles, el cambio interesado de dinero por bienes o servicios".

**Nuestra facturación en 2016 se ha situado cerca de los 40 millones de euros, lo que supone un crecimiento de aproximadamente un 8% / Estamos trabajando en un importe plan de captación y fidelización de cartera, proyectamos un crecimiento de nuestro negocio de entorno a un 10% / La integración de nuestros seguros en Pursuit se ha completado exitosamente**

## «ERV ha mantenido su comisión apenas invariable en los últimos años»

Oscar Esteban / Director comercial de ERV Seguros de Viaje

El director comercial y de marketing de ERV Seguros de Viaje, Oscar Esteban, desvela algunas de las novedades de la compañía de seguros de viaje líder del mercado español.

**P.- ¿Cuál ha sido el volumen de facturación de ERV en 2016? ¿Qué previsiones tiene para 2017?**

**R.-** Nuestra facturación en 2016 se ha situado cerca de los 40 millones de euros, lo que supone un crecimiento de nuestro negocio de aproximadamente un 8% respecto a 2015. Estas cifras están muy cerca de los objetivos que nos habíamos marcado a comienzo de año, y nos sentimos muy satisfechos por afianzar un año más nuestra posición de liderazgo dentro del mercado tradicional de seguros de viaje. Durante este ejercicio estamos trabajando en un importe plan de captación y fidelización de cartera, proyectamos un crecimiento de nuestro negocio de entorno a un 10%.

**P.- ¿Qué producto ha sido en 2016 el más demandado por sus clientes?**

**R.-** En el segmento vacacional nuestro producto con mayor aceptación ha continuado siendo el seguro de viaje Select. En 2016 realizamos una renovación importante del producto, mejorando la protección al viajero con nuevas coberturas de asistencia, accidentes o secuestro del medio de transporte, y ampliando los límites de demora de equipaje, pérdida de enlaces y muchas otras novedades. Este relanzamiento tuvo una repercusión muy positiva entre las agencias de viajes, porque conseguimos construir el producto a medida de las necesidades de los agentes, logrando un crecimiento importante en sus ventas. En el segmento de viajes de empresa, nuestro seguro de viaje Business Star ha permanecido a la cabeza en la lista de los mejores productos para los desplazamientos corporativos y observamos una alta demanda en todas las modalidades del producto.

**P.- ¿Cuáles son los principales clientes de ERV en España?**

**R.-** Entre nuestros clientes más importantes se encuentran agencias de viajes mayoristas y minoristas, corredores de seguros, organizadores de congresos, entidades financieras y compañías de seguros.

**P.- ¿Qué papel juega la agencia en la comercialización de sus seguros?**

**R.-** El agente de viajes tiene la labor más importante a la hora de comercializar el seguro de viaje. De nada vale que empresas como la nuestra construyamos seguros de viaje con garantías de altísima pro-

tección, si los agentes no ayudan a sus clientes a comprender la necesidad del seguro de viaje. Hoy la clave se encuentra aquí, en la formación y experiencia que los agentes van a ofrecer a sus viajeros para que éstos puedan comprender por qué necesitan un seguro de viaje, con qué garantías y límites, y ante qué circunstancias.

Para nosotros el trabajo que realizan los agentes cuando promocionan nuestros productos es de vital importancia para que los viajeros puedan comprender por qué el seguro debe ser un elemento indispensable de su 'paquete' turístico para desplazarse con la máxima seguridad y evitar costes inesperados.

**P.- Hace relativamente pocas fechas la oferta de seguros de ERV se ha incorporado a la plataforma de reservas Pursuit, exclusiva para las agencias de viajes. ¿Qué supone para la compañía este paso?**

**R.-** Efectivamente, ERV ya está en Pursuit. La integración de nuestros seguros en la herramienta se ha completado exitosamente después de meses de trabajo y hoy los agentes que utilizan esta plataforma de reservas ya pueden complementar sus 'paquetes' vacacionales con una amplia gama de nuestros seguros. Asegurar a sus viajeros nunca fue tan fácil y el proceso de contratación es muy sencillo, lo que permite la fluidez del trabajo y servicio en las agencias.

**P.- ¿Qué productos están disponibles en esta plataforma y de qué**

**manera pueden reservarlos las agencias de viajes?**

**R.-** Actualmente se pueden contratar cuatro tipos de seguros, dependiendo de la necesidad y el destino del viajero. Estos son: Select, nuestro seguro más completo para viajes vacacionales con asistencia médica, repatriación, cobertura de equipaje, demoras, responsabilidad civil, anulación y reembolso de vacaciones... etc.; Travel Star, un seguro multiasistencia para escapadas y que incluye garantías de asistencia médica, repatriación o equipajes, pero con límites menores que



nuestro producto Select; Travel, producto básico con coberturas esenciales; y Travel Cancellation, el seguro de anulación más completo con 30 causas garantizadas. El proceso de contratación dentro de la plataforma es muy sencillo, y la opción de consulta y contratación de seguros de viaje se ofrece como un paso más en el proceso de reserva del paquete vacacional.

**P.- ¿Han variado las comisiones que perciben las agencias de viajes?**

**R.-** Durante los últimos años la competencia ha crecido mucho y aspectos como la cobertura de produc-

to, el precio y su comisión juegan un papel fundamental en la competitividad del seguro, tanto para la agencia, como para nosotros como aseguradora. En cualquier caso ERV, ha mantenido su porcentaje de comisión apenas invariable en estos últimos años, siendo el producto de seguros uno de los más rentables que las agencias de viajes comercializan.

**P.- ¿Qué porcentaje de la facturación ha correspondido a sus productos para el mercado de congresos y viajes de negocios?**

**R.-** Del total del volumen de negocio alrededor de un 12% corresponde a los productos para desplazamientos de negocios y congresos.

**P.- ¿Cómo ha evolucionado la demanda de seguros para estos mercados (MICE y business travel)?**

**R.-** La evolución del business travel ha traído consigo una tendencia de crecimiento en los productos asociados, y en nuestro sector lo hemos apreciado de manera muy clara, de hecho, es el segmento donde más hemos crecido en los últimos años.

**P.- ¿Qué tipología de clientes demandan los productos Congresos y Business Star?**

**R.-** Fundamentalmente son agencias especializadas en viajes corporativos, empresas especializadas en MICE y corredores de seguros que gestionan los seguros de las empresas. Su cliente final son trabajadores individuales o grupos que se desplazan al extranjero durante largas y cortas temporadas para formar parte de proyectos específicos dentro de sus empresas. Como es lógico, las compañías a las que pertenecen buscan la mejor cobertura para sus empleados, adaptando el tipo de seguro a sus necesidades, categoría profesional, y al tipo de trabajo que va a realizar en el destino definido.

**P.- ¿Qué características principales tienen estos productos?**

**R.-** Destacan por la amplitud de sus coberturas, por la cuantía de sus garantías y, también, por la flexibilidad que ofrecen sus distintas modalidades para configurarse a la medida de nuestros clientes, tanto si sus empleados viajan puntual como regularmente. Son productos que destacan por su adaptabilidad a las necesidades que requiera cada tipo de viaje, empleado o categoría profesional.

**P.- Por tercer año, ERV ha sido de las aseguradoras mejor valoradas en el Barómetro de ADECOSE. ¿A qué cree que se debe este éxito en la valoración de su servicio?**

**R.-** Efectivamente, hemos sido la compañía con la evaluación más alta en aspectos como producto, precio, gestión técnica y comercial. Además hemos recibido una muy buena valoración en criterios recursos y servicio administrativo. Pensamos que se debe al trabajo diario, y al especial esfuerzo que estamos dirigiendo tanto a corredores como a agencias. Es el mejor estímulo para mejorar más el servicio cada año.

*En el segmento vacacional nuestro producto con una mayor aceptación es el seguro de viaje Select*

*El trabajo que realizan los agentes promocionando nuestros productos es de vital importancia*

## Inmersos en el desarrollo de nuevos productos

**E**stamos inmersos en el desarrollo de nuevas ideas en el área de producto. Por un lado, incorporando a nuestro portfolio más soluciones para públicos y colectivos específicos que requieren de coberturas especiales. Por otro en el desarrollo de soluciones flexibles y adaptables a agencias

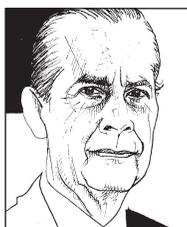
con limitaciones especiales. En el área de innovación, hemos finalizado la migración a nuestra nueva plataforma de emisión y gestión de pólizas que ahora es más cómoda y accesible para nuestros clientes, y la puesta en marcha de nuestra herra-

menta de comunicación y declaración de sinistros, Sinistros Online.

Otros proyectos de este año se han centrado en el lanzamiento de nuestra aplicación para móviles y nuestro portal Vip Online, dirigido este último a empresas y em-

pleados, para viajar con la máxima seguridad y conozcan de primera mano todas las recomendaciones y riesgos sobre su destino.

Por otro lado, Business Star se presenta este año con importantes novedades y mejoras, y no menos importante, sin ningún cambio en sus tarifas.



OSCAR ESTEBAN

# EXPO

## GALERIA

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

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

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

**Filatelia**  
**Numismática**  
**Coleccionismo**

fundada en 1964

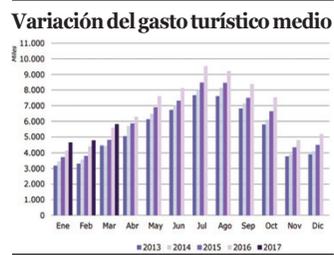
C/ Los Centelles 43, 1  
46006 Valencia (España)  
Telf.: 96 392 34 31 - 96 392 16 25  
Fax: 96 392 53 66  
info@expoegv.com  
www.expoegv.com



# ESCAPARATE

## Las 'bajo coste' crecen un 13% hasta marzo

En el primer trimestre la cifra de turistas extranjeros ha crecido un 7,6%, y así las aerolíneas *low cost* aumentaron un 13%, frente al incremento de tan solo el 2,7% de las compañías aéreas tradicionales. **Pag. 32**



## Desaceleración en el Sector durante febrero

El volumen de negocio de agencias de viajes y turoperadores aumenta en febrero por séptimo mes consecutivo, un 2,2%. Pese a ello, crece menos que en enero, cuando la producción subió un 7,1%. **Pag. 13**



## China se mantiene como mercado emisor

China se mantiene, un año más, como el mayor mercado emisor del mundo según OMT. Su gasto asciende a unos 243.700 millones de euros, un 12% más. El segundo mercado, Estados Unidos, crece un 7%. **Pag. 12**

## PRONTUARIO

### Distribución y supervivencia

**T**ODOS LOS SECTORES económicos están sujetos a una evolución continua, a mayor o menor velocidad. Y nuestro Sector de Turismo y aún más, el Sector de agencias de viaje, no están al margen de ello. Pero la sensación es de que estos cambios y evoluciones aparecen sin la intervención de los profesionales.

En poco tiempo se han encontrado con nuevas vías de venta de viajes que les golpean por los cuatro costados. Comenzando con la venta directa de las compañías aéreas, hasta las agencias de viajes *online*, pasando por las aplicaciones móviles y el incontrolable intrusismo.

Las agencias independientes, tratan de frenar todas estas situaciones mediante asociacionismo en grupos de gestión y franquicias. Y fue una vía de solución durante un tiempo. Tiempo que ha quedado obsoleto.

El sistema de distribución con intermediarios hace que la competitividad se vea comprometida. Y por tanto, la supervivencia de los profesionales.

La solución en otros sectores, ha pasado por la aplicación de tecnología que aproxime el bien o el servicio al usuario final. Es decir, la eliminación de intermediarios no necesarios.

Hoy nuestra tecnología, permite a las agencias, los grupos de gestión y franquicias, su uso, y de esta forma acercar el producto de origen al consumidor final, aumentando de forma exponencial su nivel de competitividad. Se trata de una evolución natural. El viajero trata de obtener el mejor precio, y puede buscarlo desde un terminal. El profesional, necesita de esa evolución, y de lo que ya es obvio, su trato personal, que nunca será sustituible.

Jose Manuel Lledó es responsable de Travelk.

# El número de empresas de distribución turística no ha parado de crecer desde 2014

El crecimiento registrado en el último año es menos intenso que en los dos años anteriores

Las sociedades con sede en España dedicadas a la distribución de productos y servicios turísticos suben un 1,5% en 2016, ascendiendo a

9.160. Se trata del tercer crecimiento consecutivo. La cifra de este último año es muy superior a la registrada en 2008, cuando se alcanzaron

las 8.571 empresas. La evolución es positiva en aquellas Comunidades autónomas donde hay más sociedades dedicadas a esta actividad.

Aumenta aún más la competencia en el negocio de la distribución turística en España. El año 2016 se cerró con un total de 9.160 agencias de viajes, turoperadores y otras empresas dedicadas a la venta de productos y servicios turísticos, sumando todas ellas 13.225 locales. Se trata de un incremento del 1,5% en comparación con las 9.027 sociedades registradas en 2015 y, además, del tercero consecutivo.

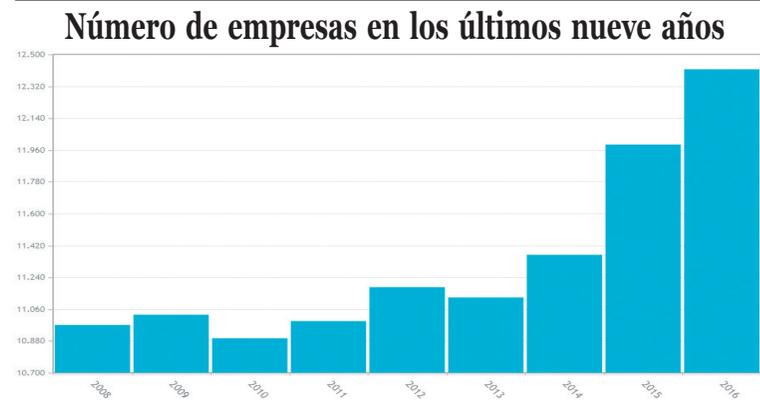
Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2015 se produjo un crecimiento cercano al 3,7%, mientras que un año antes la tasa interanual fue del 2%. En este trienio el número de empresas españolas vinculadas a la distribución turística ha protagonizado un fuerte repunte del 7,3%, pasando de las 8.534 con las que se cerró 2013 a las 9.160 alcanzadas en 2016. Además, la cifra de este último año es muy superior a la registrada en 2008, cuando se llegó a las 8.571. Cabe recordar que en dicho ejercicio la crisis económica impactó de

lleno en la actividad turística, produciéndose un desplome sin precedentes en la demanda de viajes.

### Mayor concentración territorial

Profundizando en los datos de este último 2016, existen grandes diferencias territoriales. Curiosamente, la evolución es positiva en aquellas Comunidades autónomas donde hay más sociedades dedicadas a esta actividad, mientras que en aquellas con menos presencia de estas empresas el comportamiento suele ser negativo. La Comunidad de Madrid ocupa, con 1.832 empresas, la primera posición. Protagoniza, además, un aumento interanual del 1,4%.

Le sigue Cataluña con 1.654, un 3,6% más que en 2015, mientras que Andalucía completa el podio con 1.575, casi un 1% más que en la recta final de 2015. De las diez Comunidades con mayor tejido empresarial vinculado a la distribución turística, la Comunidad Valenciana es la única que sufre un retroceso



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

© NEXOTUR

interanual. En concreto, termina 2016 con 902 sociedades, un 2% menos que en 2015. Por detrás figuran Canarias con 655 (+6%), Castilla y León con 382 (+1,6%), Baleares con 375 (+0,8%), Galicia con 352 (+3,2%), País Vasco con 258 (+1,1%) y Castilla-La Mancha con 269 (+1,1%).

La undécima posición es para Murcia con 183 empresas dedicadas

a la venta de productos y servicios turísticos, un 7% más que en 2015. Completan la lista Asturias con 176 (-1,1%), Aragón con 157 (-7,6%), Extremadura con 140 (-2,1%), Cantabria con 80 (-7%), Navarra con 72 (+4,3%) y La Rioja con 42 (-2,3%). Ceuta y Melilla, por su parte, finalizan 2016 con 38 (-2,5%) y 18 (+12,5%) sociedades vinculadas a la distribución turística, respectivamente.

# Las agencias de viajes, cada vez más cerca de las cifras de empleo previas a la crisis

La recuperación del empleo se inició en 2015, tras haber tocado techo su crecimiento en 2008

Continúa la recuperación del empleo en el Sector de agencias de viajes. Según los últimos datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, minoristas y turoperadores han dado trabajo a una media de 55.423 profesionales en los tres primeros meses del año, lo que supone un aumento interanual del 5,3% (2.783 más) en comparación con los 52.640 afiliados alcanzados en el mismo periodo de 2016.

Se trata del tercer crecimiento consecutivo registrado en los tres

primeros meses del año. Además, tras la destrucción de empleo sufrida en el periodo comprendido entre 2009 y 2014, agencias y turoperadores están cada vez más cerca de cifras precrisis.

Hasta el momento, el mejor dato corresponde al año 2008. En los tres primeros meses de dicho ejercicio se llegó a la cifra récord de 58.956 ocupados. Por el contrario, seis años más tarde se tocó fondo. En el mismo trimestre de 2014 el número medio de empleados se situó en

47.662, 11.294 menos que en el arranque del año 2008.

El Turismo también supera con creces los niveles de empleo del pasado año, con un valor medio de 2,1 millones de ocupados en los tres primeros meses de 2015, un 4,3% más que en el inicio de 2016. Detrás de este crecimiento está la recuperación de los asalariados, con una variación positiva del 5,5% (cerca de 1,7 millones). En cambio, el número de autónomos se estanca (+0,4%), rozando los 470.000.



El peor dato corresponde a 2014.

## ElAVE 'es una de las obras más exitosas de España'

El presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, defiende la contribución del AVE a "la vertebración territorial de España", por lo que avanza que se va a seguir apostando por este tipo de inversiones. "Es una de las obras colectivas más importantes y exitosas de la España contemporánea", ha subrayado en la jornada 'SER 25 años de Alta Velocidad en España', celebrada en Sevilla.

## Grupo Mapa reestructura el equipo de Mapaplus

Tras 13 años en Mapaplus, el hasta ahora director general, Melchor Baixas, se retira y, por tanto, se desvincula del Grupo Mapa. "Agradecemos que durante estos años haya aportado su talento, su capacidad profesional, aptitudes y su tiempo para hacer crecer y mejorar a Mapaplus", resalta el presidente del grupo, Alberto Díaz, quien asumirá sus funciones.

## Enterprise incorpora vehículos eléctricos

Enterprise Rent-A-Car continúa con su apuesta por un servicio al cliente de calidad a través de la incorporación de vehículos híbridos a su flota en España. Esta es la respuesta de la compañía ante el aumento progresivo y paulatino del uso de vehículos poco a nada contaminantes en las grandes ciudades. Pone a disposición de sus clientes de toda España vehículos híbridos.

## Ifema se estrena con festivales de gran formato

La Feria de Madrid (Ifema) se estrenará este verano en festivales de gran formato dando acogida al novedoso Festival Río Babel, que nace con el fin de cohesionar la escena musical española con la latina principalmente, a través de sus más interesantes exponentes. El recinto ferial abrirá sus puertas a la cultura y el entretenimiento, para generar un espacio de intercambio cultural a través de la música.

