



IÑIGO DE LA SERNA
Fomento, con Turismo
PÁG. 9 / La Mesa traslada sus preocupaciones al ministro De la Serna



FRANCISCO ADELL
Se estanca en 2016
PÁG. 9 / La división de Turismo de Grupo Julià sufre parón en resultados



ROLAND HEGUY
Un nuevo 'lobby'
PÁG. 10 / Las principales Organizaciones francesas crean un gran lobby turístico



NORBERT FIEBIG
Tendencia positiva
PÁG. 13 / Túnez y Egipto comienzan a recuperarse en el Emisor alemán



TONI ABRINES
Potenciar el Turismo
PÁG. 10 / AVIBA pide subvención del 75% al transporte aéreo insular

El Sector critica a IATA la falta de transparencia de la PAConf

Considera que el órgano es 'un fracaso' y 'no responde a las necesidades del mercado'

Agencias y GDS deberían tener derecho al voto cuando se aborden cuestiones que les afecten en la PAConf, organismo formado por las aerolíneas de IATA para la toma de

decisiones. ECTAA y ESTTA denuncian su ineficiencia y falta de transparencia y consideran que es "un fracaso" y "no responde a las necesidades del mercado".



José Rivera dirige Viajes Carrefour.

Una fuerte expansión de Viajes Carrefour

"Desde 2010, hemos pasado de 70 a más de 700 puntos de venta", destaca el director general de Viajes Carrefour. **Pág. 4**

Las agencias 'online' venden un 3% menos

Las agencias online ponen fin a años de fuertes crecimientos con una caída del 3% en 2016, con 3.425,1 millones de euros. **Pág. 13**

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

La Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) y la Asociación Europea de Tecnología y Servicios Turísticos (ETTSA), urgen a la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) a introducir cambios en la PAConf, órgano integrado solo por compañías aéreas donde se toman las decisiones sobre el modelo de



Alexandre de Juniac

relación entre aerolíneas y agencias. Consideran que el modelo de gobierno es "obsoleto e ineficiente" y critican su ineficiencia y falta de transparencia. Por ello, entre otros temas, su principal demanda es que se extienda el derecho de voto tanto a agencias como a GDS, siempre y cuando los temas abordados les afecten.

Escapate en pág. 6

La red minorista de Globalia solo tiene en propiedad el 44%

Gracias al fuerte crecimiento del negocio de las franquicias y al lanzamiento de Geomoon, la división minorista de Globalia ha logrado mantener su red de puntos de venta a pesar de reducir el número de oficinas en propiedad. De las 984 que posee, el 44,3% son en propiedad y el resto se reparte entre las 467 franquicias y las 81 agencias cap-



Pedro Serrahima

tadas en el primer año de Geomoon. Es decir, la división minorista de Globalia ha finalizado 2016 con 548 puntos de venta propiedad de terceros, con un fuerte incremento interanual del 13,7%. Con ello ha logrado reducir de forma drástica los gastos y el riesgo que suponía mantener la mayor red del mercado español. **Escapate en pág. 5**

IAG no teme ningún tipo de acción por parte de Bruselas

No hay argumentos legales para tumbar su estrategia

"No incumplimos ningún código de los CRS porque no somos un CRS", así de tajantes se pronuncian desde International Airlines Group (IAG) respecto a las quejas del Sector ante la comisaria de Transporte en la Unión Europea, Violeta Bulc.

Así, consideran que no existen argumentos legales que justifiquen una actuación de la Comisión Europea contra los recargos



Willie Walsh

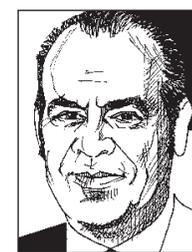
a los GDS anunciados por sus dos aerolíneas Iberia y British Airways. A su juicio, la inacción de Bruselas, que en dos años no se ha pronunciado sobre la queja presentada en su día por parte de ECTAA contra el recargo a los GDS, corrobora su teo-

ría de que no hay argumentos legales para tumbar su estrategia de distribución y la de Lufthansa.

Escapate en pág. 5

El Brexit no impacta en los resultados de Meliá Hotels

Como destacan desde Meliá Hotels, el director del área en Reino Unido, Gioele de Camarlinghi, el Brexit "no ha tenido un impacto en la llegada de turistas procedentes de Reino Unido" a sus hoteles, que habría aumentado en 2017. Lo que sí se observa es un desplazamiento de las reservas hacia las zonas medias de las temporadas y



Gabriel Escarrer

un acortamiento de sus estancias del 10%, en consonancia con la devaluación de la libra. La cadena planea abrir nuevos establecimientos en el país, si bien ve crucial la libre circulación de personas, ya que la disponibilidad de personal cualificado será crítica para la industria turística en el país. **Hotelería en pág. 25**

Ida + Alojamiento + Traslados + Tour Cultural + Vuelta







Tours por Europa

Chipre (8 D / 7 N) desde 1.150€	Rep. Bálticas (8 D / 7 N) desde 1.535€
Sicilia (8 D / 7 N) desde 1.255€	Rusia (8 D / 7 N) desde 2.058€
Croacia (8 D / 7 N) desde 1.403€	Rumanía (8 D / 7 N) desde 1.060€
Grecia (8 D / 7 N) desde 1.380€	Polonia (9 D / 8 N) desde 1.350€
Irlanda (8 D / 7 N) desde 1.720€	Armenia (7 D / 6 N) desde 1.570€

Cuando viajar nos hace sabios



POLITOURS

#VeranoPolitours

Más info. en su agencia o en www.politours.com

VENTA ANTICIPADA
D
Descuento
5% | 12%
PLAZAS LIMITADAS

■ CLAVES

Cine y promoción turística

PRODUCTORES Y DIRECTORES de grandes películas como *Braveheart*, *Salvar al soldado Ryan*, *Harry Potter*, *Star Wars* o la serie *Juego de Tronos* se han sentido atraídos por la belleza y singularidad de los paisajes de la isla de Irlanda como el lugar idóneo para el rodaje de sus producciones.

Irlanda ha atraído a una gran cantidad de visitantes en los últimos años, y este crecimiento es debido en parte al Turismo cinematográfico. Durante 2016, recibió aproximadamente 10,3 millones de visitantes, suponiendo un incremento del 15% de turistas respecto a 2015. No hay duda de que el rodaje de películas y series conlleva beneficios no solo para las zonas de rodaje, sino para el país en general, ya sea para el sector hotelero, restauración o el mismo sector audiovisual del país.



☞ PURA GIMÉNEZ

Desde que comenzó el rodaje de *Juego de Tronos* en Irlanda del Norte en 2011, ha habido un incremento del 34% de visitantes de todo el mundo y un aumento del 49% de visitantes españoles hasta 2016. La Calzada del Gigante, *Dark Hedges* o el parque forestal de Tollymore se han convertido en lugares con alto interés turístico debido a la serie. Desde entonces, la Oficina de Turismo de Irlanda ha realizado diversos itinerarios y actividades que promocionan estos enclaves destacados, convirtiéndose en uno de los principales atractivos para los turistas que visitan la isla.