## Globalia llevará a su feria cerca de 50 proveedores

Comienza la cuenta atrás para el estreno de la Feria del Viaje de Madrid. La primera edición del certamen, impulsado por Globalia, permitirá al público final acceder a más de 20.000 ofertas de viajes de los aproximadamente 50 proveedores que participarán con stand propio en el Wizink Center.



El director de Nuevos Proyectos de Halcón, Miguel de Lara.

En declaraciones a NEXOTUR, el director de Nuevos Proyectos de Halcón y responsable de la coordinación de la feria, Miguel de Lara, revela que "hay empresas que se han quedado fuera" por falta de espacio. Y es que para un proyecto como éste, totalmente novedoso en el mercado español, el grupo ha preferido "una primera edición controlada". Ya en un futuro, dependiendo de la acogida que tenga, analizarán "si seguimos en el mismo recinto". Lo que sí es seguro es que "nace con vocación de permanencia", subraya.

Preguntado por la previsión de asistencia, De Lara espera entre los dos días un mínimo de 15.000 visitantes. No obstante, aclara que al tratarse de la primera vez que se hace algo así en España, puede variar.

En lo que respecta al funcionamiento de la misma, todos y cada

uno de los más de 20.000 viajes que estarán a disposición de los visitantes tendrán un descuento. Los primeros clientes accederán a las mejores ofertas, pudiendo contratar in situ 'paquetes' al 50% de su precio oficial. Una vez se vayan agotando las plazas con mayores rebajas, el descuento se irá reduciendo progresivamente, siendo el mínimo de entre un 10% y un 15%. Para evitar aglomeraciones y largas colas, Globalia habilitará en la parte trasera del palacio una zona de cajas con 40 agentes de viajes de Halcón Viajes. Serán ellos los encargados de realizar todas las ventas.

## El Congreso de UNAV estrenará un formato más dinámico y participativo

Se retransmitirá en directo a través del perfil de Facebook de UNAV

El próximo 25 de mayo, el Parador de Turismo San Marcos en León acoge el congreso de UNAV. En esta nueva edición la Asociación decana del Sector introduce nove-

dades para que el evento sea más dinámico y participativo. Las sesiones abordarán algunos de los aspectos que más interesan o preocupan a las agencias.

La Unión de Agencias de Viajes (UNAV) apuesta por una fórmula novedosa, más dinámica y participativa, para las sesiones de trabajo de su próximo Congreso, que tendrá lugar en León del 25 al 28 de mayo y en el que se darán cita unas 200 personas. La jornada, que se celebrará íntegramente el viernes 26 en el Parador de Turismo San Marcos, contará con expertos profesionales que expondrán y atenderán, de forma interactiva, matices y propuestas planteadas por los congresistas.

Otra de las novedades es su retransmisión en directo a través del perfil de Facebook de UNAV y la posibilidad de utilizar un hashtag para twitter (#CONGRESOUNAV). Los usuarios podrán formular sus comentarios y preguntas, algunas de las cuales se trasladarán en tiempo real a los moderadores.

Como en ediciones anteriores, las sesiones abordarán algunos de

los aspectos que más interesan o preocupan a las agencias de viajes españolas. En el primer panel, directivos de grandes proveedores turísticos como Iberia, Meliá Hotels, Paradores, Enterprise, Hotel Marriot Auditorium e Iberia Cards, abordarán el perfil y tipología del cliente de una agencia de viajes. A través de las experiencias de los ponentes, se mostrarán ejemplos del nuevo consumidor, profundizando en los hábitos de compra y las nuevas identificaciones.

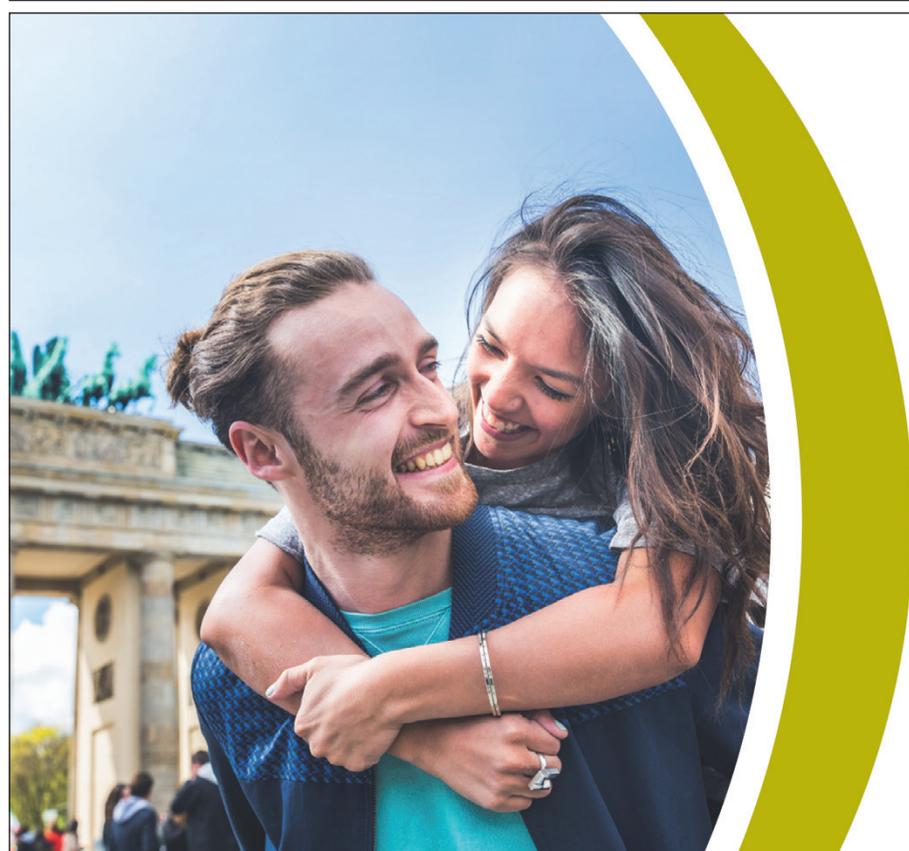
### Fórmulas de venta

El segundo panel se centrará en las fórmulas de venta. Responsables de Amadeus, Travelport, Renfe, Movelia y Bonotel Exclusive Travel dedicarán especial atención al nuevo entorno de distribución y comercialización turística. Por último, expertos en cuestiones legales



Parador San Marcos en León.

de InterMundial, Aon/Taeds y UNAV Legal, entre otros, debatirán en una mesa redonda sobre las principales preocupaciones legales de las agencias. Dos de los temas centrales en el congreso serán el aumento del importe de las garantías y los cambios que implica el nuevo sistema de gestión del IVA. Asimismo, se hablará sobre la nueva Directiva de Viajes Combinados.



## Asegura que el viaje de tus clientes sea inolvidable

### Protégelos con el especialista en seguros de viaje

Esta primavera, asegúrate de que tus clientes viajan con la tranquilidad y las coberturas más completas:

- Asistencia médica
- Repatriación
- Equipajes
- Demoras
- Anulación
- Accidentes

ERV, más de 100 años asegurando a viajeros por todo el mundo.

ERV, un año más en el top ranking de las aseguradoras mejor valoradas. Barómetro ADECOSE 2016.

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.

100% Agentes

# Turnexo

## Madrid

Confirma asistencia:



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

(y reserva tu Reloj de pulsera)



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXO TUR**

EXCLUSIVO

**TurNexo**

PARA AGENTES

**Jueves 4 de Mayo**  
**Hotel Mayorazgo**

**Nexopublic**  
CONSULTING

# Las agencias valencianas destacan que existen buenas perspectivas para el verano tras una gran Semana Santa

Los participantes en el Foro NEXOTUR coinciden en señalar el buen momento que atraviesa el Turismo

El Turismo atraviesa un buen momento, como han destacado en el Foro NEXOTUR celebrado en el marco de TurNexo Valencia en el hotel Ayre Astoria Palace el empresariado

turístico de la Comunidad Valenciana. La Semana Santa "ha sido buena, extraordinaria" y "las perspectivas son muy buenas porque se está creciendo a doble dígito". Destacan

entre las intervenciones que "la recuperación importante del Turismo nacional". De esta manera, abogan por "convertir la euforia en una tendencia".

El empresariado turístico de la Comunidad Valenciana coincide en señalar el buen momento que atraviesa el Turismo, tanto desde el punto de vista receptor como emisor. Así lo han resaltado los directivos y representantes sectoriales que se han dado cita en el Foro NEXOTUR, antecesa del Salón TurNexo Valencia.

Para el presidente de CEAV Comunidad Valenciana, Ximo Solá, la Semana Santa "ha sido muy buena, extraordinaria", tanto por el comportamiento de la demanda como por la subida del precio medio". También apunta que las perspectivas para la temporada estival son "positivas", algo en lo que coincide la vocal de la misma Organización, Teresa Altarejdelos, quien resalta que "se ha tocado fondo y ha comenzado la recuperación". No obstante, muestra su preocupación "por las contradicciones legislativas de Bruselas" y "la desprotección de las pequeñas agencias".

Por su parte, el presidente de la Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes (AEVAV), Miguel Jiménez, también destaca que "las perspectivas son muy buenas porque se está creciendo a doble dígito". Sin embargo, advierte que el Sector "necesita algo más de apoyo por parte de las Administraciones". Salvador Amorós, vocal de la misma Asociación, cifra en un 18% el crecimiento que está experimentando el negocio, por lo que espera un buen comportamiento esta temporada estival. Finalmente, la delegada de promoción internacional de AEVAV, Yolexi Singh, lanza una advertencia: "hay que innovar más en el producto turístico y elevar la calidad para atraer otro perfil de turista".

También el director general de Valencia Bus Turistic, Francisco Tomás, resalta el "notable incremento de viajeros esta Semana Santa", así como "la recuperación im-



El Foro NEXOTUR ha abordado la coyuntura del Sector de agencias.

portante del Turismo nacional". Por último, en representación de la Administración pública, el gerente del Patronato Provincial de Turismo de Valencia, Pau Pérez, aboga por "convertir la euforia en una tendencia". Entre los retos de su departamento está aprovechar la amplia

oferta de la provincia para que no se centralice todo el Turismo en la ciudad de Valencia.

## El Salón TurNexo

Tras la conclusión del debate y el tradicional corte de cinta, los agen-

tes de viajes de la Comunidad Valenciana han tenido oportunidad de conocer de primera mano las propuestas y novedades de un selecto grupo de proveedores turísticos (turoperadores, compañías aéreas, cadenas hoteleras, compañías de seguros, etc.).

# El Salón TurNexo Valencia reúne en Valencia a un selecto grupo de proveedores turísticos en el Ayre Astoria Palace

La feria ha contado con la presencia de expositores como Iberia, Renfe, ICTE o el Patronat Provincial de Turisme de Valencia



El jueves 20 de abril el Ayre Astoria Palace acogió el Salón TurNexoValencia, inaugurado por el gerente del Patronato de Turismo de Valencia, Pau Pérez.



Celebrado en horario de tarde, ha permitido a los agentes establecer contacto comercial con algunos de los principales proveedores turísticos como Politours, Iberia o Renfe.



Los agentes han recorrido todos los stands para conocer las últimas novedades de los proveedores y sellar el pasaporte, con el que a la salida han recogido el reloj con el que le obsequia la organización.



Los profesionales del Sector que se han acercado al Salón que organiza el Grupo NEXO desde hace más de una década también han podido disfrutar del intercambio de ideas con sus colegas.

## Renfe prevé un beneficio de más de 39 millones

Renfe prevé situar su beneficio en 39,2 millones de euros antes de impuestos en 2017. Por primera vez desde el nacimiento de la actual Renfe Operadora, en 2005, el resultado consolidado positivo no se debe a ingresos de naturaleza extraordinaria, sino a los recursos generados por la propia actividad del Grupo Renfe, según el presidente de Renfe, Juan Alfaro.

## Lastminute gana siete millones y deja las pérdidas

Lastminute da la vuelta a sus resultados. El grupo (Lastminute.com, Jetcost, Bravofly, Rumbo, Volagratis y Crocierissime), cierra 2016 con un beneficio neto de 7,5 millones de euros, frente a los 17,8 millones que perdió en 2015. También mejora de forma significativa su resultado bruto de explotación (Ebitda), que pasa de los 500.000 euros de 2015 a 28,6 millones en este último ejercicio.

## Las Asociaciones francesas se unen en pro del Turismo

Cinco de las grandes Organizaciones empresariales vinculadas al Turismo de Francia (CAF, GNC, SETO, SNRT y UMIH) han acordado trabajar de forma conjunta con motivo del proceso electoral en que se encuentra inmerso el país. El Turismo "es la industria del futuro de la economía francesa". Por este motivo, consideran prioritario que "sea una cuestión de Estado".

## Fycma renueva certificado en gestión energética

El Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) ha renovado su certificación ISO 50001:2011 en gestión energética conforme a la normativa de la Asociación Española de Normalización y Certificación (Aenor). Acredita así la implantación y puesta en marcha de procedimientos para garantizar la aplicación de criterios sostenibles y respetuosos con el medio ambiente en el uso de la energía.

# Cataluña da el primer paso y pone fecha a la revisión al alza de las garantías

Las Comunidades autónomas están obligadas a modificar sus reglamentos

El aumento de las garantías será una realidad en Cataluña a finales de octubre. Concretamente, a partir del día 30 debería entrar en vigor la nueva normativa, que

obligará a las agencias a que el importe a cubrir se calcule aplicando el 5% (en lugar del 3% actual) de la facturación en viajes combinados del año anterior.

Las agencias de viajes establecidas en Cataluña serán, con toda probabilidad, las primeras en sufrir la revisión al alza de las garantías. Según establece la Ley de Medidas Fiscales, Financieras, Administrativas y Públicas de 2017, publicada el pasado 30 de marzo por la Generalitat, se prevé que esta medida sea efectiva a los seis meses desde la entrada en vigor de la nueva normativa, es decir, el 30 de octubre de este mismo año.



Carles Puigdemont

tende así cubrir los importes pagados por los consumidores hasta la finalización del viaje y los gastos de repatriación, si el transporte está incluido, y el alojamiento previo. También se establece que la repatriación se ha de activar de manera efectiva y gratuita.

Como avanzó NEXOTUR, hace aproximadamente un año se acordó, en el marco de la Mesa de Directores Generales de Turismo de las Comunidades autónomas, una propuesta de texto para revisión al alza. Pese a lo negativo del acuerdo, que implica un aumento sustancial de las garantías, la presión ejercida por CEAV en todo el proceso de negociación contribuyó de manera decisiva en una mejora de las condiciones respecto a las propuestas iniciales. Y es que, según fuentes con-

sultadas por este periódico, varias Comunidades abogaban por aplicar porcentajes de dos dígitos, en vez del 5% finalmente acordado.

### ¿Por qué aumentan?

Los hechos se remontan al año 2014, cuando la Comisión Europea determinó que las normativas de algunas Comunidades autónomas relativas a los viajes combinados no cumplían al pie de la letra con las disposiciones en materia de garantías recogidas en la Directiva de Viajes Combinados de la Unión Europea. Por tanto, el Ejecutivo comunitario inició un proyecto piloto, que obligó al Gobierno español a modificar el artículo 163 del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. A raíz de este cambio, es ahora el turno de las Comunidades, que deben proceder a revisar sus reglamentos.

# El destino Cuba confía en crecer a doble dígito

Cuba se ha convertido en uno de los destinos favoritos de los españoles. Su historia, sus valores culturales y patrimoniales, además de sus playas paradisíacas, han elevado al destino en el ranking de popularidad, según Liligo.com.

"La vuelta de Iberia en 2015 como operador de la ruta Madrid-Santiago de Cuba con cinco vuelos directos a la semana, así como la llegada de otras aerolíneas que han comenzado a unir Europa y la isla han ayudado a situar a Cuba como destino turístico de excelencia", afirma el managing director de Liligo.com, Mario Gavira.

El gran número de aerolíneas que realizan esta conexión se ha traducido en un incremento de la oferta que ha hecho bajar los precios un 8% desde 2013, haciéndola más accesible y situándose entre los destinos favoritos para los españoles.

La mayor oferta de vuelos también se ha visto reflejada en el número de personas que ha visitado Cuba. La isla recibió tres millones de visitantes en 2015 y cuatro millones en 2016. Según el pronóstico del Ministerio de Turis-



El precio del viaje se reduce.

mo de Cuba, en 2017 la isla espera continuar aumentando sus visitantes por encima del 14%.

Con un precio medio de 682 euros para un vuelo de ida y vuelta, mayo es el mes donde resulta más económico viajar a la isla. Por el contrario, julio es un 54% más caro con un precio medio de 1.048 euros. Según el último estudio de tendencias de precios, los viajeros que decidan viajar a Cuba en verano deben reservar sus vuelos durante enero o febrero para conseguir los mejores precios.

# Donald Trump modifica el gasto turístico también en España en el segmento del Turismo de compras

‘El gasto del Turismo chino en nuestro país irá al alza’, según el último informe de Global Blue

El hundimiento del peso mexicano tras la llegada de Donald Trump a la Casa Blanca empieza a afectar en la capacidad de gasto de este mercado. Del mismo modo, el desembolso efectuado por turistas rusos aumenta por la apreciación del rublo.

La llegada del nuevo inquilino de la Casa Blanca es, sin duda, uno de los cambios de presidencia más importantes de la historia. La última prueba de que afecta a nivel internacional se está empezando a ver en cómo cambia la capacidad de gasto de los turistas de los diferentes mercados.

El desembolso de los viajeros mexicanos cayó en diciembre un 25%, según un estudio de Global Blue. Algo que la operadora no duda en achacar al hundimiento de su moneda, ya que el peso empezó a

devaluarse desde el día después de las elecciones estadounidenses, y se atreve a pronosticar una bajada aún mayor "ya que no sólo les resultará más caro viajar, sino también comprar".

Algo opuesto ocurre con Rusia, cuyo presidente, Vladimir Putin, hizo público el apoyo a Donald Trump durante una campaña en la que presuntamente llegó a interferir para desfavorecer a la candidata demócrata. El rublo ha experimentado una apreciación cercana al 30% y el desembolso de dinero en nuestro país crece ya a un ritmo del 15%, según el mismo estudio.

### El mercado chino

De entre los otros mercados, Global Blue destaca el chino como tendencia a tener en cuenta para este

2017. "El gasto del turista chino en nuestro país irá al alza, además, la mejora de las conexiones aéreas directas es un punto a favor", comenta el gerente de la empresa para España, Luis Llorca.

El informe también revela cambios respecto al destino del gasto. A pesar de que Barcelona sigue a la cabeza en Turismo de compras, concentrando el 45% del desembolso total, su crecimiento anual en 2016 ha sido moderado, 3,7%. Mientras que en Madrid (39% del total) los visitantes se han gastado un 9,2% más que en 2015. Málaga es la siguiente en la lista (concentrando el 6% del total y un crecimiento del 3,6%). El resto de ciudades españolas se reparten el 10% del Turismo de *shopping*, sin embargo, han crecido en conjunto por encima del 11%.



Barcelona sigue a la cabeza en Turismo de compras.

## Barcelona fusiona sus dos Convention Bureau

El Ayuntamiento de Barcelona, a través de Turisme de Barcelona, y la Diputación Provincial han llegado a un acuerdo para fusionar sus respectivos Conventions Bureau. De esta manera, el Barcelona Convention Bureau (BCB) y el Barcelona Province Convention Bureau (BPCB) se integran ahora en una sola entidad con el objetivo de reforzar a Barcelona como destino MICE.

## Riojaforum, distinguida por su gran accesibilidad

La consejera de Desarrollo Económico e Innovación del Gobierno de La Rioja, Leonor González Menorca, ha recibido la certificación de accesibilidad que Equalitas Vitae ha otorgado a Riojaforum. Esta distinción se concede a establecimientos turísticos que han implantado un plan de accesibilidad y tienen entre sus objetivos la mejora constante en esta materia.

## OPCE CV se reinventa tras casi tres décadas

La Asociación de Organizadores Profesionales de Congresos y Eventos de la Comunidad Valenciana (OPCE CV) ha presentado en Alicante la nueva etapa de esta agrupación empresarial que lleva en activo desde 1990, pero que comienza ahora una nueva andadura con nuevo nombre e imagen, evolucionando y adaptándose a los tiempos y necesidades del mercado.

## Entregados diez Indcar Next L7 de Transunión

Transunión ha recibido diez Indcar Next L7 de 27 plazas + G + C carrozados sobre chasis MAN N14 de 250cv. Estas son las últimas diez unidades de un pedido total de 14 nuevo vehículos para este año 2017. En dos temporadas, Transunión ha incorporado a su flota un total de 24 Next L7. Con dimensiones reducidas y buena bodega, el microbús es ideal para cubrir servicios turísticos.

# Exitoso programa de acción social de Club de Vacaciones

El turoperador destina en un año un total de 35.000 euros a dos proyectos dirigidos a personas con necesidades sociales

Club de Vacaciones, el único turoperador español especializado en Turismo para mayores de 60 años, ha estado muy sensibilizado desde sus inicios con llevar a cabo diferentes iniciativas de acción social designando un euro por cada plaza vendida. En el periodo comprendido entre septiembre de 2015 y el mismo mes de 2016, la empresa ha destinado un total de 35.000 euros a dos proyectos de su programa de Acción Social. Los beneficiarios han sido personas con necesidades sociales elegidas por un comité de expertos del que forman parte, entre otras entidades y organizaciones, CEAV, Imsero, el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), la Confederación Española de Organizaciones de Mayores (CEOMA), Unión Democrática de Pensionistas (UDP), Grupo Senda, Entremayores y Club de Vacaciones.

De los dos proyectos llevados a cabo por el turoperador, el principal es el denominado 'El Viaje de tu Vida', dotado con 26.500 euros. Ha consistido en un viaje a Cantabria para 48 personas que viven en residencias de Madrid, Toledo, Cuenca y Ciudad Real que no tienen posibilidades económicas para viajar. Algunos de ellos incluso lo han hecho por primera vez gracias a este viaje. El viaje, de seis días de duración, les ha permitido conocer Santander, el Parque de la Naturaleza de Cabárceno, Liébana, San Vicente de la Barquera, Santillana del Mar y Santoña, entre otros lugares. Los viajeros fueron recibidos por el presidente de Cantabria, Miguel Ángel Revilla, quien les obsequió con una pulsera del Año Jubilar Lebaniego, después de explicarles el significado del mismo y la trascendencia histórica del Monasterio de Santo Toribio, lugar que más tarde visitaron.

Mediante el otro proyecto, 'Acceso a la Tecnología Adaptada', se han destinado 8.500 euros para la compra de equipos auditivos y smartphones adaptados para su uso por personas sordociegas que no tienen posibilidades de acceder a estos dispositivos. Todos ellos fueron previamente seleccionados por especialistas del Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), y otras asociaciones orientadas a ayudar en la discapacidad.



El presidente de Cantabria, Miguel Ángel Revilla, recibió a los viajeros.

## Reunió a 1.300 personas en el Teatro Lope de Vega de Madrid

La entrega de las asignaciones para ambos proyectos se realizó el día 11 de octubre de 2016 en el Teatro Lope de Vega de Madrid, durante un acto organizado por Club de Vacaciones para celebrar el Día del Mayor. Se dieron cita en el mismo en torno a 1.300 personas. Los participantes, entre los que se encontraban clientes de la mayorista, agentes de viajes y directivos de empresas turísticas, disfrutaron del musical El Rey León. Antes de su inicio, el di-

rector general comercial de Club de Vacaciones, Luis Mata, hizo entrega de las ayudas dinerarias dirigidas a aquellas personas seleccionadas previamente por el comité de expertos de la Acción Social de la empresa. El turoperador también reservó en exclusiva la Plaza de Toros de las Ventas. Ese mismo día, a partir de las 13.00 horas, aproximadamente 800 mayores disfrutaron de una paella gigante y de la actuación de la Banda Municipal de la Policía de Madrid.



Club de Vacaciones rotuló para la ocasión el autobús que llevó a los participantes en 'El Viaje de tu Vida'.



Se destinaron 8.500 euros al proyecto 'Acceso a la Tecnología Adaptada'.



Los beneficiarios fueron previamente seleccionados por expertos del CERMI.

## Puy du Fou prevé invertir 200 millones en Toledo

El parque temático sobre la historia de España de la empresa Puy du Fou se inaugurará en Toledo en 2019. Para la primera fase de desarrollo, que abarca desde 2019 a 2020, el grupo francés invertirá un total de 197 millones de euros, siendo la primera vez que esta empresa destina fondos propios en un proyecto internacional. Para 2020 el parque turístico empleará directamente a 1.800 personas.

## Les Roches se adhiere al Código de la OMT

Les Roches Marbella se une a la Organización Mundial del Turismo (OMT) tras aceptar los principios del Código Ético, marco fundamental de referencia para la sostenibilidad del Sector. Así, los campus que la escuela de Dirección Hotelera tiene en cinco países del mundo (España, Estados Unidos, Jordania, China y Suiza) son ya miembros afiliados del organismo que preside Taleb Rifai.

## CLIA muestra compromiso con la sostenibilidad

Energy and Environmental Research Associates (EERA) asegura que las líneas de cruceros de la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA) son líderes en prácticas de gestión de emisiones a la atmósfera y aguas residuales. El sector avanza hacia la sostenibilidad por el desarrollo tecnológico, los combustibles alternativos y eficientes, y las políticas medioambientales.

## Baqueira cierra temporada con 800.000 visitantes

Baqueira Beret hace un balance positivo de la temporada de esquí que acaba de cerrar esta semana, y que comenzó el pasado 26 de noviembre. En estos 143 días en funcionamiento han acudido a sus pistas más de 808.000 esquiadores, siendo el 25 de enero (carnaval), el día de más afluencia, con 17.500 visitantes. La zona que más ha crecido ha sido Bonaigua.

# España es el cuarto país del mundo donde más aumenta el gasto en viajes al exterior, según la OMT

China, Estados Unidos y Alemania repiten como las tres primeras potencias emisoras de turistas

China se mantiene, un año más, como el mayor mercado emisor del mundo según los datos de su último barómetro. Su gasto asciende a unos 243.700 millones de euros, lo que

supone un aumento interanual del 12%. El segundo mercado en importancia, Estados Unidos, también protagoniza un fuerte incremento (+7%), con un desembolso aproximado

de 113.400 millones de euros. El número de estadounidenses que se han desplazado a destinos internacionales se incrementa en un 8% hasta noviembre de 2016.

De los 50 primeros mercados emisores del planeta, solo Vietnam, Argentina y Egipto registran en 2016 un crecimiento mayor que el protagonizado por España. China se mantiene como el primer emisor, con un gasto total de 243.700 millones de euros. Completan el podio Estados Unidos y Alemania.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) también se hace eco de la fortaleza del Turismo emisor español. Según su último barómetro, solo tres mercados emisores (entre las 50 grandes potencias del mundo) registraron en 2016 un crecimiento más intenso del gasto destinado a viajes al extranjero: Vietnam (+28%), Argentina (+26%) y Egipto (+19%). España, por su parte, figura en cuarto lugar con una tasa de crecimiento del 17%. Como avanzó este periódico, los pagos efectuados por los españoles para viajar al exterior ascendieron en el global de

2016 a 18.264 millones de euros, un 16,7% más que en 2015.

China se mantiene, un año más, como el mayor mercado emisor del mundo. Su gasto asciende a unos 243.700 millones de euros, lo que supone un aumento interanual del 12%. Un total de 135 millones de residentes en este país han realizado algún viaje al exterior en 2016, un 6% más que en el ejercicio anterior. El aumento del Turismo internacional desde China ha beneficiado no solo a muchos destinos de Asia-Pacífico, especialmente al Japón, Corea y Tailandia, sino también a lejanos como Estados Unidos y algunos europeos.

El segundo mercado en importancia, Estados Unidos, también protagoniza un fuerte incremento (+7%), con un desembolso aproximado de 113.400 millones de euros. El número de estadounidenses que se han desplazado a destinos in-

ternacionales se incrementa en un 8% hasta noviembre de 2016.

### Recuperación de mercados

Alemania, el Reino Unido, Francia e Italia encabezan el gasto turístico de Europa. En primer lugar figura Alemania, tercer emisor del mundo con un gasto total de 72.300 millones de euros, un 4,9% más que en 2015. Le sigue Reino Unido con 59.000 millones y un crecimiento del 13,8%, mientras que Francia está por detrás con 35.800 millones de euros, un 6,7% más que en 2015.

Tanto Alemania como Francia se recuperan de las caídas sufridas un año antes. El gasto de los residentes en el primero se redujo un 0,6%, mientras que el de los segundos lo hizo un 5,6%. La cuarta potencia de Europa (y octava a nivel mundial) es Italia. Sus ciudadanos han gastado cerca de 22.800 millones de



Hay cuatro países europeos entre las diez primeras potencias.

euros en viajes al extranjero, un 1,5% más que el año anterior.

El secretario general de la OMT, Taleb Rifai, destaca que estos "últimos datos sobre el gasto en Turismo emisor son muy alentadores". "Pese a los numerosos cambios que se han producido en estos años, los resultados de gasto están en consonancia con el creci-

miento del 4% del Turismo internacional, hasta las 1.200 millones de llegadas", apunta. Asimismo, hace hincapié en que "en todo el mundo sigue habiendo mucho interés por viajar y los beneficios del Turismo repercuten en multitud de países, lo que se traduce en crecimiento económico, creación de empleo y oportunidades de desarrollo".

## Los Organizadores Profesionales de Congresos aumentan su actividad y el impacto económico a nivel internacional

Las empresas miembros de IAPCO gestionan más de 9.800 reuniones con un impacto de 6.300 millones de euros

La Asociación Internacional de Organizadores Profesionales de Congresos (IAPCO), con motivo de la celebración del Global Meetings Industry Day este mes de abril, ha hecho balance de la actividad de sus empresas asociadas en 2016, resultando una evolución positiva de todos los ámbitos (reuniones, impacto económico, participantes, pernoctaciones...).

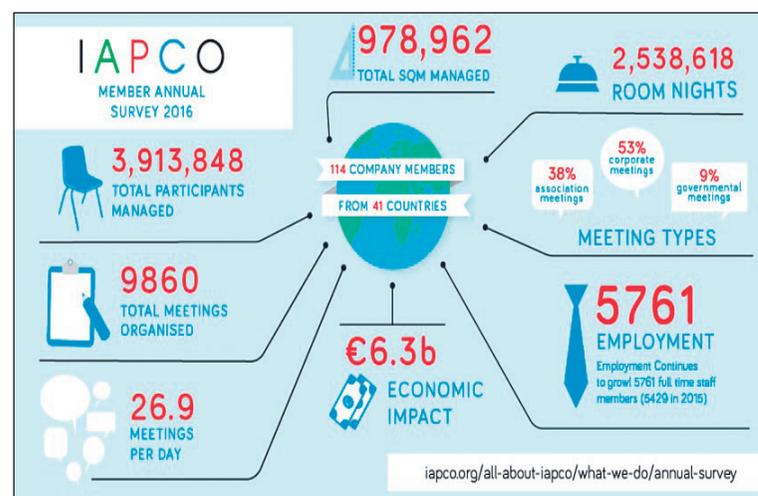
### Impacto económico

Los miembros de IAPCO han gestionado un total de 9.860 reuniones en las que han participado 3.913.848 personas, lo que supone un incremento del 14,7% y 23,6%, respectivamente. La asociación internacional ha destacado que el 53% de los eventos han sido reuniones corporativas, el 38%

asociativas y el 9% gubernamentales. Asimismo, sus empresas han gestionado 27 reuniones al día.

También positivas han sido las cifras de pernoctaciones y metros cuadrados utilizados, resultando un total de 2.538.618 pernoctaciones hoteleras, un 4,5% más que el año anterior, y una superficie reservada de 978.962 metros cuadrados, una cifra un 21,7% superior a 2015. En cuanto a los datos de alojamiento, IAPCO ha señalado que el menor ritmo de crecimiento en este sentido se debe a que plataformas de reservas de alojamiento, como Airbnb, han entrado a participar en este Sector.

Por otro lado, la asociación también ha reflejado los datos de empleo en sus empresas asociadas, cerrando el año con 5.761 trabajadores a tiempo completo, un 6,1%



Principales datos de la actividad de IAPCO.

más que el ejercicio anterior. Finalmente, IAPCO ha resaltado el importante impacto económico de su acti-

vidad en los destinos, situándose en 6.300 millones de euros en 2016, un 23% más que el año anterior.

## Iberia estrena su novedosa clase turista premium

Iberia ha presentado su primer avión (Airbus A340/600) equipado con la novedosa clase turista premium. La transformación de estas aeronaves, que se llevará a cabo de forma gradual, se realizará en las instalaciones de mantenimiento de La Muñoz (Madrid), mientras que los A350 vendrán equipados de fábrica. Este verano la aerolínea contará con cinco aviones con esta nueva cabina.

En palabras del director comercial de Iberia, Marco Sansavini, este lanzamiento "supone para nosotros ver como adquiere forma un proyecto que nos entusiasma". Se muestra convencido de que "hay un segmento de clientes que en vuelos largos habitualmente eligen clase turista y están dispuestos a pagar un poco más por volar más cómodamente".

## Fomento consolida una alianza aérea con México

El ministro de Fomento, Iñigo de la Serna, y el canciller mexicano, Luis Videgaray, han firmado el Convenio sobre Transporte Aéreo entre España y México. Se trata de un marco bilateral aperturista, en el que las compañías aéreas pueden seleccionar libremente el número de vuelos y los destinos a los que volar. Incorpora nuevas facilidades operativas para los vuelos de carga y los vuelos chárter.

## El Grupo Azul reúne a más de 130 colaboradores

Grupo Azul Marino ha congregado en su convención a más de 130 empleados y colaboradores de toda España en Bilbao, sede central de la empresa, para realizar dos jornadas de encuentro y formación. Los directores ejecutivos del Grupo, Juan e Iñigo del Hoyo, han aprovechado el evento para los resultados de 2016, un volumen de negocio cercano a los 45 millones de euros.

## Sixt abre nueva oficina de alquiler en Girona

Sixt sigue aumentando su presencia en España con una nueva oficina en el Aeropuerto de Girona que estará disponible desde el 1 de mayo tanto para los turistas vacacionales como para aquellas personas que viajen por motivos laborales. Esta oficina, dirigida por Sara Martínez Rincón, está situada en la Carretera del Aeropuerto en Vilobi d'Onyar, en la zona exterior del aeropuerto.

## Tres millones para 24 nuevas rutas en Canarias

La Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias saca a concurso público 24 nuevas rutas aéreas llamadas a incrementar la conectividad internacional del archipiélago de forma regular en 240.000 nuevas plazas anuales. La ayuda, de un máximo de 3,7 millones de euros, es la primera que aprueba la Comisión Europea para la puesta en marcha de nuevas líneas.

# Acusan a las autoridades de haber sucumbido ante las presiones del Sector de agencias de viajes

Facua pide al Gobierno central una adaptación urgente de la Directiva de Viajes Combinados

Facua-Consumidores en Acción lamenta la "pasividad" del Gobierno central y de las Comunidades autónomas en el proceso de

transposición de la nueva Directiva de Viajes Combinados. A su juicio, las autoridades competentes han sucumbido "ante las presiones

de las empresas del Sector, que se resisten a ofrecer mayores garantías a los consumidores con argumentos fácilmente desmontables".

Facua afirma que es "falso" que el incremento vaya a "hundir a las pymes", argumentando que "las garantías son proporcionales al volumen de negocio de la empresa" en relación a la transposición de la nueva Directiva de Viajes Combinados. También asegura que existen "amenazas de traslado de oficinas de Comunidad autónoma, a un lugar donde la garantía requerida sea menor". "Como ocurre en tantos otros sectores, pese a que se trata de autoridades de protección de los derechos de los consumidores, lo que hacen es proteger los intereses de los empresarios o al menos tratar de molestarles lo mínimo", valora Facua.

Preguntada por estas cuestiones, la gerente de CEAV, Mercedes Tejero, corrige a la organización de consu-

midores: "a las pequeñas agencias también les va a afectar, aunque como es lógico, en menor medida que a las grandes". "Ahora tienen una garantía de 60.000 euros y como mínimo van a pasar a 100.000, si esta cantidad es superior a su 5% de facturación", explica. Asimismo, aclara que "no tiene ningún sentido" que haya agencias que amenacen con trasladar sus oficinas a otros lugares cuando "en todas las Comunidades se va a realizar el cambio legislativo".

### Desprotección

Por otro lado, Facua también considera "alarmante la situación de desprotección que viven los consumidores españoles en este Sector". La asociación ve "injustificada la fal-

ta de adecuación a la normativa europea; más aún después de los casos de quiebras que se vivieron en 2013, que no han servido ni siquiera para que las autoridades correspondientes hayan hecho algo para cambiar la situación anterior". Al respecto, Tejero aclara que "siguen teniendo la protección actual, en unos momentos en los que además, el índice de quiebras es muy bajo".

Facua reclama celeridad al Gobierno y autoridades de las Comunidades en la transposición de la nueva Directiva europea, que ofrece una mayor protección a los usuarios de viajes combinados. La organización recuerda que se aprobó hace casi un año y medio y el plazo para hacerlo termina el 1 de enero de 2018. Además, considera "indig-



Facua reclama celeridad al Gobierno.

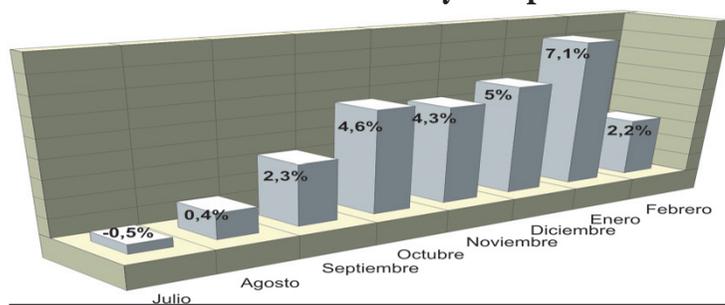
nante" la falta de actuación de la Agencia Española de Consumo, Sanidad Alimentaria y Nutrición (Aecosan), responsable de la transposición en lo que se refiere a los derechos de los consumidores.

## Travel Advisors cierra 2016 con 589 millones de ingresos

Travel Advisors Guild ha cerrado el ejercicio de 2016 con un volumen de facturación de 589 millones de euros entre las 30 agencias asociadas, lo que supone un 11,34% más respecto a 2015. Del global, el 52,3% ha correspondido a Business Travel, el 22,9% a Vacacional, el 17,5% a MICE, el 3,1% a DMC y el 4,9% restante a otro tipo de actividades.