Cine y televisión siempre han sido productos capaces de generar una gran pasión por conocer cada uno de los detalles que se esconden detrás de sus producciones. Por ello, las oficinas de Turismo somos conscientes del gran potencial que tiene esta herramienta para la promoción no solo de los enclaves de rodaje, sino también de la gastronomía, tradiciones, cultura y principales atractivos turísticos que puede ofrecer nuestro país.

De hecho, series, cine o televisión son los términos más buscados en Internet, y es que las nuevas tecnologías y las redes sociales han hecho mucho más competitivo al sector, obligándole a renovarse continuamente con nuevos valores añadidos. Por tanto, ¿por qué no aprovechar estas tendencias para lograr ese valor añadido que nos diferencia de otros países?

☞ Pura Giménez es subdirectora de la Oficina de Turismo de Irlanda en España.

E'n el mar, las tradicionales vacaciones de playa siguen siendo la fórmula predominante. Sin embargo, los turistas están cambiando sus gustos, sus formas de consumo y sus formas de buscar planes a los que antes tenían difícil acceso' señala el CEO de Nautal

TRIBUNA



☞ OCTAVI UYA

Alquilar un barco para navegar, una tendencia de ocio en auge

LA APUESTA POR el Turismo como sector productivo y de desarrollo de negocio en España sigue despertando el interés de emprendedores y de compañías que han reconvertido su actividad, orientando sus servicios hacia el ocio y el tiempo libre. Es un sector que ha resistido a la crisis, que de año en año ve crecer su demanda y que incluso ha salido reforzado en los últimos años.

Pero además, la creatividad de los emprendedores y su adaptación a la inevitable transformación digital de la empresa, ha dado fruto a un nuevo perfil de usuarios que consumen propuestas más accesibles en cuestión de presupuesto, más fáciles de gestionar por la inmediatez que permite Internet, y que hace tan solo unos años ni siquiera se conocían como alternativas para disfrutar el tiempo libre porque su difusión, mediante formatos tradicionales de comunicación y de publicidad, no tenía el impacto que permiten hoy los entornos digitales.

Cambio de hábitos

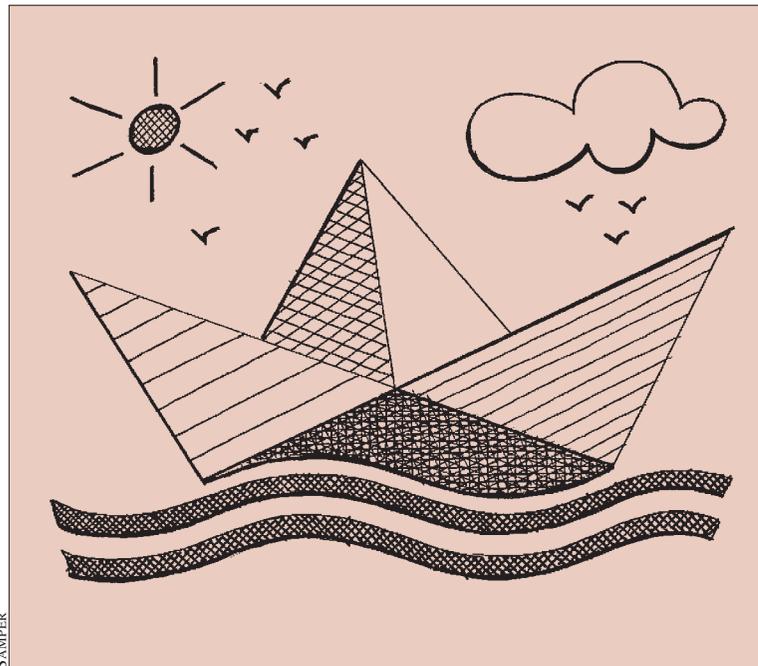
En el mar, las tradicionales vacaciones de playa siguen siendo la fórmula predominante para disfrutar del ocio en este entorno, sin duda. Sin embargo, como en todos los ámbitos, los usuarios —en este caso turistas náuticos— están cambiando sus gustos, sus formas de consumo y sus formas de buscar planes a los que antes tenían difícil acceso (bien por cuestión de presupuesto o bien por no encontrar alternativas de una forma sencilla) y de los que ahora pueden disfrutar porque las barreras económicas y logísticas son cada vez menos.

El chárter náutico es una de esas fórmulas que, aprovechando el vertiginoso desarrollo de los entornos digitales, ha encontrado el canal perfecto para llegar a todos aquellos aficionados a la náutica que quieren disfrutar de su pasión. Eliminar las barreras que conlleva tener un barco en propiedad (gastos de mantenimiento, tiempo que hay que dedicarle...), por una parte, y, por otra, poder cambiar de barco cuando se quiera, elegir diferentes destinos para navegar con más facilidad, encontrarte la embarcación lista para recogerla en el puerto elegido y salir

al mar, etc., son los principales factores que han hecho que el alquiler de barcos haya encontrado su lugar entre los aficionados. Pero si a esto sumamos el hecho de que las posibilidades de llegar a los usuarios a través de las herramientas

nuestra plataforma para anunciar su embarcación en alquiler, lo que les permite conseguir clientes y rentabilizar sus embarcaciones.

Para asegurarnos de que vamos por el buen camino, hemos analizado los datos de usuarios de chárter



SAMPER

del *marketing online* se multiplican de día en día, nos permiten ponernos también como objetivo atraer a ese público que nunca había practicado la navegación de recreo y que estarían dispuestos a conocer la experiencia de navegar e integrarla entre sus opciones de ocio.

Nautal nació fruto de esta reflexión por parte de quienes pusimos en marcha nuestro *marketplace* de chárter náutico, que se ha consolidado en España como plataforma de referencia para poner en contacto a empresas de chárter y propietarios de embarcaciones de recreo con usuarios que buscan disfrutar de su ocio navegando en un barco.

En cuatro años hemos constatado que el éxito de esta fórmula radica en acercar al usuario final el barco que está buscando, con o sin patrón, en ponérselo a golpe de clic, y en poner a su disposición los servicios adicionales que el equipo profesional de Nautal les proporciona, como son información y recomendaciones sobre travesías y zonas de fondeo, lugares que no se pueden perder, etc. Sin olvidarnos de los propietarios de embarcaciones, a quienes les ofrecemos

náutico en España y estamos convencidos de que el alquiler de embarcaciones de recreo seguirá creciendo en los próximos años. Nuestra plataforma ha recibido en 2016, más de 500.000 visitas de usuarios, lo que nos da idea del potencial que tiene este sector.

Nuestra plataforma nos permite además conocer información de gran valor para orientar nuestros servicios y extender nuestra actividad no solo en España, donde ya disponemos de embarcaciones para alquilar en prácticamente todo el territorio nacional, sino también en Europa y en Estados Unidos, donde también llevamos ya tiempo operando.

Perfil concreto

Así al cierre de 2016, hemos podido saber que 75.000 personas solicitaron alquilar un barco de recreo para disfrutar parte de su tiempo libre navegando en España. De estos usuarios, los españoles (69%), alemanes (12,5%) y franceses (11%) son los europeos que más navegan en España bajo la fórmula del chárter. Y de los españoles, los catalanes (34%) y los madrileños (20%) son

los más interesados en el alquiler de embarcaciones de recreo para navegar en su tiempo de ocio, seguidos de los valencianos (13%), frente a los navarros, extremeños y riojanos, que muestran poca inclinación por el chárter náutico.