Travel Advisors ha celebrado recientemente su primera asamblea general del año 2017, en el NH Collection Constanza de Barcelona, donde sus miembros han aprobado por unanimidad la incorporación de Viajes Bilbao Express como nuevo miembro de pleno derecho de la asociación, con efecto desde el 1 de enero 2017. Viajes Bilbao Express lleva trabajando desde 1986 y todo su personal cuenta con una experiencia mínima de 12 años en agencias de viajes.

### Facturación de minoristas y turoperadores



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

© NEXOTUR

## Las agencias españolas sufren una desaceleración durante febrero

El volumen de negocio de agencias de viajes y turoperadores aumenta en febrero por séptimo mes consecutivo. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), experimenta un repunte interanual del 2,2%. Pese a mantenerse la tendencia positiva, el crecimiento de este último mes es mucho menor que el registrado en enero, cuando la producción subió un 7,1%.

En el acumulado de 2017, la facturación de minoristas y turoperadores está un 4,5% de los niveles alcanzados en los dos primeros meses del año anterior.

Como publicó NEXOTUR, las agencias cerraron 2016 con un incremento interanual del 4,2%, justamente la mitad que el repunte del 8,4% que protagonizaron en 2015, que a su vez fue el segundo mayor desde el cambio de siglo.

El alojamiento es el subsector turístico que mejor evoluciona en el arranque de 2017. Su volumen de negocio crece un 7,9% en comparación con los dos primeros meses del ejercicio anterior. El transporte aéreo y el ferroviario cierran estos dos meses con tasas respectivas del 3,5% y 2,5%.

# El Turismo no caería en una posible Francia de Le Pen, según Ostelea

'Se hace difícil pensar que el país ponga en riesgo una actividad como la turística'

El Sector Turístico supone el 7,4% del Producto Interior Bruto (PIB) galo, que recientemente ha aprobado un plan para aumentar sus visitas. Ostelea School

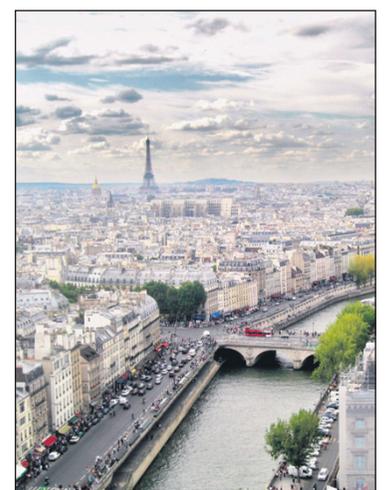
of Tourism asegura por ello que es difícil que ninguno de los equipos de gobierno que salga de las elecciones a la presidencia vaya a ponerlo en riesgo.

El domingo 23 de abril se celebraba la primera vuelta de las elecciones presidenciales francesas, y la candidata del Frente Nacional, Marine Le Pen, ha pasado a la segunda fase. A pesar de que la victoria final de la ultranacionalista es improbable, pues el resto de candidatos apoyará a su contrincante en la segunda vuelta, cabe plantearse cómo afectarían sus políticas al Sector si finalmente llega al Elíseo.

El programa electoral de Marine Le Pen está condicionado por el rediseño de las relaciones de Francia con la Unión Europea, la limitación de la inmigración interior legal y la imposición de tasas a los trabajadores extranjeros. El país galo saldría del Tratado de Schengen, el cual garantiza la libertad de movimientos de los europeos por territorio comunitario.

Sin embargo, la Ostelea School of Tourism & Hospitality está convencida de que el Turismo es tan importante para Francia que no se le pondrían impedimentos para su libre ejercicio. Esta institución recuerda que el Sector supone el 7,4% del Producto Interior Bruto (PIB) del país y el actual Ejecutivo francés ha aprobado un plan para alcanzar los 100 millones de visitas en 2020. Con ello, la escuela asegura que "se hace difícil pensar que el país ponga en riesgo una actividad como la turística" y pone en valor "los lazos e intercambios sociales, económicos y culturales que, entre otros, el Turismo conlleva".

En sentido inverso, y manejando datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) de febrero, Ostelea recuerda que Francia es el cuarto país en gasto turístico para



Estiman 100 millones de turistas en 2020.

España. El número de visitantes franceses llegó a los 1,1 millones ese mes, con un aumento del 6,5%.

## La nueva página de NH con diseño 'responsive'



La nueva versión de la web de NH Hotels mantiene el alto nivel de información de la anterior mejorando su diseño, ahora válido para todo tipo de terminales, y simplificando su gestión de reservas, válida para clientes, empresas y agencias.

La nueva versión de la web de NH Hotels mantiene el alto nivel de información de la anterior mejorando su diseño, ahora válido para todo tipo de terminales, y simplificando su gestión de reservas, válida para clientes, empresas y agencias.

## Diversos servicios en el 'sitio' de Zafiro Tours



Zafiro Tours ofrece a sus clientes y a los de sus agencias franquiciadas la gestión de reservas de un amplio abanico de productos turísticos, la mayor parte de ellos mediante enlaces con centrales de reservas de cada tipo de servicio.

Zafiro Tours ofrece a sus clientes y a los de sus agencias franquiciadas la gestión de reservas de un amplio abanico de productos turísticos, la mayor parte de ellos mediante enlaces con centrales de reservas de cada tipo de servicio.

## AirEuropa presenta su nuevo programa SUMA



Air Europa ha modificado su web para presentar su programa de fidelización SUMA manteniendo, con pequeños cambios en el diseño, el sistema de información y la gestión de reservas anterior, válida para el cliente final, empresas y agencias.

Air Europa ha modificado su web para presentar su programa de fidelización SUMA manteniendo, con pequeños cambios en el diseño, el sistema de información y la gestión de reservas anterior, válida para el cliente final, empresas y agencias.

## Sólo el 'City Pass' en la nueva página de Venecia



La nueva versión de la página oficial de Turismo de Venecia mantiene, con algún cambio en su diseño, sus limitados contenidos y la gestión de compra de entradas y servicios en la ciudad que sigue agrupando en una City Pass personal.

La nueva versión de la página oficial de Turismo de Venecia mantiene, con algún cambio en su diseño, sus limitados contenidos y la gestión de compra de entradas y servicios en la ciudad que sigue agrupando en una City Pass personal.

# El uso de la tecnología puede reducir el gasto más de un 12% en los hoteles

Se ha analizado la innovación tecnológica para mejorar la sostenibilidad del Turismo

Entre los días 19 y 20 de abril se ha celebrado en el Auditorio Imagina de Barcelona el Forum TurisTIC. Organizado por el centro tecnológico Eurocat, en esta nueva edición se ha centrado en la sostenibilidad medioambiental, sociocultural y económica. El consultor en Turismo sostenible, Benjamin Lephilbert, ha sido el ponente central.

El uso de la tecnología y del Big Data puede reducir hasta un tercio el derroche de alimentos en los hoteles y reducir el gasto económico más de un 12%, según datos que el consultor en Turismo sostenible, Benjamin Lephilbert, ha presentado en la primera jornada del Forum TurisTIC, que ha organizado el centro tecnológico Eurocat (miembro de Tecnio) en el Auditorio Imagina de Barcelona los pasados días 19 y 20 de abril.

Los turistas tienen "una conciencia cada vez más grande sobre el impacto de sus viajes, especialmente por lo que se refiere al consumo de agua y energía", ha explicado Lephilbert. Aún así, considera que "no se han hecho suficientes esfuerzos en concienciar sobre la comida derrochada en un contexto de vacaciones".

Durante la primera jornada del Forum TurisTIC se han expuesto las tendencias en innovación tecnológica para mejorar la sostenibilidad del Turismo de la mano de las principales instituciones públicas catalanas. Así, en la inauguración, el presidente de Eurocat, Xavier Torra, ha destacado que "desarrollar de forma sostenible el Sector Turístico será uno de los principales retos de este siglo". El director general de Turismo de la Generalitat de Catalunya, Octavi Bono, ha coincidido con esta interpretación y ha remarcado que "la innovación es uno de los campos donde el Sector Turístico tiene más campo para recorrer". Por su parte, el regidor de Empresa y Turismo del Ayuntamiento de Barcelona, Agustí Colom, ha expuesto que "no podemos aproximarnos al Turismo desde el punto de vista de las cantidades, sino desde el punto de vista del impacto y la gobernanza".

En la mesa de debate sobre nuevas soluciones tecnológicas para mejorar la sostenibilidad medioambiental del Turismo, seis expertos han expuesto casos de éxito. El gerente del Catalan Water Partnership, Xavier Amores, ha señalado que los proyectos de I+D del consorcio aplicados al agua pueden ayudar a "cerrar el ciclo de consumo" de los hoteles y "reducir la huella hídrica" del sector con ahorros que, en algunos casos, llegan al 20% o 30%.



Una de las mesas redondas del Forum TurisTIC.

En la sesión dedicada a la visión de la industria, la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA) ha presentado los resultados del estudio de valoración del comportamiento de las líneas de crucero en el ámbito medioambiental de Energy and Environmental Research Associates LLC, donde destaca que las compañías de cruceros de CLIA son las primeras en innovación, eficiencia y desarrollo de políticas ambientales.

### Segunda jornada

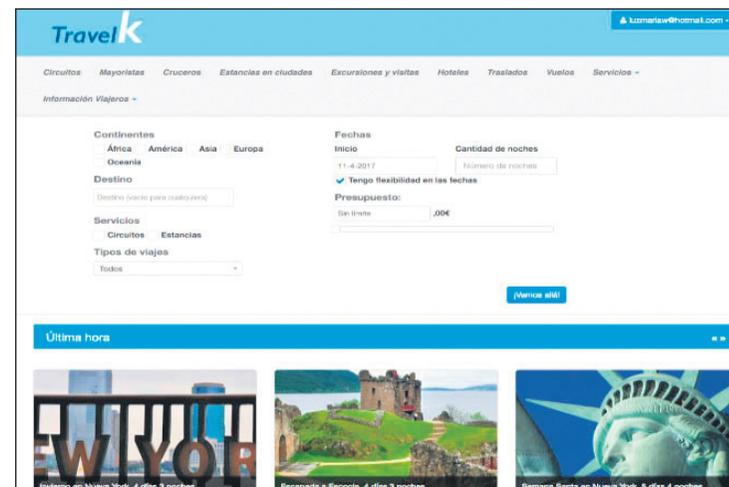
El perfil del turista sostenible y consciente es cada vez más habitual, según han subrayado los expertos en la segunda jornada de Forum TurisTIC en la mesa redonda sobre tecnología para el desarrollo sostenible, moderada por la directora de Marketing y Desarrollo del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Marta Tomás. En ella se han puesto sobre la mesa las seis características que comparten los llamados turistas sostenibles. Éstos aportan valor al lugar que visitan, están informados, aprenden de su cultura, protegen su medio ambiente, respetan las leyes y tradiciones locales y los derechos humanos.

El ponente director general de la agencia EuropaMundo Vacaciones, Luís García, considera que los turistas quieren "sentir la convivencia e interactuar con la población local" y se muestra convencido de

que el Turismo puede contribuir "directa o indirectamente en todos los objetivos de desarrollo sostenible" marcados por la ONU. García ha remarcado que "el Sector tiene capacidad, personal y fuentes de financiación para conseguirlo".

Trambién se han tratado las mejores prácticas de empresas que utilizan la tecnología para reducir el impacto del Turismo en ámbitos como la movilidad, con una mesa de debate con representantes del Ayuntamiento de Barcelona, Renfe, el Puerto de Barcelona y las empresas eCooltra, Marina Tel and Data y la Asociación de la Carretera del vi.

Durante esta sesión, el director de marketing de eCooltra, Jordi Tomàs, ha remarcado que "el turista pide movilidad eléctrica cada vez más" y que, según su experiencia, "el perfil de cliente que se decanta por alquilar un vehículo eléctrico es porque lo tiene muy claro". El directivo también ha subrayado la intermodalidad entre transportes sostenibles. "La motocicleta eléctrica y el transporte público son medios complementarios", concluye. La quinta edición del Forum TurisTIC ha concluido con una mesa que ha abordado las posibilidades del Turismo como motor de cambio y ha expuesto los retos de innovación pendientes en el ámbito de la sostenibilidad económica de los destinos turísticos.



Todas las compañías insisten en su compromiso con las agencias.

## TravelK, nueva herramienta para las agencias independientes

Las agencias de viajes independientes tienen a su disposición una nueva herramienta que les permitirá, según sus impulsores, "competir de forma ventajosa en un mercado cada vez más concentrado e indefinido". TravelK es un software operativo, para uso exclusivo de agentes, donde se expone y ofrecen multitud de servicios en cualquier parte del mundo.

Grosso modo, se trata de una solución que conecta a agentes con receptivos de todo el planeta, lo que les permite controlar y organizar todas las actividades que desarrollarán sus clientes en el destino.

Asimismo, sus creadores destacan que otra de las fortalezas de la herramienta es que los intermediarios "deciden sus márgenes de beneficio", pudiendo gestionar las ventas "de manera rápida y clara".

TravelK no cobra nada por su instalación y uso, así como tampoco tiene un coste para los receptivos. Tan solo se paga una comisión por las ventas realizadas por las agencias. Ésta se pacta en el contrato previo. En casi todos los casos, se deberá prepagar el servicio contratado, salvo aquellas que tengan condiciones particulares con el proveedor.

## Los hoteleros aplauden actuación de Bruselas contra los 'portales'

La industria hotelera acoge con satisfacción la investigación abierta por la Comisión Europea con el objetivo de detectar y poner fin a las "prácticas injustas y engañosas" cometidas por un gran número de 'portales' de viajes. Sin embargo, HOTREC pide que se incluyan aspectos que no se han tenido en cuenta.

La Organización Empresarial Europea de Hostelería y Restauración (HOTREC, en sus siglas en inglés) da la bienvenida a las acciones de la Comisión Europea encaminadas a corregir las prácticas engañosas que llevadas a cabo por un elevado número de 'portales' de viajes. "La industria acoge con satisfacción la investigación", resalta el presidente del



Christian de Barrin

grupo de trabajo de distribución del lobby europeo, Markus Luthe, quien insta a las autoridades competentes a perseguir otras prácticas que no han sido tenidas en cuenta, como por ejemplo la no revelación de las empresas que pagan para tener más visibilidad.

El consejero delegado de HOTREC, Christian de Barrin, recuerda que la propia Organización "ha estado llamando la atención de las instituciones europeas en reiteradas ocasiones" para alertar de "las técnicas injustas y engañosas de las plataformas de viajes". Según expone, "es recomendable para los consumidores comprobar la oferta directamente con el proveedor" a fin de evitar caer en engaños.

**Seguro cancelación**

**¿Cómo funciona el seguro de cancelación**

**Pregunta.-** Hace poco tiempo abrimos nuestra agencia de viajes y nos gustaría saber cómo funcionan los seguros de cancelación, sobre todo entender bien qué gasto es el que recupera el cliente y cómo nos beneficia o perjudica a la agencia que el cliente no tenga esa cobertura.

**Respuesta.-** Para entender bien cómo funciona un seguro de cancelación primero hay que entender qué son los gastos de anulación, que son aquellos gastos que el cliente tiene que asumir al cancelar una reserva. Al cancelar un billete de transporte, una habitación de hotel o cualquier otro servicio, las empresas tienen que compensar que esa plaza no ha quedado libre para poder venderla y, por lo tanto, no le devuelven al cliente un porcentaje de lo que había pagado; en el caso de algunos proveedores, como pueden ser algunas compañías aéreas, los gastos de anulación son del 100%, por lo que el viajero no recuperaría nada de lo que pagó al reservar. Los gastos de anulación vienen detallados en la política de cancelación del proveedor con el que se efectúa la reserva y el importe a pagar suele depender de la antelación con la que se anule el servicio.

La cobertura de cancelación del seguro es la que reembolsa al viajero los gastos de anulación. Por lo tanto, al contar con un seguro de viaje que tenga esta cobertura o, directamente, con un seguro de cancelación, el cliente podrá recuperar el 100% del gasto, ya que el seguro le pagaría el porcentaje que la empresa turística, tanto los proveedores que entran en juego en el viaje combinado como la propia agencia de viajes, no le devuelve en concepto de "gastos de anulación". Evidentemente, para poder contar con el reembolso, la causa de cancelación debe estar contemplada en la póliza —en el caso de nuestra gama de seguros Élite, que incluyen la cancelación por libre desistimiento, el cliente puede

**Tu consultor**  
PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

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

cancelar por un motivo ajeno a las causas delimitadas, pero no recuperaría el 100%—.

Hasta aquí la parte que beneficia al cliente, pero ¿cómo ayuda el seguro de cancelación a la agencia? Si un cliente cancela un viaje y cuenta con un seguro de viaje, además del beneficio económico que obtienes por la venta de ese seguro, te proteges frente a futuras reclamaciones.

Si un cliente sin seguro cancela por una causa considerada de fuerza mayor o por cualquier causa grave, como puede ser el fallecimiento de un familiar, podría presentar una reclamación y, en caso de juicio en favor del cliente, como agencia, serías responsable de efectuar la devolución del importe que el cliente no ha recuperado. Por lo tanto, contar con un seguro de cancelación es beneficioso porque, en cualquier supuesto posible, sería la aseguradora la que asumiría ese gasto.

También hay que tener en cuenta que la media de antelación de compra en una agencia de viajes es de 63 días antes del inicio del viaje, un tiempo más que suficiente para que al cliente le surja cualquier complicación, por lo que la cancelación se vuelve una cobertura indispensable para los agentes de viajes, ya que te permite cerrar ventas de clientes indecisos ante la perspectiva de reservar un viaje con tanta antelación. En el caso de los viajes en crucero, por ejemplo, la anulación o interrupción del viaje es la primera causa de incidencia, suponiendo más del 46% del total.

**Asegurar viaje**

**¿Se puede asegurar solo una parte**

**Pregunta.-** Cuando nuestros clientes quieren contratar un seguro de cancelación, ¿sería para cancelar todo el viaje? ¿O se puede contratar para cancelar solo el alojamiento, por ejemplo?

**Respuesta.-** Dependerá de la póliza que haya contratado, pero, por supuesto, es posible asegurar solo una parte del viaje.

Cuando contratas un seguro de cancelación, lo que haces es asegurar una cantidad económica determinada. Por ejemplo, si reservas un viaje combinado a Sudáfrica que vale 3.000 euros, puedes asegurar esos 3.000 euros y saber que, si tienes que cancelar el viaje por una de las causas estipuladas en el seguro, recuperarás el 100% del gasto. Por supuesto, el seguro tiene un precio mayor o menor en función de la cantidad asegurada: cuanto mayor sea la cantidad que aseguras, más costoso será el seguro.

Por este motivo, nuestros seguros de cancelación ofrecen la posibilidad de asegurar por partes, pudiendo elegir entre asegurar solo el alojamiento, solo el transporte o el viaje combinado completo. Es una manera de dar mayor flexibilidad al cliente y que elija cuánto quiere pagar por el seguro, sobre todo si lo que le genera dudas es un aspecto concreto del viaje —por ejemplo, si por circunstancias laborales existe la posibilidad de cambiar la fecha del viaje en el último momento—.

Es importante tener en cuenta que, tras los gastos médicos, la cancelación es el segundo motivo de incidencia más común en viajes. Por lo tanto, es fundamental que tu clien-

te cuente con un seguro de viaje que tenga cobertura de cancelación o, al menos, con un seguro de cancelación, ya que te evitará asumir el gasto de cancelación ante una posible reclamación del cliente.

También hay que tener en cuenta que muchos seguros de cancelación cubren también la interrupción del viaje una vez en el destino. De esta manera, si al viajero le pasara algo una vez que ya esté de viaje, contando con un seguro podría interrumpir su viaje y recuperar el gasto de aquellos servicios que no haya disfrutado.

En cuanto a las causas de cancelación más comunes, según nuestros datos, el 59,83% de los viajeros que anula un viaje alega un motivo de salud suyo o de un familiar. A esta causa le siguen los accidentes, también del asegurado o de un familiar, que suponen el 9,80% del total; incorporación a un nuevo puesto de trabajo (6,47%); demora del medio de transporte (5,19%); fallecimiento de un familiar (3,38%); intervención quirúrgica de urgencia (1,95%); complicaciones en el embarazo (1,62%) y otras como despido laboral, robo de documentación o equipaje y convocatoria de oposiciones.



Protege a tus clientes cuando más lo necesitan.



Nuevo seguro de Fuerza Mayor

Cubre las situaciones que otros seguros no cubren: huelgas, catástrofes naturales, actos terroristas...

\*Incluido en los seguros de viaje de Pack Plus.

**Pack Plus**

Pack Plus es el catálogo exclusivo para agencias de viajes de InterMundial, con los seguros de viaje más completos del mercado. Y también el Seguro de Quiebra de Proveedores.

Solicita más información llamando a 91 290 88 94 (opción 3) o contactando con [soporte@intermundial.es](mailto:soporte@intermundial.es)

# Instrumentos de Trabajo

## Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



 **NEXOTUR**.com AGENCIAS DE VIAJES PERIODICO DIARIO ONLINE  
 **CONEXO**.net REUNIONES E INCENTIVOS PERIODICO DIARIO ONLINE  
 **Nexobús**.com TRANSPORTE DE PASAJEROS PERIODICO DIARIO ONLINE  
 **Nexohotel**.com HOTELERIA Y ALOJAMIENTO PERIODICO DIARIO ONLINE



 **NEXOTUR** AGENCIAS DE VIAJES PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)  
 **CONEXO** REUNIONES E INCENTIVOS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)  
 **Nexobús** TRANSPORTE DE PASAJEROS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)  
 **CEHAT** HOTELERIA ESPAÑOLA PERIODICO MENSUAL (10 EDICIONES)



 **Noticias con Q de Calidad** NOTICIAS CON 'Q' DE CALIDAD MENSUAL (11 EDICIONES)  
 **NOTICIEROP** ORGANIZADORES CONGRESOS BIMESTRAL (6 EDICIONES)  
 **destino madrid** TURISMO DE MADRID TRIMESTRAL (4 EDICIONES)  
 **Talonotel** RESERVAS DE HOTEL PERIODICO QUINCENAL (24 EDICIONES)  
 **NEXOTUR** DIRECTORIO DE AGENCIAS ANUARIO (1 EDICION)  
 **NEXOHOTEL** PROVEEDORES DE HOTELES ANUARIO (1 EDICION)



 **RANKING** DE EMPRESAS TURISTICAS PERIODICOS ANUALES (4 EDICIONES)  
 **PROTAGONISTAS** DEL TURISMO EN ESPAÑA PERIODICOS ANUALES (2 EDICIONES)  
 **CIMET** CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO  
 **Turnexo** SALON PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES  
 **NexoBusiness** SALON DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS  
 **BIBLIOTECA NEXOTUR** BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL

 Premio Madrid Excelente al Grupo Informativo Nacional  
 Placa al Mérito Turístico del Estado Español  
 Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado  
 De Profesional a Profesional **GRUPO Nexo**

# Las Publicaciones del Grupo NEXO están en la mesa de trabajo de miles de Empresarios y de Profesionales

Nuestros estudios y artículos se esperan, se leen, son comentados, fotocopiados, recortados, se archivan y sirven como consulta



**Nexotrans.com** TRANSPORTE DE MERCANCIAS PERIODICO DIARIO ONLINE  
**NexoLog.com** LOGISTICA DE TRANSPORTE PERIODICO DIARIO ONLINE  
**Nexotrans** TRANSPORTE DE MERCANCIAS PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)  
**Nexocar** INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCION PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



**GOLD&TIME** JOYERIA Y GEMOLOGIA PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)  
**NEXOTIME & ALTA RELOJERIA** RELOJERIA COMERCIAL Y ALTA GAMA REVISTA BIMESTRAL (5 EDICIONES)  
**G&T-ECONOMIA** PRECIOS DE GEMAS Y COYUNTURA PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)  
**ALTA RELOJERIA** RELOJERIA DE ALTA GAMA CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



**DOSSIER 66** DE JOYERIA ESPAÑOLA MENSUAL (10 EDICIONES)  
**JOYAS DE AUTOR** DISEÑO DE JOYAS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)  
**ART & VALUE** TASACION DE ALHAJAS MENSUAL (11 EDICIONES)  
**HORA DE MADRID** RELOJEROS DE MADRID PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)  
**Obra Nueva** ENSEÑANZA DE JOYERIA MENSUAL (11 EDICIONES)  
**Cronometría** RELOJEROS DE VALENCIA PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

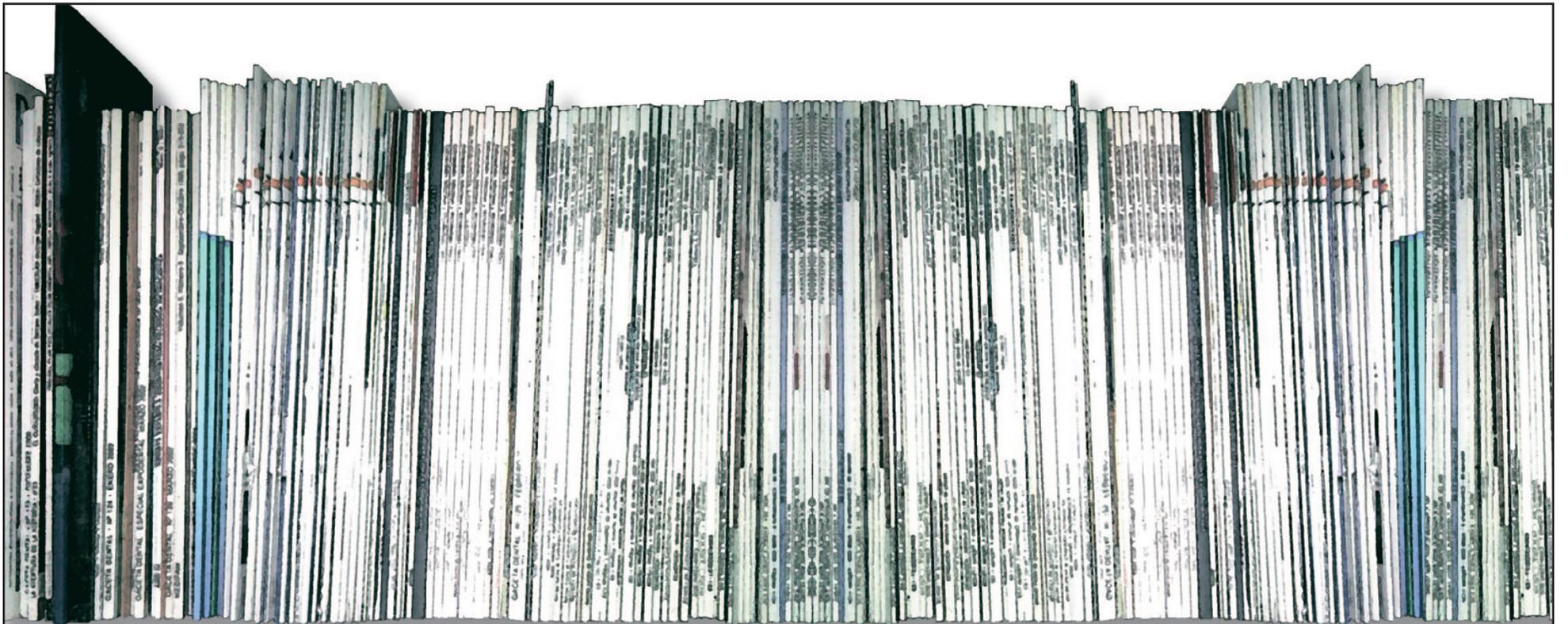


**VOLVO EN RUTA** TRANSPORTE MERCANCIAS CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)  
**Michelin Camión** TRANSPORTE MERCANCIAS CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)  
**PRODIAM** ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y LAS PIEDRAS PRECIOSAS  
**FORO NEXOTIME** FORO ANUAL DE LA RELOJERIA ESPAÑOLA  
**AEA** ENGASTADO DE JOYAS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)  
**SEMPSA** METALES PRECIOSOS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEDE CENTRAL DEL GRUPO:  
 LOPE DE VEGA, 13. 28014 MADRID  
 TELF. 91 369 41 00 (20 LÍNEAS)

**NEXO**  
 editores s.a.

FAX. 91 369 18 39  
 EMAIL: SECRETARIA@GRUPONEXO.ORG  
 WEB: WWW.NEXOTUR.COM



# Transferencia del conocimiento

Las publicaciones profesionales y generales son el principal vehículo para la transferencia del conocimiento, ayudando así a la formación continua de los profesionales, al progreso de los sectores y a la mejora de la economía.

Conocimiento de las ideas y de las opiniones que son la transferencia cultural necesaria para la identidad y continuidad de nuestra sociedad.

# publicaciones profesionales y generales

Nuestras más de 300 cabeceras en el mercado, forman el más importante grupo dedicado a cumplir con los compromisos de informar, formar, entretener, servir y dinamizar.

**Solicite la guía de publicaciones ([aepp@aepp.com](mailto:aepp@aepp.com))**

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

**FIPP**

Federación Internacional de Prensa Periódica

**FAEP**

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



**Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas**

# MOSTRADOR



La red aérea de Air Europa cubre 51 rutas.

## Air Europa y Ethiopian Airlines comparten ahora su red aérea

Ethiopian Airlines ha firmado un acuerdo de código compartido con Air Europa que ya ha entrado en vigor. Dicha alianza permite a ambas compañías aéreas acceder a la red de cada una mediante la creación de una conexión fluida en sus respectivos centros. La aerolínea de Globalia se beneficia de los 90 destinos de la compañía etíope en todos los continentes y ésta puede acceder a las 51 rutas de Air Europa.

El subdirector general comercial de la línea española, Imanol Pérez, hace hincapié en la impor-

tancia de tener presencia en el continente africano, "y ofrecer a los pasajeros una mayor variedad de destinos". Por su parte, el director comercial de Ethiopian, Buera Awel, destaca la conectividad con los países europeos, especialmente a través del hub de Air Europa en Madrid. "Estamos muy contentos por optimizar nuestra colaboración con Air Europa a través de este acuerdo de código compartido, aprovechando las mejores opciones de conectividad", señala Awel.

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

## Southern Cross presenta catálogo con nuevos destinos y alojamientos

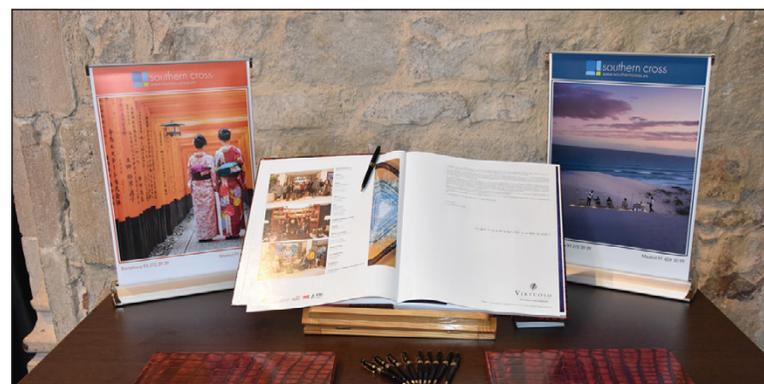
Un tren de lujo irlandés, un hotel en Bora Bora y el destino Rumania, entre las novedades

Southern Cross aprovecha su 'Luxury Workshop' para lanzar el catálogo 2017/2018. Entre las 260 páginas de la publicación de gran formato se desgran

las novedades del turoperador tanto a nivel de destinos como de alojamientos de lujo. De los destinos destaca Rumania y monográficos del Pacífico y Canadá.

Southern Cross ha presentado su nuevo catálogo para la temporada 2017/2018 en su evento anual 'Luxury Workshop' que se celebra en Madrid y Barcelona con hoteles de lujo y agentes de viajes. Publicado en gran formato, con 260 páginas, incluye las propuestas de viaje y alojamiento más selectos. En esta edición destaca la introducción de un tren de lujo irlandés, Rumania como destino turístico y la apertura del hotel Conrad Bora Bora Nui en la Polinesia Francesa.

El país de Europa del este está ganando terreno por su diversidad natural, las ciudades medievales y los monasterios declarados 'Patrimonio de la Humanidad' y el turoperador propone una ruta de ocho días para recorrer el país. El catálogo también cuenta con un monográfico del Pacífico y Canadá, con 60 y 44 páginas respectivamente en las que se plasman algunos de



El catálogo de Southern Cross durante la presentación.

los destinos más vírgenes que se pueden ver, además de los lujosos complejos en los que hospedarse.

El hotel Conrad Bora Bora Nui en la Polinesia Francesa es otra de las grandes novedades. Está situado en una cala privada de arena blanca y se trata de un resort formado por bungalós y villas sobre

el agua con vistas al horizonte que organiza excursiones personalizadas. La otra gran novedad es el tren Belmond Grand Hibernian, que recorre toda Irlanda desde la capital y tiene capacidad para 40 personas en compartimentos con baño propio y dos vagones restaurante.

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

## Norwegian Cruise Line amplía sus cruceros a Cuba en 33 nuevos viajes semanales en 2018

El Norwegian Sky será el barco que operará el itinerario desde Miami, haciendo casi siempre escala en La Habana

Ya está disponible la reserva de las 33 nuevas rutas Miami-Cuba a bordo del Norwegian Sky que comenzarán en marzo de 2018. Estos via-

jes semanales tienen una duración de cuatro días y entre las paradas más destacables están La Habana y la isla privada de la naviera

en las Bahamas. Los cruceristas pueden disfrutar de una excursión por La Habana Vieja además de otras 15 rutas extra por la capital.

Norwegian Cruise Line anuncia que ampliará su oferta de cruceros semanales de ida y vuelta de Miami a Cuba en 2018, con 33 nuevos viajes. El Norwegian Sky con 'todo incluido' empezará a realizar su temporada de 2018 en marzo, navegando en viajes de ida y vuelta de cuatro días desde Miami. 32 de estos viajes harán escala de una noche en la capital, La Habana, así como una parada en Great Stirrup Cay, la isla privada de Norwegian en las Bahamas. Las nuevas ofertas ya están a la venta para agencias de viajes interesadas, que pueden contactar con la empresa a través de su página.

Entre las rutas por los destinos por los que pararán los pasajeros del Norwegian Sky cabe destacar el paseo por La Habana Vieja, patrimonio de la humanidad, que alberga arte y música callejera y en la que los cruceristas se podrán

mezclar con los habitantes de la ciudad. Norwegian Cruise Line también ofrecerá una selección de 15 excursiones en tierra de medio día y de un día entero de duración en las que los pasajeros tendrán la oportunidad de disfrutar de una experiencia gastronómica del campo a la mesa, explorar la flora y la fauna de Soroa o ver La Habana moderna en un coche clásico estadounidense, entre otras posibilidades para vivir la isla cubana.

### 'Increíble demanda'

Además, estos itinerarios incluyen la visita en la isla privada de la naviera en las Bahamas. Great Stirrup Cay, que hace poco realizó obras de mejora, cuenta con paradisíacas playas de arena blanca, aguas cristalinas, gran cantidad de deportes acuáticos y cabinas a la orilla del mar, disponi-



La naviera realizará todas las nuevas salidas desde Miami.

bles por un alquiler diario para los que deseen tener una experiencia en la isla todavía más exclusiva.

"Cuba es un destino espectacular y estamos observando una increíble demanda por parte de nuestros pasajeros para disfrutar de la preciosa capital", afirma el presidente y jefe ejecutivo de Norwegian Cruise Line, Andy Sturat. Sobre la ampliación de rutas ase-

gura que "estamos encantados de ofrecer más oportunidades para poder disfrutar de este destino".

Los cruceros adicionales comenzarán el 26 de marzo de 2018 y se suman a las 30 escalas que ya anunció Norwegian para diciembre de 2017. Todos estos cruceros cuentan con la bebida como parte de la tarifa de 'todo incluido'.

✉ [www.ncl.eu](http://www.ncl.eu)

## Renfe vuelve a operar el Tren Medieval por Guadalajara

El Tren Medieval que Renfe ha vuelto a poner en marcha este año parte desde Chamartín, donde los viajeros serán recibidos por una comitiva de personajes de la época, hace parada en la ciudad de Guadalajara y tiene de destino Sigüenza. Allí, los pasajeros disfrutarán de una visita guiada por los lugares más emblemáticos, además de tener tiempo libre para pasearse por su arte, gastronomía, historia y teatro y de una oferta del 10% en muchos de los establecimientos de la ciudad medieval. Durante el camino les acompañarán malabaristas, zancos, músicos y trovadores.

Al igual que el año pasado el billete de ida y vuelta tiene un precio de 30 euros por persona, 16 en el caso de los niños, y salidas en la mayoría de fines de semana de los meses de primavera y otoño. Como ofertas especiales para este 2017, los pasajeros se encontrarán con la exposición del V Centenario del Cardenal Cisneros, La Ruta de la Tapa, las Jornadas de Cocina Seguntina, según las fechas.

✉ [www.renfe.es](http://www.renfe.es)

## ■ CLUB NEXOTUR

# Husa Hoteles ofrece hasta un 45% de descuento a agentes

Los agentes de viajes miembros del Club NEXOTUR podrán beneficiarse de descuentos de

hasta el 45% sobre tarifa oficial con HUSA Hoteles. La promoción, sujeta a disponibilidad de los alojamientos,

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

tos, incluye el Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y el Husa Alarde Algeciras. Puede ampliar la información y realizar reservas llamando a los siguientes números de teléfono: 952 54 72 46 y 956 66 04 08.

## ■ FAM TRIP



Un grupo de agentes de Madrid conocieron el B-787/900 Dreamliner.

## Saudia Airlines muestra su nuevo avión

Saudia Airlines ha presentado ante agencias de viajes y medios de comunicación su nuevo equipo B-787/900 Dreamliner, con el que opera desde el 2 de marzo su ruta entre Madrid y Arabia Saudí. En estas visitas de prospección, los asistentes han descubierto la alta gama de servicios y comodidades de a bordo de la nueva aeronave de la compañía aérea.

## ¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

### 8 1 de mayo

Clara Santos, V. Años Luz, Madrid; Silvia García, V. Hinterland, Sevilla; M<sup>a</sup> Carmen Fondevila, Viajes Deza, Pontevedra; Edurne Ojanguren, Viajes Bizkaia, Galdacano; Teresa Gómez, Viajes El Corte Inglés, Barcelona; Mónica Barrera, Solceuta, Málaga; Fina Puig, V. Blanda, Blanes; Ludi Rozas, V. Halcón, Gijón; Borja del Barco, V. Pineda, Madrid; Raúl García, Viajes Santander, Santander; Maite Balud, Viajes Mundival, Valencia; Gema Domínguez, Anglojet Culltrat Travel, Madrid.