También sabemos que el destino más solicitado y donde el chárter tiene mayor impacto son las Islas Baleares (60%), seguido de Cataluña (25%) y de la Comunidad Valenciana (6,5%). Por detrás, se sitúan Andalucía, Galicia, Canarias, Murcia, País Vasco, Ceuta y Melilla, y Cantabria.

Otro dato importante para nosotros es conocer las preferencias de nuestros usuarios en cuanto al tipo de embarcaciones más solicitadas. En 2016, han sido los barcos a motor (70%) los preferidos por el turista náutico que chartea en España (yate, lancha, barco de pesca, etc.), mientras que los veleros han sido alquilados por un 30% de los navegantes.

Próximos retos

Según una encuesta realizada a nuestros usuarios, en torno la 70% salieron a navegar una media de tres veces al año, mientras que el 23% lo hicieron sólo una vez o menos. Sabemos también que en su mayoría son hombres (72%) los que solicitan el alquiler de la embarcación.

En base a esta realidad, nuestros próximos retos son conseguir que los usuarios dediquen más tiempo de su ocio a navegar, atraer turistas náuticos internacionales a España y conquistar el mercado femenino.

Sin duda, las claves para alcanzar estos objetivos están en impulsar la promoción del chárter náutico como una opción accesible y asequible, trasladando a los potenciales usuarios las experiencias de quienes disfrutaron del mar navegando sin destinar grandes presupuestos. Por poner un ejemplo, una semana navegando en una embarcación para seis personas tiene un coste aproximado de 250 euros por persona (unos 35 euros al día por persona), teniendo en cuenta que la experiencia incluye hacer vida a bordo y disfrutar del ocio: dormir, comer, recorrer diferentes calas y conocer rincones a los que sólo se puede acceder por mar.

☞ Octavi Uya es Chief Executive Officer (CEO) de Nautal.

El chárter náutico es una de esas fórmulas que ha encontrado el canal perfecto para llegar a todos

Las posibilidades se multiplican de día en día con las herramientas de marketing online

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 (INTERNACIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966
TRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

¿Airbnb, contra el alojamiento colaborativo?

ESTÁ EN EL OJO DEL HURACÁN. Airbnb, paradigma de las plataformas de reservas del alojamiento no reglado, es ya el *enemigo número uno* del destino Barcelona. Los problemas de convivencia vecinal en barrios tan tradicionales como La Barceloneta, han convertido el mal llamado alojamiento *colaborativo* en un problema de orden público, que preocupa y mucho a los políticos. Los *efectos colaterales* de la plataforma Airbnb en Barcelona (y otras ciudades españolas) han hecho más daño al alojamiento no reglado que los *lobbies* hoteleros español y europeo juntos. Y no será porque nuestros hoteleros no hayan denunciado los graves riesgos que conlleva un supuesto alojamiento *colaborativo*, que no es tal. Y es que lo que está en juego hoy no son los intereses —tan legítimos como los de Airbnb— "del gremio hotelero", sino un modelo de éxito como es el Turismo de *sol y playa* en España.

La única actividad económica en la que el empresariado español es líder mundial. Y no solo por haber consolidado España como el primer destino internacional de *sol y playa*, sino por que ha exportado su modelo al Caribe, donde los hoteleros españoles son la principal fuerza inversora, por delante de Estados Unidos.

Poner en riesgo el Turismo Receptivo en España supondría meter un palo en la rueda del único Sector que ha aguantado el tipo en esta última (y devastadora) crisis económica y financiera. El único que ha tirado de nuestra maltrecha economía en horas bajas y, además, el Sector que genera más empleo (de choque, pero también cualificado), o el que más contribuye al reequilibrio territorial, posibilitando el desarrollo de Comunidades de litoral e insulares, que deben al Turismo su actual calidad de vida.

Airbnb y las demás plataformas aleales de reservas alojativas están consiguiendo —con ayuda de la irresponsabilidad y el populismo de Ayuntamientos, como el de Barcelona—, que parte de nuestra ciudadanía vean el Turismo como un problema.

Estaría por ver cómo serían los precios de los alojamientos de Airbnb, si plataformas y propietarios pagasen impuestos y Seguridad Social, o cumplieren las normas que soporta la hotelería

La *turismofobia* generada por la masificación propiciada por Airbnb (y otros fenómenos, como el cruceísmo) es un gravísimo *efecto secundario*, cuyas consecuencias están aún por ver, y que recuerdan a lo sucedido en Roma o París. Pese a que Barcelona está muy lejos, como destino, de esas dos míticas ciudades, salvo en aspectos como la masificación.

La constante presencia del *fenómeno Airbnb* en la televisión, con reportajes y programas de investigación y denuncia de gran impacto, está poniendo sobre la mesa el carácter depredador de estos actores que (con tanta codicia como irresponsabilidad) venden la oferta alojativa ilegal, sin asumir responsabilidad alguna y sin cumplir las normas que afectan a la comercialización de alojamientos. ¿Qué sería de todas estas plataformas si emitiesen facturas, pagaran el IVA y declarasen los ingresos que estas transacciones propician? ¿Dónde quedarían sus precios, si cumplieran las numerosas normas y exigencias que tienen desde un hotel de cinco estrellas hasta las pensiones o fondas? Empezando por aspectos como la sanidad y seguridad, que son básicos en la defensa de los intereses de los consumidores.

No se puede obligar a los hoteleros a *competir* con las plataformas en tamaño desigualdad de condiciones. Y estaría por ver cual sería el precio real de alquiler de estos pisos, si tanto las plataformas de reservas como sus propietarios pagaran impuestos, los arrendadores tuviesen que dar de alta a sus colaboradores en la Seguridad Social y debieran cumplir normas similares a las que afectan al alojamiento turístico reglado. Probablemente, la actual diferencia de precios no sería tal. Y, con toda seguridad, las tarifas de los hoteles serían incluso más baratas que las de pisos y apartamentos aleales.

¿La solución? Normas iguales... y que el mercado decida. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

▲ CHECK-IN / TURISMO DE REUNIONES

El MICE despega en España

Las declaraciones a CONEXO del vicepresidente de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), el español Juan José García, ayudan a interpretar los últimos datos del *ranking* internacional de destinos de congresos elaborado por ICCA y analiza las tendencias del Sector. ICCA ha presentado su *ranking* de congresos de 2016 con nuevo récord de eventos, y el despegue del MICE.

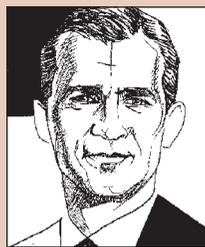
"La principal valoración" del vicepresidente de ICCA es que "el número de reuniones de asociaciones sigue duplicándose cada diez años". Si bien destaca que "esta década ha sido de claro crecimiento del sector asociativo, ya que ICCA ha pasado de identificar 6.000 reuniones en 2006 a identificar más de 12.000 en 2016". ICCA ha registrado 12.212 reuniones de asociaciones internacionales en 2016 y "ello supone un récord sin precedentes". La base de datos de ICCA incluye ahora 20.000 series de reuniones que ocurren regularmente, con un total de 220.000 ediciones de reuniones y 11.500 asociaciones internacionales.