### 8 2 de mayo

Francisco Javier Díaz Durán, Viajes BCD Travel, Sevilla; Raquel Sevillano, Viajes Insigne, Gelves; Elena Vadillo, Viajes Itálica, Sevilla; Eduardo García, Viajes Fuentes, Sevilla; Raúl Canseco, Viajes Kasvall, Madrid; Noemí Ordoñez, Viajes Eire, Barcelona; César Álvarez, Viajes Serhs Hotels, Pineda de Mar; Antonio Jansa, Viajes Tecnic, Barcelona; M<sup>a</sup> Cruz Cañas, Viajes Abelló, León; Judith Ramilo, Uie Viajes,

Madrid; Cristina Mena, Viajes Vibilia, Valencia; Alessandra Vigliotti, Viajes Iltrida, Reus; José Iglesias, Viajes Otero, Cambados; Raul Canseco Lorenzo, Kasvall Tour, Madrid; Gema Domínguez, Anglojet Cultural Travel, Madrid; M<sup>a</sup> Dolores Martínez, Viajes Taifa, Denia; Inmaculada, V. Cid, Algeciras.

### 8 3 de mayo

Gloria Salazar, Viajes Baixas, Barcelona; Dionisio García Soto, Viajes Orange, Barcelona; Victoria Nieto López, Viajes Halcón, Cádiz; Esperanza Barrera, Viajes Halcón, Teruel; Clara Castellón, Viajes Egartur, Tarrasa; Patricia Ameller Segi, Viajes Halcón, Mahon.

### 8 4 de mayo

Merry Casado, Viajes Autorama, Madrid; Xavier Monteys, Viajes El Corte Inglés, Barcelona; Hamido Hantout, Ardasa Tours, Marbella; Frances Casulleras, Top Ski, Barcelona; Miguel Sánchez, Viajes Mercurio, Lorca; Marité Greciano, Viajes Invertour, Galapagar; Belén Lorente, Viajes Pinatar, Murcia; Ainocha Otero,

Viajes Halcón, Hernani; Olalla Llopis, Viajes Zúñiga, Gandía.

### 8 5 de mayo

Adolfo Langa, Viajes Estivaltour, Huesca; Carmen Márquez, Viajes Circe, Pontevedra, Galicia.

### 8 6 de mayo

Silvia Sevilla, Tui, Central de Viajes, Madrid; Aitor Aramburu, Viajes Ecuador, Bilbao; Alex Minguell, Viajes Iltrida, Sant Joan Despí; Ursula Fuxberger, Viajes Airejet, Benidorm; Jose López, Viajes PortuBidaiak, Portugalete; Ana Giró, Viajes Leyca, Sabadell; Beatriz Vidal, Viatges Cal, Barcelona; Crisanto Lledó, V. Schamann, Las Palmas de G. Canaria; Eva García, V. Halcón, Manzanares.

### 8 7 de mayo

Jesús Blanco, Viajes Dinamar, Ceuta; Mariano Pinel, Viajes Gerion, Madrid; José M<sup>a</sup> Velasco, Viajes Talgo, Madrid; José Manuel Castillo, Touráfrica Sevilla 1; Lola García, Viajes Jet Master, Madrid; Amelia Domínguez, El Corte Inglés, Málaga; Victoria Monguilod, Viajes Area, Zaragoza.

# 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](mailto: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

# CroisiEurope inaugura un nuevo crucero fluvial con nombre de escritor portugués para recorrer el Duero

El MS Miguel Torga, con categoría de cinco anclas, tiene capacidad para 132 personas en sus 66 camarotes dobles

El nuevo barco de CroisiEurope ya recorre la zona del Valle del Duero en Portugal desde la frontera española a su desembocadura en el océano. Además, los cruceristas pueden

llegar a ciudades como Oporto, Regua, Pinhao, Vega Teron, Barca d'Alva, Salamanca o Ferradosa. El MS Miguel Torga está equipado con los últimos muebles de diseño en sus 66

camarotes (cuatro de ellos son *suites*) y cuenta con salón y restaurante panorámicos, *boutique*, una gran cubierta con tumbonas y una piscina de 24 metros en la zona común.

CroisiEurope ya dispone de un nuevo crucero fluvial que realiza itinerarios por el Duero. Se trata del MS Miguel Torda, de categoría cinco anclas, que recorre desde abril este río entre el océano y la frontera con España, en rutas de seis y ocho días por el valle portugués. Además, la naviera ofrece itinerarios en este buque en los que visitar ciudades lusas y españolas como Oporto, Regua, Pinhao, Vega Teron, Barca d'Alva, Salamanca o Ferradosa. Y para las personas más activas, ofrece un programa de excursiones personalizables entre las que se encuentran el descubrimiento de Oporto en tranvía, rutas a pie por las costas del Atlántico o recorrer Salamanca en bicicleta.

Este barco de tres cubiertas, de 80 metros de eslora y 11,4 metros de manga, posee una capacidad para 132 pasajeros en sus 66 camarotes dobles, incluyendo cuatro

*suites*, con aire acondicionado individual. Todos los camarotes son exteriores y están equipados con cama doble separable, armario, televisor de pantalla plana, secador de pelo y baño completo. Cuenta también con un camarote adaptado para las personas con movilidad reducida, salón y restaurante panorámico, *boutique*, una gran cubierta con tumbonas y una piscina de 24 metros en las zonas comunes. La tripulación está compuesta por 32 profesionales.

Construido en 2016 en los astilleros Sambre et Meuse (Namur) y totalmente equipado y finalizado en Edimburgo, cuenta con las más avanzadas tecnologías, una decoración moderna, con formas y colores refinados que le confiere un aire contemporáneo. Además, los muebles de diseño y el estilo actual contribuyen a una nueva estética donde el brillo y los espa-

cios abiertos están optimizados para garantizar el máximo confort de los pasajeros de este crucero.

## Novelista portugués

Los barcos de CroisiEurope incluyen además de alojamiento, pensión completa con bebidas en las comidas y bar, así como el entretenimiento y la noche de gala, en su fórmula de 'todo incluido'. También cuentan con una abundante tripulación para atender a sus clientes.

El nombre del nuevo barco es un homenaje de CroisiEurope a Miguel Torga, un famoso novelista y poeta, nacido a comienzos del siglo pasado en la ciudad de Sabrosa, que está situada, como no podía ser de otra manera, en las cercanías del río Duero. Está considerado como una de las figuras más importantes de la literatura lusa del siglo XX. Para la inauguración del

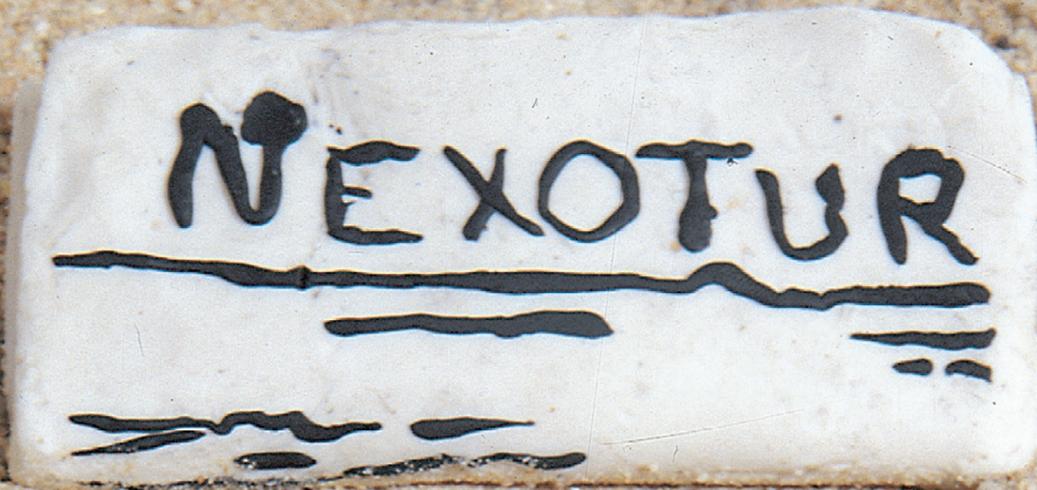


Desde abril, el MS Miguel Torga recorre el Duero desde la frontera española.

buque en la ciudad de Oporto estuvo presente el alcalde de la localidad donde nació esta figura literaria y padrino del barco, Domingo

Carvas, además de la directora de Turismo de Oporto y Norte de Portugal, Isabel Ferreira de Castro.

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



## La información profesional no es un juego de niños

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

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



**De Profesional a Profesional**



# 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 Colaboran **CEOE** **(Fitur)** IFEMA Feria de Madrid  
CONGRESOS, REUNIONES E INCENTIVOS CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES



Carmona crece en el sector turístico, en parte, gracias al Sector MICE

El proyecto 'Carmona de Congresos' ayuda a que durante 2016 la localidad sevillana haya logrado un récord histórico en la llegada de visitantes a su Oficina municipal de Recepción Turística.



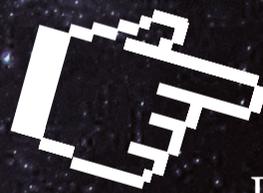
El MICE, producto clave en Comunidad Valenciana



La política turística de Málaga da resultado en 2016



Oviedo Congresos incorpora a nuevas empresas asociadas



**Date de alta  
en Conexo.net**

Diario *online* de Congresos,  
Reuniones e Incentivos

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

# CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00  
 📠 91 369 18 39

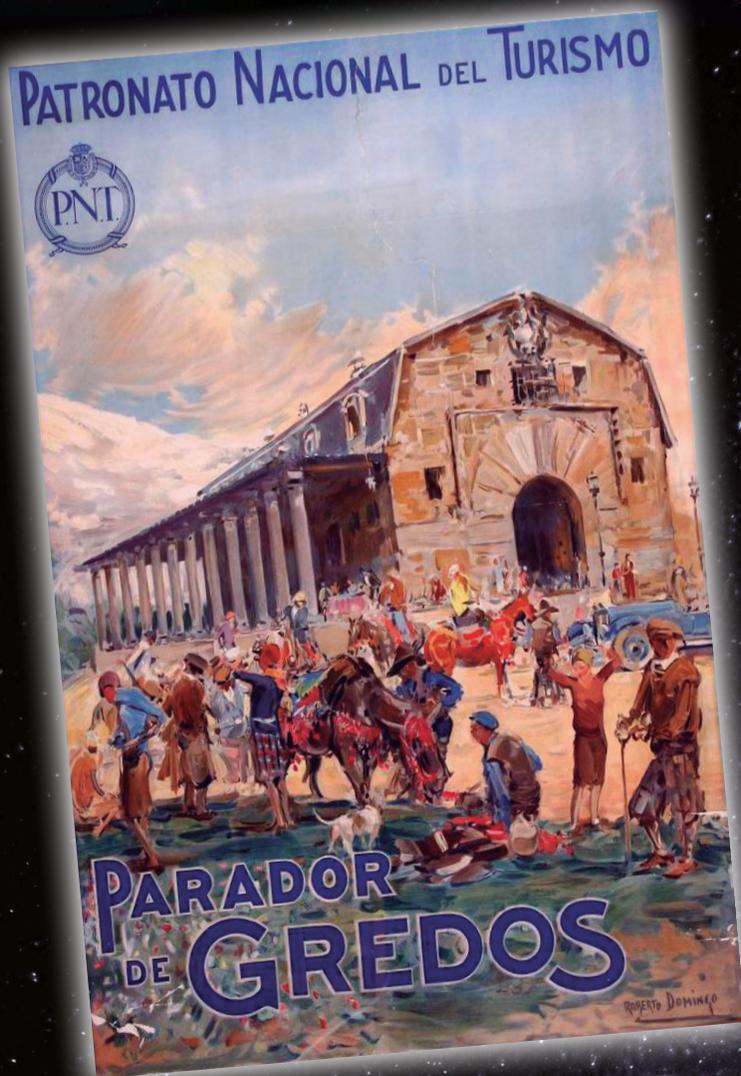
Lope de Vega, 13  
 28014 Madrid

## EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

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



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

HOTELERÍA Y ALOJAMIENTO

**Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo**

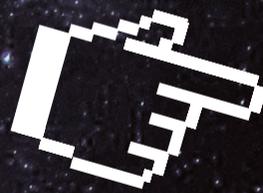
El Hotel Semáforo de Fisterra acaba de abrir sus puertas en el Faro de Finisterre, el segundo punto más visitado de Galicia y que ahora se rehabilitado para ser un hotel restaurante "de ensueño".

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

**Los destinos existosos a finales de 2016**

**Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde**

**Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria**



**Date de alta en  
Nexohotel.com**

Diario *online* de Hotelería

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

# HOTELERÍA

## Grupo Barceló adquiere el portfolio completo de la gestora estadounidense Crestline Hotels

El grupo español suma 112 establecimientos, con los que ya gestiona 228 y 5.000 habitaciones en 21 países

**Barceló se ha hecho con el 100% del capital social de Crestline tras comprar a AR Global el 60% que no controlaba. La gestora estado-**

**unidense, que opera marcas tan conocidas como Hilton, Marriott o Intercontinental, ya había pertenecido a la compañía española. En 2002**

**Barceló se hizo con las 7.000 habitaciones que entonces tenía Crestline. En 2013 vendió a AR el porcentaje que poseía hasta el día de hoy.**

El Grupo Barceló ha llegado a un acuerdo con AR global por el que adquiere el 60% de la gestora hotelera estadounidense Crestline Hotels & Resorts, que hasta ahora tenía dicha empresa. Barceló ya posee el 40% restante del grupo estadounidense, por lo que ahora controla el 100% de su capital.

Crestline tiene en su portfolio actual 112 hoteles en 29 estados y en el Distrito de Columbia, con más de 16.000 habitaciones y 5.260 empleados lo que la convierte, entre las operadoras independientes, en una de las más importantes de Estados Unidos. Fue fundada en Fairfax (Virginia) en el año 2000 y gestiona propiedades bajo las marcas Marriott, Hilton, Intercontinental y Hyatt, hoteles independientes y centros de conferencias.

Con esta operación de compra, Barceló dobla casi su portfolio hotelero, aumentando en gran medida sus establecimientos en el continente americano, donde Crestline regenta la totalidad de sus hoteles, la mayoría de ellos de alta categoría. Tras la consolidación en el ca-

pital de la gestora, Barceló Group pasa a operar un total de 228 establecimientos en 21 países, superando las 50.300 habitaciones y con cerca de 30.500 trabajadores.

### Segunda adquisición

Cabe destacar que estos dos gigantes hoteleros ya habían unido sus portfolios en el pasado, ya que la empresa americana perteneció durante algo más de una década a Barceló. La multinacional española había adquirido el completo del capital de Crestline en el año 2002. Por aquel entonces, la gestora operaba 7.000 habitaciones en el país, y la fusionó con su propia gestora dando lugar a Barceló Crestline. Este nuevo grupo mantuvo su hegemonía en el capital social hasta el año 2013, en que transmitió el 60% del mismo a AR Global, pero manteniendo presencia en su capital con un 40% hasta el día de hoy, cuando se ha vuelto a hacer con el 100% del capital de la empresa.

El director general del departamento Económico-Financiero de



The Double Tree, de Hilton, es parte del portfolio de Crestline.

Barceló, Vicente Fenollar, alaba la solvencia de la marca estadounidense y su presencia en ese mercado. "La compra del 60% del capital que no detentábamos de la gestora Crestline es una muy buena operación para nuestra compañía", comenta el directivo. "Nos hacemos

con la totalidad del capital de una firma solvente, con prestigio dentro de los Estados Unidos y rentable, y ello nos sitúa en una posición inmejorable para continuar nuestra penetración en el país", concluye el encargado de economías y finanzas en Barceló.

## Bcool, la nueva cadena española de hostels, abre sus primeros establecimientos en Bilbao y Madrid

La marca pretende continuar con su expansión por la Comunidad Valenciana, Andalucía y Baleares en 2018

Bcool hostels es la nueva cadena de establecimientos para jóvenes creada por dos empresarios de Barcelona y Valencia, Javier Velat y Juan Carlos Sanjuán. El primer establecimiento previsto es bcool Bilbao, que se inaugurará en julio de este año. Se trata de un edificio que está siendo completamente remodelado y será explotado por bcool hostels en régimen de alquiler. El establecimiento constará de tres plantas, con 22 habitaciones y capacidad para 124 camas, varias habitaciones privadas con baño en suite, así como varias habitaciones con literas y baño compartido.

En los siguientes meses, también de 2017, las previsiones de la cadena son abrir un segundo establecimiento en Madrid. Además, para 2018 la cadena prevé expandirse con nuevos hostels por la Comunidad Valenciana, Andalucía, Cataluña, así como las Islas Baleares.

La marca está dirigida a viajeros que quieren conectar con el ocio,

la cultura y la gastronomía del destino a través del establecimiento, según explica la compañía. El tipo de cliente, que los directivos de Bcool definen como 'supertravelers' busca compartir momentos con personas de cualquier parte del mundo, así como encontrar negocios comprometidos socialmente.

### Amplia experiencia

Los dos empresarios creadores del Grupo bcool cuentan con experiencia en el Sector Turístico. Javier Velat se formó en la cadena NH Hoteles, donde llegó a ocupar la dirección comercial para Cataluña, etapa tras la que fundó en 2013 The Hostel Box. Suya fue la idea de importar el concepto de hotel cápsula a España, que posteriormente convirtió en modelo franquicia. Sobre su nuevo proyecto declara que "pretende ser un referente nacional e internacional en el segmento de establecimientos orientados



El establecimiento de bcool en Bilbao.

a los viajeros inconformistas que buscan espacios que encajen con su filosofía vital". Algo que asegura que está "en el ADN" de la marca y cumplirán en cada hotel.

Juan Carlos Sanjuán por su parte es propietario y director general de Casual Hoteles, cadena de origen valenciano presente en Valen-

cia, Madrid, Sevilla y Bilbao, y que cuenta con nueve hoteles tematizados en torno a diferentes ámbitos, como las letras, el teatro, el cine, la cultura *vintage* o las bellas artes. Sanjuán asegura que este proyecto "me permite poner en práctica una forma de entender el Turismo ajena a las reglas habituales".

### ■ PRODUCTO

**Carlson Rezidor inaugura un establecimiento en el aeropuerto de Bruselas**

La marca Park Inn by Radisson de la compañía Carlson Rezidor abre un hotel en el aeropuerto de Bruselas. Con este nuevo alojamiento, la compañía ya opera 11 hoteles en Bélgica. El Park Inn by Radisson Brussels Airport, que cuenta con un amplio aparcamiento subterráneo está situado en el distrito financiero de Bruselas Diegem, a 13 kilómetros de las atracciones del centro de la ciudad, como el Palacio Real de Bruselas, el Manneken Pis o el Atomium. Dentro de un radio de cinco kilómetros, el hotel, dirigido a especialmente a empresario se encuentra en medio de la sede europea de varias empresas globales.

**El Hotel Spa Ciudad de Binefai finaliza sus obras tras cinco años de trabajo**

El Hotel & Spa Ciudad de Binefar ha abierto sus puertas tras más de cinco años de construcción y trabajo a sus espaldas. Con una superficie construida de más de 12.000 metros cuadrados en un edificio de estilo modernista con 63 habitaciones (tres de ellas *suites*), el hotel pretende convertirse "en todo un referente, no sólo para el Turismo nacional sino también para el internacional", aseguran sus responsables. La cuarta planta del Hotel, albergará un salón de eventos con capacidad para 600 comensales. Las dos plantas subterráneas del Hotel cuentan con 112 plazas de aparcamiento y una terraza.

**El Hotel Bahía de Duque renueva su certificado de sostenibilidad Travelife**

El Hotel Bahía del Duque ha renovado la certificación Travelife Gold, tras superar la auditoría a la que este sistema de certificación internacional de sostenibilidad somete a las empresas del Sector Turístico. Lanzada en 2007, Travelife Sustainability System es una herramienta práctica para que los establecimientos turísticos supervisen y gestionen sus impactos en materia de sostenibilidad. Para ello, los auditores de Travelife visitan los hoteles y realizan un exhaustivo análisis en el que se evalúan aspectos varios. Del Hotel Bahía de Duque ha valorado la transmisión de "los valores tradicionales de la cultura canaria" para renovar su certificado Travelife.

# Cae ligeramente el optimismo de los hoteleros españoles para el segundo trimestre del año

Destaca el optimismo de los profesionales sobre el precio medio de la habitación, en 86 puntos

**El indicador sobre las perspectivas del sector hotelero se mantiene estable, bajando dos puntos en el indicador general. Sin embargo en el**

**detalle hay grandes diferencias, pues mientras hay más hoteleros que se muestran más positivos que el año pasado sobre el precio, cae la pre-**

**visión de ofertas de plaza. En los macroeconómicos destaca la bajada de la libra, que conlleva un menor poder adquisitivo de los británicos.**

El índice de OHE, que mide las perspectivas de los hoteleros, se muestra en general optimista en los diferentes ámbitos, si bien, en general, cae algunos puntos respecto a la medición del mismo periodo del año pasado. El índice OHE Hotelero, que mide directamente las expectativas de los encuestados, obtiene un resultado continuista alcanzando los 73,93 puntos frente a los 75,89 de la primavera pasada.

De entre los aspectos que recoge el índice destaca el del precio de los hoteles, que sube dos puntos y alcanza los 66,35. El esfuerzo promocional y la rentabilidad también sube, situándose en los 78,75 puntos, tres puntos más que los analizados en la misma temporada del año anterior. En el lado contrario está la oferta de plazas, que se sitúa en 67,35 puntos, en los índices más bajos de este trimestre.

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, asegura que, en cualquier caso, se trata de unas cifras positivas a corto y medio plazo. Pero aclara que "esto no significa que debamos pensar que la situación se mantendrá para siempre en la misma senda del crecimiento, ya que nuestros competidores están sufriendo".

## OHE Macro

En relación al índice OHE Macroeconómico, que mide variables como el PIB de varios países, el tipo de cambio, el precio de los combustibles y los niveles de paro e inflación, se sitúa en niveles neutrales 47,40 puntos. Según refleja el OHE Macro, se espera que este año la libra continúe depreciándose frente al euro y que incluso lleguen a



El esfuerzo promocional ha subido tres puntos en la encuesta.

alcanzar la paridad en 2021, esto reduciría el poder adquisitivo de los turistas británicos. El índice también indica que un 44,3% de los expertos consultados estima la demanda de consumo en España mejorará en los próximos seis meses.

El secretario general de CEHAT, Ramón Estalella, cree que aún debe disminuirse más la estacionalidad del Sector. Del mismo modo opina que debe acabarse "con la economía sumergida y la ilegalidad que crece de forma incontrolada".

# Los precios de las habitaciones de hotel en España suben un 7% en abril de 2017

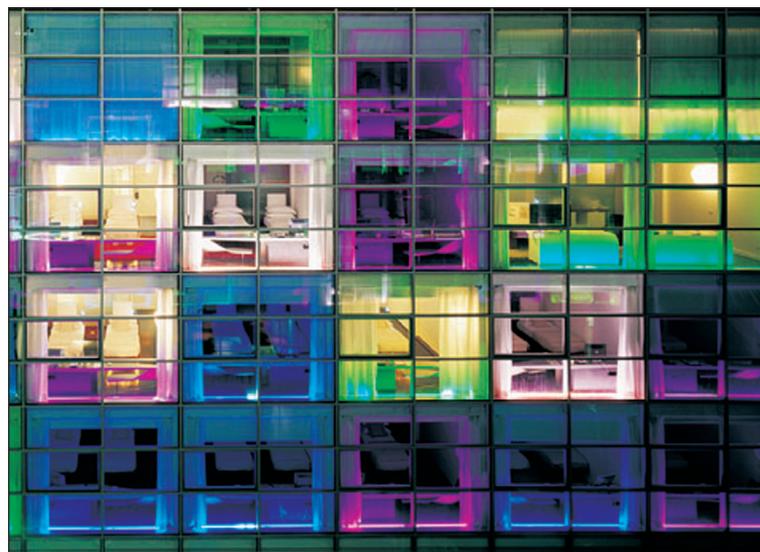
El precio de la pernoctación en el país está por encima de Alemania, Italia o Portugal

Según el estudio de Índice de Precios Hoteleros de Trivago (ITH), la media de los precios en los hoteles españoles sube en abril un considerable 7%, en comparación con el mismo mes de 2016, pasando de los 111 a los 119 euros por habitación y noche. El estudio desglosa por municipios dónde se encuentran los hoteles más caros y más baratos del país. Entre las ciudades estudiadas, Lleida (62 euros), Lugo (64), A Coruña (66), Castellón (66) y Vigo (68) resultan ser las más económicas de este mes. Por el contrario, Barcelona (168 euros), Palma (161), Sevilla (148), Madrid (126) y Córdoba (122) son las ciudades donde es más caro pernoctar.

Atendiendo a la variación de precios anual, la única ciudad donde disminuyen los precios es en Girona (-8%). Mientras que Santa Cruz de Tenerife tampoco presenta variaciones interanuales, manteniendo en 77 euros el precio de la habitación. Mientras, Oviedo (28%), Cáceres (25%) y Granada (24%) son las ciudades donde más se incrementan las tarifas en un año.

Por Comunidades, Cataluña, los dos archipiélagos, Madrid y Andalucía ofrecen los precios medios más altos. En el otro extremo se encuentran Galicia (67 euros pernoctación), Asturias (71), Cantabria (74) y Castilla-La Mancha (79) como las más económicas.

Y respecto al mes anterior, marzo, donde más bajan los precios es



Barcelona, Palma y Sevilla son los destinos más caros en España.

en el archipiélago canario. Una vez acabado el invierno, Las Palmas baja un 19% sus precios, seguido de Santa Cruz (9%). Todo lo contrario ocurre en Córdoba, Sevilla, con incrementos de un 54% y en Cáceres y Salamanca, donde suben un 34% y 33%, respectivamente.

## En Europa

El informe también compara la situación de precios en los países de Europa, con lo que se observa que España queda en mitad de la tabla, por encima de países como Alemania (103 euros de media), Italia (118) o Portugal (109), pero muy por de-

bajo de otros destinos del centro de Europa como Dinamarca (149), Austria (133) u Holanda (155). El país más caro para pernoctar en Europa en Suiza (184 euros de media) y la ciudad con los precios más altos Mónaco, con 364 euros por pernoctar está muy por encima del segundo destino, Ginebra (224). Sin embargo, la media de capitales europeas rondan las tarifas de Madrid o Barcelona. En el otro lado, ciudades del este de Europa son las que presentan los precios más bajos, como Sofía (55 euros) San Petersburgo (56) o Kiev (61), las tres por debajo de las ciudades españolas más baratas del estudio.

# El GHB estudia denunciar una red ilegal de apartamentos

El Gremio de Hoteleros de Barcelona (GHB), está estudiando acciones legales contra la supuesta red de pisos ilegales de la ciudad, descubierta el pasado 29 de marzo por la Asamblea de Barrios por un Turismo Sostenible (ABTS). En toda la ciudad condal hay más de 10.000 pisos ilegales, con 40.000 plazas, que suponen una competencia desleal para los profesionales, y un fraude fiscal a gran escala.

A partir de los hechos descubiertos en el supuesto piso ilegal de la calle Princesa 22, y una vez agotada la vía administrativa, el GHB estudia emprender acciones legales contra los gestores y propietarios de esta red de 12 pisos ilegales. Considera que estas prácticas no son exclusivas de este caso, sino que son habituales en miles de pisos que operan en Barcelona.

El GHB está dedicando recursos propios para rastrear las webs Airbnb, HomeAway y otras plataformas para poner a disposición del Ayuntamiento de Barcelona y de la Generalitat de Cataluña los listados de cientos de pisos ilegales. Pide a las administraciones que adopten medidas para acabar con esta actividad ilegal, que es perjudicial para el descanso de los vecinos y que también incrementa el precio de la vivienda, de alquiler y de compra.

## PRODUCTO

### Playasol Ibiza abre el hotel Mare Nostrum en Playa d'en Bossa

La cadena Playasol Ibiza Hotels anuncia la reapertura del Hotel Playasol Mare Nostrum en Playa d'en Bossa tras haber realizado una inversión total, que ya inició en 2016, de tres millones de euros para la reforma y mejora de sus instalaciones. El proyecto, que tendrá continuidad durante este 2017 y la temporada 2018, se encuadra en la apuesta de la cadena por reinvertir en sus activos para mejorar su oferta y actualizar el portfolio de establecimientos. El Hotel Playasol Mare Nostrum, con 520 habitaciones incorpora en esta temporada "estilo y diseño" en la nueva zona *chillout* que cuenta con camas balinesas a disposición de los clientes y un nuevo bar, ambas instalaciones junto a la piscina común del hotel.

### El Hotel Principal de Gandía se declara 'territorio verde'

El Hotel Principal de Gandía ha firmado un acuerdo con Axpo Iberia por el que el 100% del consumo energético de todas las instalaciones del hotel tendrá una procedencia exclusiva de plantas renovables, lo que supondrá evitar cada año la emisión de unas 490 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera, y se declara como 'territorio verde'. Esta medida se suma así a otras medidas para convertirlo en un "establecimiento medioambientalmente sostenible", en "una clara apuesta por políticas 'verdes' que resultan cada vez más valorada por sus clientes", comenta el director general de Axpo Iberia, Ignacio Soneira. El directivo también señala que la concienciación de los turistas en este aspecto es cada vez mayor.

### La oferta ilegal frena las previsiones de la ocupación en Madrid

La ocupación en los hoteles de la Comunidad de Madrid durante Semana Santa se ha quedado un 10% por debajo de lo que esperaba el sector como consecuencia, mayormente, del crecimiento descontrolado de las viviendas de alquiler de uso turístico cuya oferta se ha duplicado en un año, llegando a 20.000 en 2016, según el último informe de Exceltur. Así lo ha señalado el presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Gabriel García, quien ha lamentado que los hoteles de la región no hayan podido alcanzar las expectativas que habían previsto para estos días festivos, ya que de la ocupación media ha girado en torno al 70% y al 80% y tan sólo ha alcanzado el 90% en los días más fuertes.

# 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 358358/91-7244777 Fax 91-6549947
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 91-040466
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	971-178100
TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ Trespaderna 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 L26 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 NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	93-6801600 Fax 93-6800944
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
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

GRUPO STAR Luisa Fernanda, 12 MADRID	91-5502160 Fax 91-5432689
INFOASTURIAS Pza. España, 5 1º OVIEDO	902-300022 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 4º 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](http://www.mesoneroromanos.com)

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

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

Excelente **PROFESOR** Management y Marketing **ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE**

Suiza ("La primera del mundo")

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

GARANTIZO RESULTADOS

GRATIS 1ª hora

[fetisalain@gmail.com](mailto:fetisalain@gmail.com)

skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71

**91 369 41 00**  
**91 369 18 39**

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

# NEXOTUR



"La información profesional que me interesa está en CONEXO"

CONEXO es el **único** Periódico de los Organizadores de Congresos, Convenciones y Viajes de Incentivo, que leen los responsables de reuniones y business travel de empresas, y de congresos en asociaciones y colegios profesionales

# CONEXO

INCENTIVO &

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

MARZO 1999  
NUMERO 12 / II AÑO

**DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE REUNIONES**  
(% según número de participantes)

100/249

250/499  
PARTICIPANTES

+ 1.000  
PARTICIPANTES

**Solicite información y tarifas de publicidad de CONEXO**

DEPTO. PUBLICIDAD  
Lópe de Vega, 13  
28014 Madrid

91 369 41 00  
(16 LINEAS)

91 369 18 39

grupo@nexo.es

El 2000 será, una vez más, el "año del encuentro" de Iberoamérica a los

# NH Hotels optimiza la gestión en su nueva 'web' de diseño 'responsive'

La nueva versión de la *web* de NH Hotels mantiene el alto nivel de información de la anterior mejorando su diseño—ahora válido para todo tipo de terminales— y simplificando su gestión de reservas, que es válida para clientes, empresas y agencias.



www.nh-hoteles.es

La nueva versión de la página de NH Hotels, que ha sido diseñada para ser utilizada por cualquier tipo de usuario y desde todo tipo de terminales, mantiene el nivel de información de la anterior sobre los 373 hoteles que ofrece en Europa, América, China y Sudáfrica. Asimismo, reduce su proceso de gestión de reservas, válido para clientes, agencias de viajes y empresas con acuerdos corporativos, a solo dos pantallas. Por otro lado, también mantiene las versiones en castellano, inglés, alemán, holandés, italiano, francés y portugués que existían en la anterior, pero ya no la de ruso.

## INFORMACIÓN

Sigue presentando sus hoteles en un mapamundi y en una relación, a los que se accede por país y ciudad. Ofrece una completa descripción del hotel ahora en una única pantalla, así como sobre sus promociones, sus servicios de restauración y para organización de eventos.

## RESERVA

Ha optimizado su sistema de reservas, válido para clientes, empresas y agencias, ahora reducido a sólo dos pasos, con una completa información de habitaciones y tarifas, que contempla el mantenimiento posterior de la reserva. También informa sobre su programa de afiliados.

## GENERAL

La página mantiene una amplia información sobre el Grupo NH, su historia, su cartera de hoteles en gran parte del mundo, sus marcas hoteleras, su oferta de empleo y sus programas de fidelización. También informa sobre ofertas, promociones, redes sociales y noticias.

### ▲ Lo Mejor / Completa

Tanto por su amplia cobertura como por la fácil gestión para todo tipo de usuarios, sigue siendo una página de gran utilidad.

### ▼ Lo Peor / Entorno

Sería interesante ampliar la información sobre los destinos, limitada a alguna referencia en la información del hotel.

## NH HOTELES / Hoteles

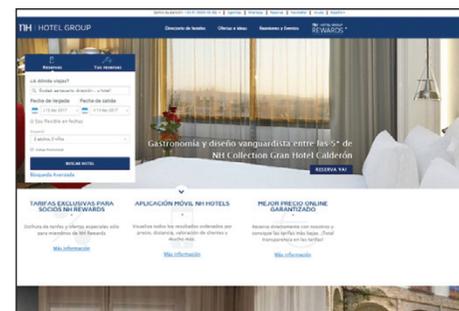
### Ponderación de los Valores

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	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

## EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página de NH Hotels sigue siendo de interés para los profesionales de Turismo, tanto por su adecuada información como por la amplia cobertura de su oferta, la completa gestión de reservas que ofrece a las agencias y por su información para organización de eventos.

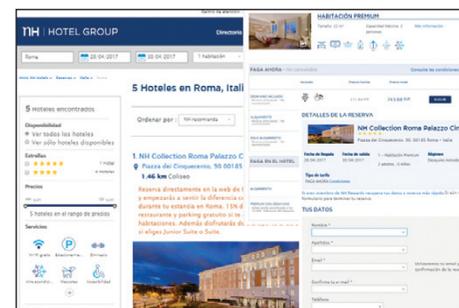
8.9



**Entrada /** Con un diseño muy mejorado y nueva estructura de accesos, mantiene el acceso a la reserva y a toda su información.



**Producto /** Mantiene el acceso a una amplia descripción de cada hotel por país y ciudad desde un mapamundi o una relación.



**Reserva /** Ha reducido a solo dos pantallas su gestión de reservas, que sigue disponible para clientes, agencias y empresas.

# Venecia modifica el diseño de su página dedicada sólo al CityPass

La nueva versión de la página oficial de Turismo de Venecia mantiene, con algún cambio en su diseño, sus limitados contenidos y la gestión de compra de entradas y servicios en la ciudad que sigue agrupando en una CityPass personal.



www.veneziaunica.it/es

La nueva versión del 'sitio' turístico oficial de la ciudad de Venecia modifica sensiblemente la página inicial, pero mantiene como único objetivo la venta de entradas, tours, abonos de transportes y otros servicios en la ciudad, para lo que ofrece la gestión *on-line* de una CityPass por persona, que incluye todas sus reservas en un carrito de la compra, pero sigue ofreciendo una información muy limitada de los magníficos atractivos turísticos de la ciudad. Por otro lado, la página mantiene las mismas versiones en italiano, castellano, inglés, francés, alemán y ruso, algunas incompletas.

## INFORMACIÓN

Mantiene una información más enfocada a ayudar al viajero a organizar su viaje que a informarle sobre los atractivos de la ciudad, de los que ofrece itinerarios y la descripción general de los temas de interés, con poca información gráfica y pocos enlaces para ampliar información.

## RESERVA

Ofrece a los viajeros a Venecia un sistema de compra de bonos de transporte urbano, entradas a monumentos y museos y otros servicios, ahora englobados en una CityPass útil y de fácil uso de la que ofrece una completa información, pero sigue sin gestión de alojamientos.

## GENERAL

Ofrece una agenda de eventos general, del día, semana o mes, y mantiene la información sobre su Programa de Turismo Sostenible, el estilo de vida veneciano, recomendaciones según el tipo de viajero, sobre accesibilidad y un conjunto de mapas e itinerarios de interés.

### ▲ Lo Mejor / Gestión de Compras

Ofrece un interesante sistema de compra de servicios y entradas que permite al turista preparar su estancia en Venecia.

### ▼ Lo Peor / Incompleto

Ofrece una información muy pobre sobre los atractivos de Venecia y no contempla ninguna gestión de alojamientos.

## VENECIA / Destino

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva versión de la página oficial de Turismo en Venecia, sigue siendo de poco interés para las agencias de viajes, que pueden informarse en ella de la propuesta turística actual de la ciudad, pero no disponen de la posibilidad de gestionar la CityPass de sus clientes.

6.2



**Entrada /** Dedicada casi exclusivamente al CityPass, ofrece una información muy limitada de sus atractivos y servicios turísticos.



**Producto /** Presenta una descripción muy general de los atractivos y servicios turísticos que se pueden adquirir con el CityPass.



**Reserva /** Se incluyen los productos en un carrito. Posteriormente envía un *voucher* para recoger la tarjeta al llegar a Venecia.

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

## El Sector demanda cada vez más a agentes concededores de destinos asiáticos

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

■ **Viajes Hanshin.** Madrid. Esta agencia de viajes mayorista especializada en itinerarios a Japón busca un agente de viajes especializado en este destino oriental. Además de los obvios conocimientos sobre el país, los solicitantes de este puesto tienen que contar con un nivel alto de inglés, español nativo y manejo de ofimática. El idioma japonés será valorable, pero no imprescindible para el trabajo.