"Un fiel reflejo de la buena salud del Sector MICE a nivel internacional ha sido la feria IMEX de Frankfurt", ya que según los organizadores del salón, "IMEX ha batido el récord tanto en número de empresas expositoras, más de 3.500, como en el número de compradores, que cifran en casi 5.000.

Para ICCA, "el Sector MICE tendrá una evolución muy positiva de cara a los años venideros", y "dentro del segmento asociativo existe una clara tendencia a reducir la duración de los congresos", lo que implica "un crecimiento de los asistentes".

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / El Rey Felipe VI

Felipe VI ha aceptado la Presidencia de Honor de la vigesimoprimer edición de la CIMET, que tendrá lugar el martes 16 de enero en la Feria de Madrid. La XXI Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo,



organizada por Grupo NEXO en estrecha colaboración con la CEOE y Fitur, volverá a servir a todas las empresas y destinos, tanto a las grandes y medianas como a las pequeñas, para impulsar su internacionalización en Iberoamérica.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / COMERCIALIZACION ONLINE

Parón en el auge de las OTAs

NEXOTUR detectó e informó el año pasado de lo que podría consolidarse como un importante cambio de tendencia. El *boom* de las agencias *online*, cuya facturación venía creciendo a doble dígito en los últimos años, podría estar llegando a su final. Su volumen de ventas cae el 3,5% en el global de 2016 mientras que las transacciones lo hacen un 6,3%. Lo que contrasta con que, un año antes, se produjeran aumentos del 25,5% y 10,7% respectivamente.

El avance de estas agencias *online* (conocidas como OTAs) se frenó en seco en 2016. Su volumen de negocio se sitúa en el conjunto del año en 3.425 millones de euros, lo que supone un retroceso interanual del 3,5%, según los datos recabados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). En cuanto al volumen de operaciones, 2016 se cierra con cerca de 13,7 millones, que supone el 6,3% menos que en el global de 2015.

Esta tendencia contrasta con los espectaculares crecimientos que venían protagonizando año tras año. Sin ir más lejos, las OTAs cerraron 2015 con un aumento del 25,5%, pasando desde los 2.829 millones que facturaron en 2014 a 3.550 millones en el citado ejercicio. Donde también subieron un 10,7% las transacciones, hasta los 14,6 millones.

Por trimestres, cabe destacar que en el último se ha producido una cierta reactivación del negocio. La facturación de las *online* asciende en el periodo comprendido entre octubre y diciembre de 2016 a 714,3 millones, lo que supone un aumento interanual del 1,7% en comparación con los 702,4 millones del año anterior... Seguiremos informando.

Los medios digitales son un escaparate fundamental para atraer ventas / El canal presencial y el digital deben complementarse / Existe margen para crecer / Más importante aún que la cantidad es también la calidad de las agencias que se unen a nosotros / La recuperación de la economía está animando a los empresarios a volver al mercado a través de la apertura de negocios

«En 2016 crecimos a un ritmo del 20% anual en puntos de venta»

José Rivera / Director general de Viajes Carrefour



Viajes Carrefour ha conseguido en menos de ocho años consolidarse como una de las grandes redes de agencias de España. La red está compuesta a día de hoy por más de 700 puntos de venta, la mayoría franquicias y asociadas. Su director general, José Rivera, explica el por qué de estas cifras y profundiza en el modelo de negocio por el que vienen apostando desde su nacimiento.

P.- Tras la finalización del verano cumplirá dos años al frente de Viajes Carrefour. ¿Qué balance hace de esta etapa?

R.- Contamos con una marca reconocida, muy afín a la relación de calidad y precio que el consumidor de viajes espera de un distribuidor y con una amplia experiencia franquiciando agencias de viajes a través de diferentes modalidades de colaboración. Muestra de ello es que en el último año crecimos a un ritmo en torno al 20% anual en puntos de venta franquiciados con nuestra marca.

P.- La empresa destacó en el anuncio de su nombramiento que uno de sus objetivos era reforzar su estrategia de desarrollo multicanal. ¿Qué avances ha habido en este sentido?

R.- Estamos recorriendo parte de ese camino, trabajamos en asentar una base muy sólida de productos y de herramientas que ayudarán a nuestra red de agencias a mejorar su productividad y su rentabilidad. El presente y el futuro pasan por una interacción y una interacción consistente entre las plataformas digitales y las redes de ventas. De ahí se deduce que nuestra estrategia pasa por seguir impulsando nuestra red de agencias en sus diversas modalidades, con el foco puesto en omnicanalidad para prestar al cliente el mejor servicio.

P.- ¿La creciente apuesta por el medio online no perjudica a sus franquiciados y asociados?

R.- Los medios digitales son en la actualidad un escaparate fundamental para atraer ventas, tanto en su modalidad de autoservicio como aquellas que requieren de asesoramiento. Es por ello que el canal presencial y el digital deben complementarse. La fortaleza de Viajes Carrefour reside en una red de ventas experta que proporciona un servicio de valor añadido a sus clientes independientemente de que éste compre desde casa o prefiera venir a nuestras agencias de viajes, y dentro de un grupo cuyos centros son visitados anualmente en España por 545 millones de personas, que cuenta con 7,5 millones de socios del Club Carrefour de fidelización, dos millones de clientes con tarjetas de crédito Pass y con un millón de descargas de nuestras aplicaciones para móvil.

P.- Ya han superado la barrera de los 700 puntos de venta en España. ¿Dónde cree que está el techo?

R.- Existe un margen para crecer. Además la recuperación de la economía está animando a los empresarios a volver al mercado a través de la apertura de negocios, y nosotros tenemos las herramientas para que su

aventura sea lo más exitosa posible. Prestamos a los nuevos franquiciados todo el soporte comercial y el asesoramiento para que se establezca una relación fructífera para ambas partes, así como programas intensivos de formación

presencial y *online* a través de nuestro nuevo Campus Digital de E-learning. Con todo ello, estos futuros empresarios podrán adquirir los conocimientos necesarios para gestionar una agencia.

P.- ¿Con cuántas oficinas cree que podrían finalizar este 2017?

R.- Desde que arrancamos el modelo de expansión en 2010, hemos pasado de 70 a más de 700 agencias. Más importante aún que la cantidad es también la calidad de las agencias que se unen a nosotros, factor que cuidamos mucho ya que somos una marca atractiva tanto para el cliente final. En ese sentido, nuestra área de expansión trabaja en tener presencia en las mejores ubicaciones para dar visibilidad a la marca y servicio al mayor número posible de clientes. Con estas directrices, seguimos asegurando un buen ritmo de aperturas y sabemos que tenemos aún mercado para crecer.

P.- Y además, otro de sus grandes logros ha sido que el número de franquicias y asociadas de su red supera con creces a las que son propiedad

de Carrefour. ¿Esto es clave para garantizar el éxito del proyecto?

R.- Viajes Carrefour continúa su expansión con agencias propias, pero el hecho de que la red externa haya crecido a un ritmo superior demuestra que tenemos una marca y una fórmula que funciona. Una de las claves es que las agencias franquiciadas y asociadas son capaces de apreciar que verdaderamente representan para el negocio una pieza igual de importante que nuestras propias agencias.

P.- ¿No les ha afectado la reciente incorporación de Globalia al negocio de las agencias asociadas?

R.- Globalia es una gran compañía con la que colaboramos estre-

chamente y tenemos una magnífica relación desde hace muchos años. En general todos vivimos ya en un mundo donde colaboramos y competimos al mismo tiempo. Esa dinámica es un motor sano para el desarrollo de los negocios y es también bueno para el consumidor. El resultado final de todo ello para Viajes Carrefour es positivo.

P.- En muchas ocasiones se piensa que la franquicia es un negocio para principiantes. ¿Es eso cierto?

R.- Cuando una agencia con 20 años en funcionamiento se une a Viajes Carrefour, ya sabe de antemano cómo asesorar y cómo vender a sus clientes, pero donde sí les podemos aportar mucho valor es con los productos, las herramientas que tenemos y con la fuerza de comunicación de nuestra marca. En las encuestas que confeccionamos el 95% de las agencias que se unen a Viajes Carrefour nos confirman el crecimiento que se produce en su facturación desde el primer año de estar con nosotros.

No obstante, el perfil de nuestros franquiciados es muy variado, y nosotros adecuamos nuestro trabajo para apoyarles en lo que cada uno más necesita. Hay empresarios exitosos y con larga experiencia en el Sector que deciden franquiciarse para darle un nuevo giro a su negocio, también hay otros que creen que es una manera más sencilla de arrancar. Para cada uno de ellos tenemos un valor añadido que aportar.

P.- ¿Qué hacen para contribuir a la mejora de la rentabilidad?

R.- El respaldo de una gran marca como Carrefour les abre la puerta a un conjunto de servicios que no siempre están al alcance de las agencias independientes. Lo que nos piden cuando se unen a nosotros es que les ayudemos a llevar clientes a sus negocios y que les demos herramientas para mejorar su rentabilidad.

Por una parte, tenemos la fuerza de una marca muy reconocida, así como las herramientas multicanal que permiten atraer a una mayor cantidad de clientes a sus agencias. Por otra parte, tenemos la mejor financiera que hay en el Sector a través de la tarjeta Pass de Carrefour. Además, contamos con una capacidad de inversión en tecnología que permite a las agencias acceder al mejor contenido y ofertas comerciales del mercado.

Para cerrar el círculo, trabajamos muy intensamente en la formación, para que nuestros agentes de viajes se especialicen en aquellos destinos que más venden. A través del Campus Online que lanzamos hace menos de un año ya se han llevado a cabo más de 7.000 formaciones, con una media de 20 cursos culminados con éxito por cada participante y en el que cada mes se incorporan entre cinco y diez nuevos programas formativos.

El presente y el futuro pasan por una interacción entre las redes de ventas y las plataformas

Desde 2010, cuando arrancó nuestra expansión, hemos pasado de 70 a más de 700 puntos de venta

Un modelo adaptado a cada una de las demandas

Ofrecemos a las agencias independientes un modelo que les facilita todo el soporte de una marca reconocida con las alternativas más beneficiosas. Entre otras ventajas, tenemos un modelo diferencial sin canon de entrada, ni inversión inicial, ni cuota mensual de mantenimiento y ofrecemos las mejores

comisiones de proveedores y mayoristas. La calidad de nuestra propuesta se aprecia en la que inmensa mayoría de las agencias independientes que se nos unen pasan después a ser franquiciados.

A partir de este primer modelo, tenemos opcio-

nes que vinculan a la agencia mucho más con la marca, y que le aportan grandes beneficios ligados a la imagen corporativa, como la herramienta de Financiación, el acceso al Campus de Formación,

acuerdos exclusivos para la venta de entradas de

espectáculos, por poner sólo algunos ejemplos.

En adición y para completar las opciones, recientemente hemos puesto en marcha un modelo para dar apoyo a nuevos emprendedores en el Sector. En definitiva, tenemos un modelo adaptado a cada una de las demandas que hemos ido detectando.



© JOSÉ RIVERA

ESCAPARATE

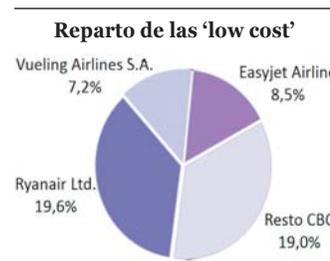
Los viajes de españoles caen un 3% hasta marzo

Los residentes en España han realizado 39,3 millones de viajes en los tres primeros meses del año, un 2,6% menos que en el mismo periodo del ejercicio anterior. Su desembolso cae más de un 10%. **Pág. 32**



Las aerolíneas 'bajo coste' representan más del 54%

De los casi 8,3 millones de pasajeros internacionales recibidos por los aeropuertos españoles en mayo, el 54,3% ha volado con una *low cost*. Esta modalidad protagoniza un incremento del 15,3%. **Pág. 9**



El gasto en 'paquetes' se desploma en 2017

Los residentes en España han gastado 503,4 millones de euros en la contratación de 'paquetes' turísticos durante los tres primeros meses del presente año. Se trata de un retroceso interanual del 7,5%. **Pág. 13**

PRONTUARIO

Tal y como vienen se van (y II)

PERO MIENTRAS... CADA UNO a lo suyo. La política y la prensa en general que no necesariamente la española, hablan del peligro de la actividad, de lo temporal de sus puestos de trabajo, de las molestias de los ciudadanos, de la excesiva ocupación de calles, plazas y espacios. ¡Ah!, y también se explayan en sus queridísimas estadísticas, explicándonos que si han venido tantos, que si de Europa cuántos, etc.

A estos seres inconvenientes tratan de espantarlos regando abundantemente lugares tan emblemáticos como la famosísima escalera de la Plaza de España romana o las no

menos conocidas de la Santa Cruz florentina y como los españoles pronto tan dados a la imitación pronto regaremos a la hora de mayor afluencia el entorno del Museo del Prado o el Mercado de la Boquería... por no dar mas ideas.

Muy pocos hablan de los bienes y beneficios de esta verdadera industria transversal, llamada Turismo, que alegra a muchísimas industrias que en principio nada parecen tener en común con esta actividad.

Pero señores el turista no es un ave migratoria que siempre repite su invernada en el mismo lugar, sino que cuando se le aleja de los lugares emblemáticos que les han atraído a un destino, pues buscan nuevos aires, donde sí se les quiera, en un mundo más pequeño y con unos medios de transporte cada vez más baratos.

Aparte de los contras ¿no se podría? ¡Ya! Iniciar una campaña que explicara al ciudadano común lo que este "pequeño inversor" llamado turista aporta a la economía, al desarrollo de un país y a la enorme generación de puestos de trabajo, sí unos temporales y otros muchos fijos también.

☞ Antonio Caballos García es agente de viajes.

IAG entiende que no hay argumentos legales para tumbar su estrategia de distribución

Denunciaban la vulneración de varios artículos recogidos en el código de conducta de los CRS

"No incumplimos ningún código de los sistemas centralizados de reservas (CRS) porque no somos un CRS". Así de tajantes se mues-

tran desde International Airlines Group (IAG). A su juicio, no existen argumentos legales que justifiquen una actuación de la Comisión Euro-

pea contra los recargos a los GDS recientemente anunciados por sus dos compañías aéreas punteras: Iberia y British Airways.