■ **Mapa Tour.** Madrid. Mapa Tours precisa cubrir una vacante en su departamento de Booking en las oficinas de esta mayorista en Madrid. Los interesados deben conocer Amadeus a nivel usuario.

■ **Moa Safaris SL.** Sevilla. Esta agencia especializada en viajes a África de alta calidad busca un agente de viajes autónomo para trabajar desde casa. Debe acreditar titulación universitaria de agente de viajes y referencias, además de tres años de experiencia en la misma agencia, nivel alto de inglés hablado y escrito y dominio de las GDS y XML. Es necesario

contar con amplia disponibilidad horaria y dedicación exclusiva para Moa Safaris. Se valorarán conocimientos de Amadeus. La persona seleccionada se encargará de la elaboración y la gestión completa del viaje y la atención completa del cliente, con un seguimiento en todo momento. A su salario fijo se le añadirán comisiones, también se le proporcionará la formación y herramientas necesarias.

■ **Travelbiscuit.** Madrid. Buscan agente de viajes especializado en grandes recorridos. La agencia está especializada en la personalización de los destinos. Se requiere manejo de Excel, Word y Amadeus. Se necesita a una persona con mucho perfil comercial, buena presencia y cercanía para atender a los clientes antes, durante y después del viaje.

■ **Viajes Eco.** Esles (Cantabria). Busca a varios profesionales para el departamento de empresas, con amplios conocimientos en Amadeus, inglés, informática y redes sociales. Ofrece sueldo fijo más variable en función de objetivos por jornada completa.

■ **Rsdahuer Viajes.** Barcelona. Esta agencia de viajes minorista de la capital catalana busca un consultor de viajes para departamento MICE. Los requisitos imprescindibles de la empresa son ma-

nejar correctamente el sistema Amadeus y poseer un buen nivel de inglés.

■ **Viajes Austral.** Madrid. La agencia Viajes Austral precisa la incorporación de dos agentes de viajes de mostrador para sus oficinas de Madrid. Necesita que los candidatos que se presenten tengan disposición de jornada completa.

■ **Viajes Redcarpet.** Madrid. Buscan agente de viajes *freelance* y autónomo para hacerse cargo de una nueva línea de negocio de agencia de viajes, ya sea especializada en Turismo vacacional, de grupos, *business*, etcétera, dentro del grupo de Viajes Redcarpet. Desde la agencia se encargarán del local, licencias, seguros, plataforma de reservas, *web* de venta... Los candidatos precisan tener su propia cartera de clientes, al menos saber inglés a nivel conversacional y contar con una experiencia de tres años.

■ **Viajes Carrefour.** Sada y A Coruña (Galicia). Estas dos oficinas precisan de la incorporación inmediata de un agente de viajes minorista con una experiencia en el sector de al menos tres años. Es de gran importancia que tenga don de gentes, dinámica y disciplina. Atenderá y asesorará a los clientes, gestionará sus peticiones, emitirá los billetes y reservará las

plazas de hotel o vehículo. Además facturará todos los servicios prestados.

■ **Politours.** Barcelona. Esta agencia de viajes mayorista precisa de un profesional con experiencia previa. El puesto de trabajo que oferta Politours es en el departamento de reservas a destinos de larga distancia. Algunos de los requisitos para presentarse a la oferta de empleo son tener un buen nivel de inglés y conocimientos avanzados de Amadeus.

■ **Travel In Motion.** Madrid. Se busca agentes de viajes en jornada completa de lunes a viernes para agencias de viajes minorista. Requisitos: buen trato al público y conocimientos de Amadeus. Se valorará experiencia en la organización de planes de viajes a medida. Condiciones laborales: incorporación inmediata al puesto de trabajo, contrato indefinido y salario fijo más comisiones de ventas.

■ **Sapphire Viajess.** Madrid. Se necesita agente de viajes. Sus funciones serán reserva y contratación de servicios, contacto con proveedores, supervisión de servicios, elaboración de la documentación, atención al cliente, realización de presupuestos. Requisitos: Inglés; manejo de Excel y Word; conocimiento de África, Asia y América; dominio de Amadeus.

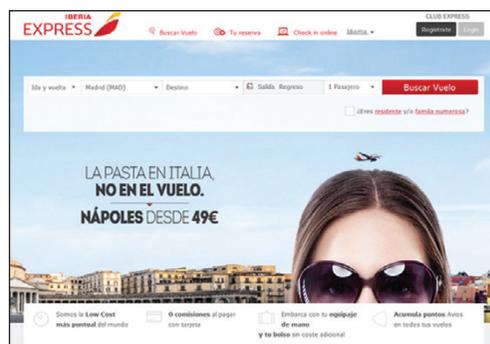
## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Corto y medio radio

↑ La nueva *web* de Iberia Express modifica su diseño y estructura, enfocados básicamente a facilitar una sencilla gestión de reservas de sus vuelos, disponible únicamente para el cliente final, con una completa **información** de trayectos y precios por fecha.

⇒ Ha mejorado su **utilidad** al ampliar la cobertura.

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



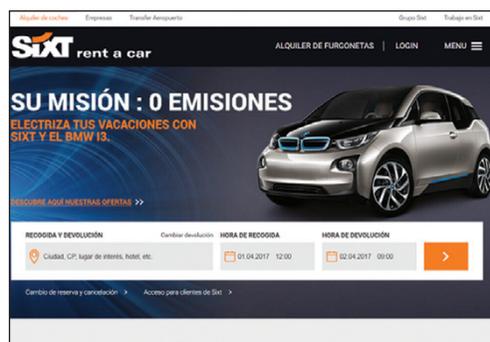
<http://www.iberiaexpress.com>

## Coches en todo el mundo

↑ La nueva *web* de Sixt, que cuenta con un diseño *responsive*, mantiene la **información** de su flota de vehículos y un sencillo sistema de reservas en el que ha incluido el mantenimiento *online* de reservas y que ahora está disponible para las agencias de viajes.

↑ Por su cobertura y facilidad de uso es una página de **utilidad**.

↑ Ofrece un área de **reservas** para las agencias de viajes.



<http://www.sixt.es>

## Resorts de 'sol y playa'

↑ Bahía Príncipe presenta otra nueva versión de su *web* en que la mantiene, con un nuevo diseño y algunos cambios en su estructura, la **información** sobre sus resorts en zonas de 'sol y playa' y el sistema de reservas, que sigue sin estar disponible para agencias.

⇒ Por su amplia información y facilidad de uso es una *web* de **utilidad**.

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



<http://www.bahia-principe.com>

## Congresos en Toledo

↑ El Palacio de Congresos de Toledo presenta una página de adecuado diseño que ofrece una **información** limitada sobre el edificio y sus espacios, mientras que sobre sus servicios sólo incluye una relación en un folleto en PDF y un dossier de prensa.

↓ Por su escasa información resulta de poca **utilidad**.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece sus direcciones de contacto.



<http://www.pctoledo.es>

## Alojamiento en Andalucía

↑ La nueva versión de la página *web* A-Andalucía.com presenta dos áreas muy diferenciadas: la **información** de alojamientos en Andalucía en un nuevo formato; y la reserva de Aviajes, en el diseño antiguo, en la que ofrece también alojamientos en otras zonas.

⇒ Es una página de **utilidad** por su amplia cobertura.

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



<http://www.a-andalucia.com>

## Turismo en Londres

↑ La nueva *web* de VisitLondon sigue ofreciendo al viajero, con algunos cambios en su diseño, un amplio conjunto de **información** sobre todos los temas de interés turístico en la ciudad, pero ha sustituido su sistema de reservas por un enlace con Booking.com.

⇒ Por su amplia información es una página de **utilidad**.

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



<http://www.visitlondon.com>

## LEGISLACIÓN

## Cese de agencias

Andalucía

✓ Anuncio del miércoles 12 de abril de 2017 en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA) de la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo, por el que se hace pública la cancelación de la inscripción en el Registro de Turismo de Andalucía de agencias de viajes por resultar desconocidos los domicilios de los interesados. De conformidad con lo dispuesto en los artículos 44 y 46 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, se procede a la notificación en el Boletín Oficial del Estado (BOE) de las resoluciones de cancelación de la inscripción en el Registro de Turismo de Andalucía de varias agencias de viajes. Entre ellas están Urcitour en Almería, en Segalerva en Málaga. Además de otras como Rodimar Viajes, Mundo Mágico Viajes y Viajes Princesa, Lay Treavel Consulting, A-Special Travel&Events.

Boletín Oficial de Andalucía  
www.boja.es

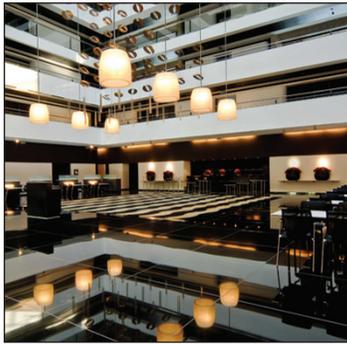
## CURSO

## Los hoteleros apuestan por la sostenibilidad

El sector en Madrid cree que reduce costes y mejora la competitividad

Los hoteleros madrileños apuestan por la sostenibilidad como estrategia para reducir costes, mejorar su competitividad e incrementar sus márgenes de rentabilidad. Ese es el principal punto de partida de las jornadas de 'Gestión Energética en el Sector Hotelero' organizada por la Comunidad de Madrid. Para la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) la optimización de la gestión energética de los hoteles se ha convertido en una herramienta imprescindible para la buena gestión de los mismos con el objetivo de hacerlos más competitivos y eficientes. "Los estudios que se han compartido durante esta jornada cifran el potencial ahorro del sector hotelero en más de un 18% de su consumo actual, un porcentaje a tener en cuenta por los establecimientos de cara a incrementar sus márgenes de rentabilidad", asegura la secretaria general de este organismo, Mar de Miguel.

Por eso subraya la necesidad de tener de control riguroso sobre el consumo energético en estos establecimientos, ya que su



gasto se ha triplicado en los últimos siete años hasta alcanzar un porcentaje de entre un 10% y un 15%. "Todavía hay hoteleros que no conocen al detalle sus instalaciones energéticas, lo que hace que sus niveles de eficiencia sean relativamente bajos", indica.

Además de la AEHM, las jornadas cuentan con la presencia del director general de Industria, Energía y Minas de la CAM, Francisco Javier Abajo y responsables de empresas energéticas como Endesa, Panasonic, Saint Gobain y Aenor, entre otros. Se celebran en el Año Internacional de Turismo Sostenible para el Desarrollo.

## LIBROS

## El Turismo actual pasa por China

'Gracias, China' Editado por Plataforma Actual.

El mercado chino es para España y para cualquier país occidental uno de los más importantes a nivel cualitativo. Estos viajeros son de los que más poder adquisitivo tienen, y de los más apreciados para el Sector, debido a que su economía está en expansión y a que en sus fronteras se encuentra una quinta parte de su población mundial. La tesis de este libro viene a sostener lo que mucha gente sostiene, China se convertirá tarde o temprano en un la primera economía del mundo y en una potencia económica difícil de superar. El autor y profesor universitario de empresariales, Pedro Nueno, habla en este libro de cómo China ha potenciado el Turismo especializado en los últimos años, además de otros sectores ajenos al Turismo que la han convertido en la única potencia capaz de arrebatar la hegemonía de Estados Unidos.

## CALENDARIO

## Novedades en 'Tarraco Viva'

● Del 15 al 28 de mayo en Tarragona, tiene lugar la edición número 19 de Tarraco Viva, un festival para poner en valor el conjunto arqueológico de Tarraco, Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO. La ciudad catalana fue, además, la sede de la última reunión de TurEspaña, y el director del organismo, Manuel Butler, puso precisamente en valor la herencia cultural y patrimonial de Tarragona como su principal atractivo turístico a explotar. Tarraco Viva son unas jornadas de divulgación histórica con escenificaciones de la vida cotidiana de aquella época, abierta a los turistas que se paseen por la ciudad. Además, en este marco se celebra la vigésima edición del festival gastronómico Tarraco a Taula (Tarragona en la mesa) y se mostrará novedades como la exposición vinici, sobre las costumbres y maneras de vivir de los vecinos de la ciudad, u otras sobre el poeta Ovidio, del que se conmemoran los 2.000 años de su muerte. Más información en la web [www.tarracoviva.es](http://www.tarracoviva.es).

**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](http://www.nexotur.com)

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración

## SUBEN

### Lali Gómez



Lali Gómez es la nueva responsable de cuentas de American Airlines para Cataluña, en el aeropuerto El Prat. Desde 2013 trabaja para Vueling en un puesto similar y anteriormente ha estado en British Airways.

### Fernando Mardones



Fernando Mardones ha sido nombrado director de Producto en Island Tours para la nueva apuesta del turoperador en el mercado americano. Su objetivo es proporcionar experiencias de viajes que se ajusten a los gustos y necesidades de cada cliente.

### Morey Pérez



Morey Pérez Yntriago se ha incorporado a la dirección del Hotel Viura, en la zona de la Rioja Alavesa. Cuenta con una dilatada experiencia en muchos campos de la hotelería y es vicepresidente de la Asociación Española de Directores de Hotel.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves .....	2
Protagonista / Cristóbal Montoro .....	3
Entrevista / Carlos Vogeler .....	4
Escaparate .....	6-14
Gestión .....	15
Mostrador .....	19-22
Club .....	23
Hotelería .....	25-26
Booking .....	27
Evaluatnet .....	29
Ofertas de empleo .....	30
Agenda .....	31



## LA SEMANA

### Espectacular aumento de las ventas aéreas

La producción aérea de las agencias con título de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) crece con fuerza tras un inicio de año titubeante. Según los últimos datos a los que ha tenido acceso NEXOTUR, el volumen de negocio bruto vía BSP asciende a 466 millones en marzo, lo que supone un espectacular aumento del 15,4% en comparación con los 403,7 millones del mismo mes de 2016. La producción había caído en el arranque de 2017, con retrocesos del 0,3% en enero, cuando la cifra fue de 342,9 millones, y del 3,7% en febrero, con 375,5 millones. En el primer trimestre se alcanzan los 1.184,5 millones de euros, un 4,1% más que en el mismo periodo del año anterior.



## INDICADOR DE EXPECTATIVAS

El año pasado las aerolíneas de 'bajo coste' empezaron a ganar terreno, llegando a superar durante varios meses a las convencionales en número de pasajeros internacionales, especialmente en verano. Y el primer trimestre de 2017 indica que esta clase de compañías aéreas siguen subiendo por encima de las tradicionales. Así se desprende de los datos ofrecidos por el Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, que muestran que si el aumento total de viajeros extranjeros en los tres primeros meses del año es del 7,6%, las *low cost* subieron un 13% en ese mismo periodo, frente a un crecimiento de sólo el 2,7% de las aerolíneas tradicionales.

Respecto al mes de marzo, las aerolíneas de 'bajo coste' acaparan algo más de la mitad de los vuelos totales (50,5%). Este segmento sube un 8,5% respecto al mismo mes del año pasado, mientras que el resto de compañías sufren un ligero retroceso (-0,4%), haciendo que por primera vez en el mes de marzo, las *low cost* transporten más extranjeros al país que el resto.

Si se tiene en cuenta todo el primer trimestre, las aerolíneas convencionales todavía adelantan por la mínima a las de 'bajo coste'. Mientras las primeras mueven el 50,4% del tráfico, las segundas se quedan con el 49,6%. En todo caso, muestran un constante crecimiento.

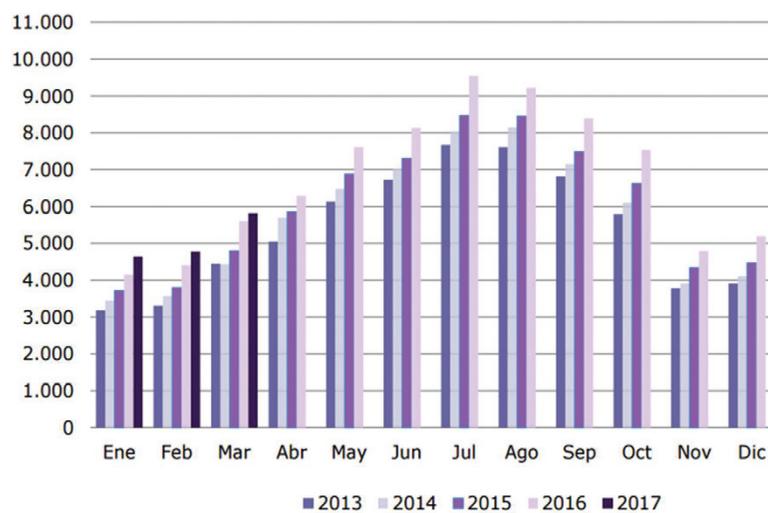
Otra de las características que parecen estar consolidándose en el sector del transporte aéreo, muy unido a la expansión de las *low cost*, es la concentración de pasajeros internacionales en tres de estas compañías. Ryanair, Easyjet y Vueling

## COYUNTURA

### Las 'low cost' siguen sumando viajeros

Las *low cost* siguen su avance y por primera vez en el mes de marzo tienen más peso en el tráfico internacional que las convencionales. La concentración de sus tres principales aerolíneas también crece, suponiendo un 35%. Observando los datos del mes de marzo en el total de compañías, destaca que de los mercados exportadores más importantes para el país todos crecen salvo el alemán, que se resiente un 9,2%.

## Pasajeros internacionales según el mes



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

© NEXOTUR

ling obtienen en marzo el 34,6% del total del flujo aéreo. Estas empresas sumaron una cuota del 68,6% si solo se tiene en cuenta su tipo de aerolínea. Además, todas ellas mostraron un avance en marzo.

En el total del tráfico aéreo, el tercer mes del año muestra un in-

cremento del 3,9% respecto al año pasado, en el que cabe recordar que se batieron todos los récords en números de llegadas. Sin embargo, es bastante menor que el ya citado aumento interanual del acumulado de 2017 (7,6%), con 15,2 millones de pasajeros. Como es habitual, la

mayoría de ellos (77,8%), lo hacen desde países de la Unión Europea (UE). Pero cabe destacar que el número de turistas extracomunitarios ha crecido en las mismas proporciones que los de la UE (+7,6%).

### Cae el mercado alemán

En marzo, los principales países emisores de pasajeros internacionales con destino España muestran una favorable evolución, excepto Alemania. El segundo mercado para el país se ha dejado un 9,2%, aunque todavía supone más del 15% de pasajeros internacionales. Esto no parece afectar a las cifras globales debido al aumento de británicos (+6,8%), que siguen siendo el principal país emisor, italianos (+8,1%) y franceses (+6,9%).

Entre los nacionales que más han aumentado en estos 31 días sus llegadas a España están los holandeses (quintos en la lista de visitantes más frecuentes) y los portugueses (octavos). Los Países Bajos experimentan un aumento interanual del 14,5%, y Portugal del 23,2%. También aumenta el apartado de 'resto del mundo' en un 4,9%.

Respecto a las Comunidades autónomas que se ven beneficiadas por estas llegadas, cabe destacar que todas aumentan este mes, salvo Baleares, que cae un importante 16%. Entre las que tienen más flujos aéreos, Andalucía y Valencia son las que presentaron las subidas más pronunciadas este mes, del 9,7% y 9,2% respectivamente. Aunque es Madrid la que concentra más de la cuarta parte del total de llegadas de internacionales.



## Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

...y recíbelo cada mañana en tu email