Tranquilidad en International Airlines Group (IAG) a pesar de la presión ejercida por las Organizaciones empresariales del sector de la distribución para que la Comisión Europea actúe contra su nueva estrategia antiGDS. Como avanzó NEXOTUR, unas 30 agrupaciones, entre las que figuran las españolas CEAV y la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) y grandes lobbies europeos como ECTTA (agencias y turoperadores) y ETTSA (agencias online y GDS), han enviado una carta a la comisaria de Transportes, Violeta Bulc, reclamando que actúen contra "los recargos y otras discriminaciones de las aerolíneas" ante "la amenaza que suponen para la transparencia y la libre elección de los consumidores".

Según argumentan, tanto IAG como Lufthansa, que emprendió hace dos años el camino seguido

ahora por Iberia y British, podrían estar vulnerando una serie de artículos recogidos en el código de conducta de los sistemas centralizados de reservas (CRS). A este respecto, fuentes de IAG consultadas por NEXOTUR aclaran que no temen ningún tipo de acción por parte del Ejecutivo comunitario.

Inacción de Bruselas

"No incumplimos ningún código de los CRS porque no somos un CRS", así de tajantes se pronuncian sobre esta cuestión. A su juicio, la inacción de Bruselas, que en dos años no se ha pronunciado sobre la queja presentada en su día por parte de ECTAA contra el recargo a los GDS, corrobora su teoría de que no hay argumentos legales para tumbar la estrategia de distribución de los mencionados grupos aéreos. Por lo tanto, todo parece indicar que Iberia



La nueva estrategia de IAG será una realidad a partir del 1 de noviembre.

y British Airways tienen el camino despejado para poner en marcha su nuevo modelo de distribución. A partir del 1 de noviembre, las dos aerolíneas aplicarán un recargo de 9,5 euros por componente de tarifa a las reservas efectuadas a través de GDS. Como avanzó en exclusiva este

periódico, el grupo aéreo ultima el lanzamiento de un 'portal' de reservas dirigido a agentes y empresas. Su puesta en funcionamiento está prevista para este mismo verano y permitirá a los profesionales adquirir los billetes de Iberia y British sin cargo.

Las franquicias y Geomoon permiten a Globalia rozar el millar de agencias en 2016

Terminó el año con 984 puntos de venta, de los cuales únicamente el 44% pertenece al grupo

Globalia consigue algo al alcance de muy pocas redes de agencias: mantener —e incluso incrementar en el último año— su red de puntos de venta y, a la vez, reducir de forma drástica su número de locales en propiedad. La clave para lograrlo ha sido el gran crecimiento protagonizado en el negocio de las franquicias, en el que Viajes Halcón inició su proceso de expansión en 2009, así como el reciente lanzamiento de Geomoon, marca para asociadas.

Según fuentes del grupo consultadas por NEXOTUR, su división minorista concluyó 2016 con un total

de 467 franquicias en España (427) y Portugal (40). A éstas hay que sumar las 81 agencias captadas en el primer año de actividad de Geomoon, modelo que da más independencia a la matriz, si bien cumple con el mismo objetivo de dar salida al amplísimo producto del resto de divisiones de Globalia. De esta manera, cerró el pasado año con un total de 548 puntos de venta propiedad de terceros, lo que supone un fortísimo aumento interanual del 13,7%.

En total, contabilizando tanto las agencias en propiedad como las que están en manos de terceros, la

Globalia dispone de 984 oficinas. De esta cifra, tan solo el 44,3% pertenece al grupo, que ha conseguido con su estrategia de captación de independientes reducir de forma drástica los gastos (tanto en alquileres como en personal) y, por ende, el riesgo que suponía el hecho de mantener la mayor red del mercado español.

Hasta llegar a esta situación, la división minorista de Globalia ha sido objeto de una profunda reestructuración. En el año 2013 se llevó a cabo el mayor ajuste: cerró cerca de 160 puntos de venta y dio de baja a 450 trabajadores.



El director de Globalia, Pedro Serrahima.

Israel recibe un 38% más de turistas españoles

Israel cierra el primer semestre de 2017 con la cifra récord de 1,7 millones de turistas internacionales, lo que supone un aumento interanual del 26%. En junio ha superado los 303.000 viajeros, un 28% más que en el mismo mes de 2016. En el caso concreto del mercado emisor español, el país revela que la cifra de turistas ha crecido un 38% en los seis primeros meses, hasta las 26.000 llegadas.

Expertos se plantean la burbuja turística en España

La tercera edición del Summit Shopping, Tourism & Economy, que tendrá lugar los días 3 y 4 de octubre en CaixaForum Madrid, planteará la posibilidad de una burbuja turística en España. Este será el eje central de las jornadas, cuyo objetivo será nuevamente impulsar el Turismo de calidad y de compras como motor de crecimiento económico y social.

La Coruña acuerda con Iberia promoción MICE

El concejal de Empleo y Economía Social del Ayuntamiento de La Coruña, Alberto Lema, ha firmado un protocolo de colaboración entre el Consorcio de Turismo de La Coruña —del que es presidente—, la Cámara de Comercio de La Coruña e Iberia para la promoción de la ciudad como destino de Turismo de Congresos, Turismo en general y de inversiones empresariales.

Más de 25.000 personas en Palacio de la Magdalena

El Palacio de la Magdalena de Santander ha recibido 25.422 personas que han participado en las visitas, congresos y actividades celebradas a lo largo del primer semestre del año, según la concejala de Cultura y Turismo, Miriam Díaz. La mayor parte del público ha participado en las 1.261 visitas guiadas al edificio. También han destacado la celebración de 67 eventos congresuales.

Las agencias de viajes se manifiestan en contra del modelo de gobierno 'obsoleto e ineficiente' de IATA

El Sector en Europa denuncia que la PAConf es 'un fracaso' y 'no responde a las necesidades del mercado'

Las agencias de viajes critican la ineficiencia y falta de transparencia de la PAConf, órgano de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) donde se aprue-

ban todos los cambios. Tanto la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) como la Asociación Europea de Tecnología y Servicios Turísticos

(ETTSA) afirman que este modelo "ha fracasado" y piden que las agencias y los GDS tengan derecho a voto cuando se aborden cuestiones que les afecten.

El Sector de agencias dice basta. A pesar de ser los grandes aliados de las compañías aéreas, emitiendo a coste cero aproximadamente tres cuartas partes de sus billetes, vienen sufriendo desde hace años un endurecimiento de los requisitos. Cada poco tiempo, en la mayoría de casos sin tener en cuenta la opinión de los representantes de las agencias, la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) comunica un cambio de las condiciones, persiguiendo siempre minimizar los riesgos de sus representados, las aerolíneas, sin tener en cuenta los perjuicios que puedan suponer para los intermediarios turísticos.

Por este motivo, dos de los grandes lobbies europeos del Sector, como son la Agrupación Europea

de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) y la Asociación Europea de Tecnología y Servicios Turísticos (ETTSA), urgen a IATA a introducir cambios en la PAConf, órgano integrado únicamente por compañías aéreas donde se toman las decisiones sobre el modelo de relación entre aerolíneas y agencias. En concreto, su principal demanda es que se extienda el derecho de voto tanto a agencias como a GDS, siempre y cuando los temas abordados les afecten.

Falta de transparencia

Para ambas Organizaciones, la PAConf, tal y como está diseñada, es "un fracaso". Según afirman, se trata de un modelo "obsoleto" por-

que solo se tiene en cuenta la opinión de las aerolíneas, además de "ineficiente" por el hecho de que "no responde a las necesidades del mercado, sino únicamente a las de las compañías aéreas". En su opinión, al negar a agencias y GDS el derecho a voto provoca que "no se permita a todas y cada una de las partes maximizar los beneficios de la distribución indirecta de billetes de avión". Asimismo, critican su falta de transparencia.

Por otro lado, denuncia que la PAConf está monopolizada por un pequeño grupo de compañías aéreas. Y es que, a pesar de que son más de 400 las que participan en el BSP, el número de asistentes a a estos encuentros oscila normalmente entre 60 y 80.



Critican la falta de transparencia de las compañías aéreas.

Es prioritario el desarrollo de conexiones aéreas directas con mercados de larga distancia, según Global Blue

El operador internacional de 'tax free' ve necesario también simplificar el sistema de expedición de visados

El desarrollo de conexiones aéreas directas con mercados de larga distancia y la simplificación del sistema de expedición de visados, entre otros

factores, contribuirían a impulsar el Turismo de compras. Así, como explica el director general en España de Global Blue, Luis Llorca, el hecho de

que el Turismo de compras sea una actividad que no está vinculada al buen tiempo, hace que contribuya a "desestacionalizar la demanda".

A pesar de los avances logrados en los últimos años, la penetración del Turismo de compras en España está muy por detrás de otros competidores europeos. Para promover este segmento, clave para incrementar la rentabilidad turística y combatir la estacionalidad, Global Blue urge a poner en marcha un paquete de medidas.

Según detalla, es prioritario facilitar la llegada de los turistas extracomunitarios. En este sentido, apunta que el desarrollo de conexiones aéreas directas con mercados emisores de larga distancia, incluyendo más ciudades chinas, resulta clave. "Prueba de ello es que la mejora de la conectividad con Shangai y Hong-Kong contribuyó a aumentar en más de un 40% los ingresos por compras de turistas de larga distancia en lo que llevamos de año", revela.

La creación de nuevas rutas debe ir acompañada de una política de expedición de visados que facilite su obtención en pocas horas y de manera digital, evitando así que las trabas burocráticas empujen a estos turistas a decantarse por otros destinos donde se lo pongan más fácil.

Sistema obligatorio

Global Blue también hace hincapié en la necesidad de contar con un sistema de devolución de impuestos eficaz que mejore la experiencia de compra. Al respecto, considera fundamental que sea obligatorio el sistema de validación digital del IVA, conocido como DIVA, "dejando atrás definitivamente los justificantes en papel y los sellos de caucho", indica.



El director general de Global Blue España, Luis Llorca.

En palabras del director general en España del operador internacional de tax free, Luis Llorca, el hecho de que el Turismo de compras sea una actividad que no está vinculada al buen tiempo, hace que contribuya a "desestacionalizar la demanda".

"Además, por lógica, menos viajeros gastando más dinero implica usar menos recursos y, por tanto, más empleo, impuestos y riqueza para el país, generando un modelo sostenible que no despierte entre los ciudadanos locales un sentimiento de rechazo", concluye.

Vincent LaBella liderará a Enterprise en España

Enterprise Rent-A-Car ha nombrado a Vincent LaBella nuevo vicepresidente y director general para España. El directivo tendrá un papel clave en "la implementación de una serie de iniciativas estratégicas ya en curso, diseñadas para hacer crecer el negocio y aumentar la cuota de mercado en los sectores corporativo y de sustitución", revela la empresa.

LaBella también tendrá como cometido supervisar un importante programa de inversiones para mejorar la red de sucursales de las tres marcas de Enterprise Holdings: Enterprise Rent-A-Car, National Car Rental y Alamo Rent A Car. El grupo continuará mejorando sus instalaciones en todo el territorio nacional e introducirá nuevas tecnologías en las oficinas con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente. "Es una oportunidad increíble para hacer crecer las marcas de Enterprise en España", subraya LaBella.

Andalucía trabaja en nueva normativa para agencias

La Junta de Andalucía se encuentra inmersa en el proceso de elaboración de la nueva normativa de agencias. Según ha avanzado el consejero de Turismo y Deporte, Francisco Javier Fernández, el objetivo de esta revisión es incorporar los cambios introducidos por las autoridades de la Unión Europea en la Directiva de Viajes Combinados.

Abierto el plazo para las candidaturas a EDEN

Hasta el 15 de agosto se pueden presentar las candidaturas locales a los Premios EDEN, European Destinations of Excellence (Destinos Europeos de Excelencia), que este año celebran su octava edición. El destino ganador y los finalistas recibirán el galardón EDEN en una ceremonia que se celebrará en enero de 2018 en Madrid, en el marco de Fitur.

España, mercado emisor emergente en Filipinas

Filipinas ha recibido 6.244 viajeros españoles durante los dos primeros meses de 2017, un 22,62% más respecto al mismo periodo de 2016. Así, España sigue manteniéndose como uno de los mercados emisores de mayor crecimiento europeo e internacional y continúa la tendencia creciente de los últimos años que deja claro que, hoy en día, Filipinas es un destino imprescindible en Asia.

Aragón quiere potenciar el Turismo de Congresos

La Asociación de Ferias Aragonesas (AFA) ha presentado su plan estratégico 2017-2021, en el que apuesta por sumar a su actividad el Turismo de eventos, congresos y jornadas, así como por la especialización de los certámenes que desean organizar con mayor profesionalización y calidad. Además, el fin último de los recintos asociados es contribuir a la vertebración socioeconómica de Aragón.

Las ventas de los asociados de Unida suben un 15%

Las ventas de verano de las agencias asociadas a Unida experimentan un aumento interanual del 15% a fecha 30 de junio. "Las previsiones para esta temporada estival son positivas", destaca su presidente, Juan Carlos Carballo.

Entre los destinos, costas e islas nacionales repiten como los más solicitados, con Palma, Barcelona y Almería en cabeza. A nivel internacional, Nueva York, Sofía, Bucarest o Medellín, entre otros, se posicionan como los más demandados, además de los clásicos Londres y París.

Con la demanda turística de destinos españoles en una de las mejores cotas de su historia, Unida reconoce que los precios han aumentado, especialmente en la costa y en lugares como Baleares y Canarias. Al respecto, Carballo apunta que "el problema de esta fortísima afluencia de Turismo extranjero es que cuando el cliente nacional quiere reservar no hay casi plazas para muchos destinos". En cambio, fuera de nuestras fronteras los precios experimentan un ligero retroceso.

Las grandes 'rent-a-car' mantienen su dominio pese al aumento de competidores

Se han creado más de 300 empresas de alquiler de coches en nuestro país en los últimos tres años

Las diez compañías de alquiler de vehículos más potentes del mercado español mantienen intacta su cuota de mercado, que se sitúa en el 75%. Y

ello a pesar de que el número de competidores crecen con fuerza año tras año. Se ha pasado de 1.981 sociedades al cierre de 2013 a 2.303 en la

recta final de 2016. Las previsiones para 2017 es que el volumen de negocio del sector *rent-a-car* ronde los 1.600 millones de euros, un 6% más.

Las compañías de alquiler de vehículos punteras del mercado español resisten pese a la creciente competencia existente en el sector. Según los últimos datos del Observatorio Sectorial DBK de Informa, la cuota de mercado conjunta de las cinco primeras se situó en el 55% en 2016, tan solo un punto porcentual por debajo de la alcanzada en 2015, mientras que en el caso de las diez primeras se mantiene intacta, con un 75%.

Este dato es especialmente llamativo si se tiene en cuenta que el número de empresas *rent-a-car* se ha disparado en los últimos años. Al cierre de 2016 había registradas un total de 2.303 sociedades en todo el territorio español, 118 más que en la recta final de 2015. En los últimos tres años el crecimiento es del 16,2%, con un total de 322 nuevas compañías de alquiler de vehículos.

Andalucía congrega el mayor número de empresas, con el 19%

del total. Le siguen la Comunidad Valenciana, Cataluña y Baleares. Estas cuatro Comunidades autónomas acaparan conjuntamente el 56% de las *rent-a-car*.

Dinamismo de la demanda

Según el informe, el negocio de las compañías de alquiler de vehículos ha vuelto a registrar un crecimiento anual, en un marco de incremento de los viajes realizados por la población española y, especialmente, por el dinamismo de la demanda procedente del extranjero. Así, la facturación se sitúa en 1.510 millones de euros, lo que supone un aumento del 6,3% respecto a 2015, año en el que también se produjo un repunte del 6%.

La demanda extranjera vacacional vuelve a mostrar el mayor dinamismo. Aporta 660 millones de euros, un 10% más que en 2015 y el 44% del mercado. Mientras tanto,



Las cinco primeras empresas tienen una cuota de mercado del 55%.

el segmento nacional experimenta un crecimiento del 3%, con un peso del 23%. El 33% restante corresponde al segmento de empresas.

Las previsiones para el cierre de 2017 son de nuevo muy favorables, tanto por el buen comportamiento del Turismo internacional como la recu-

peración que viene protagonizando el nacional. La previsión es que el volumen de negocio del sector *rent-a-car* ronde los 1.600 millones de euros en el conjunto de 2017, lo que supondría un crecimiento del 6%. Para 2018 el incremento podría situarse en torno al 4%.



Estas vacaciones, acompaña a tus clientes con un buen seguro

Este verano asegúrate de que tus clientes viajan protegidos con las coberturas más completas que le ofrece ERV, el especialista en Seguros de Viaje.

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

Porque nadie está a salvo de imprevistos, confía tu tranquilidad y la de tus clientes a la experiencia de una compañía que lleva más de 100 años asegurando viajeros.

Por lo que pueda pasar, asegúralos una buena compañía.

 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.

NEXOTUR

GRUPO
Nexo

NEXO

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

NEXOTUR®

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

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

EDICIÓN

1000

ESPECIAL



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

**HISTORIA
DEL TURISMO
EMISOR EN ESPAÑA**

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

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

Consejos para turistas ante ataques terroristas

La Asociación de Agencias de Viajes de Reino Unido (ABTA) y el Ministerio de Relaciones Exteriores del país han lanzado un nuevo vídeo que describe a los turistas qué hacer si se ven afectados por un ataque terrorista. Aunque aclaran que "las posibilidades de verse involucrado en un atentado siguen siendo extremadamente remotas", instan a los viajeros a visionar la grabación.

Los 'millennials' son la generación más viajera

Los conocidos como *millennials* se consolidan como la generación más viajera al conocer ya tres veces más mundo que sus padres a su edad. Así se desprende de un estudio de eDreams, que ha comparado este perfil de cliente con el de los viajeros mayores de 50 años. Y es que el 49% de los *millennials* ya ha visitado el extranjero con tan solo cinco años de edad.

Los palacios y recintos feriales españoles se unen

La Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE) y la Asociación de Ferias Españolas (AFE) han firmado un acuerdo para tener una mayor representatividad y unidad institucional con el objetivo último de conseguir conjuntamente sus respectivos objetivos. Ambas entidades se comprometen a la coordinación y colaboración conjunta.

Fira de Barcelona logra el congreso ESMO 2019

El recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona será sede por primera vez de ESMO 2019, el mayor congreso europeo sobre cáncer, que atraerá 22.000 especialistas de todo el mundo. Organizado por la European Society for Medical Oncology (ESMO) en colaboración con la European Association for Cancer Research (EACR), tendrá lugar del 27 de septiembre al 1 de octubre de 2019.

La Mesa del Turismo traslada sus preocupaciones a Iñigo de la Serna

Los efectos del Brexit y las restricciones de EEUU han sido algunos de los temas abordados

Los posibles efectos del Brexit, las restricciones de Estados Unidos a los pasajeros aéreos, las subvenciones a residentes y los efectos de la econo-

mía colaborativa han sido algunos de los temas abordados en la reunión de la Mesa del Turismo con el ministro de Fomento, Iñigo de la Serna.

La Mesa del Turismo continúa con su ronda de reuniones con los ministros. Tras su reciente encuentro con el titular de la cartera de Asuntos Exteriores y Cooperación, Alfonso María Dastis, el *lobby* que preside Abel Matutes ha mantenido una cita de trabajo con su homólogo en Fomento, Iñigo de la Serna.

Durante la misma, se ha hecho especial hincapié en la relación de su departamento con la actividad turística, ya que "el transporte, aéreo, terrestre y marítimo, es el requisito sustancial a la actividad turística". De ahí que los miembros de la Mesa del Turismo hayan aprovechado la oportunidad para exponerle los puntos de vista y las preocupaciones del Sector en materia de transporte. Asimismo, han puesto de relieve la contribución del Turismo a la economía nacional en términos de aportación al PIB (11%), al empleo (12,5%), a la reducción del déficit fiscal y al superávit de la balanza de pagos.

De la Serna, por su parte, ha reconocido la importancia del Turismo, señalando que "500 millones de turistas internacionales visitaron la Unión Europea, de los cuales 75,6 millones eligieron España". Al abordar los temas del transporte aéreo, la Mesa del Turismo ha aplaudido



El ministro se ha reunido con los miembros de la Mesa del Turismo.

la puesta en marcha de medidas como el Dora, que fijará las tasas aéreas hasta 2021, así como el Plan de Vuelo 2020. También han abordado cuestiones como los posibles efectos del Brexit; los intentos de Estados Unidos de establecer el sistema del *pre-clearance* y restricciones a los ordenadores personales en los vuelos; el régimen de subvenciones a los residentes insulares; los controles de inmigración en los aeropuertos; y los controladores aéreos en España y en Europa.

En materia de transporte aéreo, el ministro subraya que de enero a mayo de este año se han registrado

cerca de 88,9 millones de pasajeros, con lo que el tráfico aéreo encadena ya 43 meses consecutivos de crecimiento ininterrumpido. Además, de cara a la temporada de verano avanza que están previstas 436 nuevas rutas, mientras que la capacidad aérea se incrementará en un 8,7%, ascendiendo a 204,6 millones de asientos. También se han intercambiado puntos de vista sobre el transporte terrestre (plataformas digitales como Uber y Cabify; AVE y conexiones con los aeropuertos; liberalización ferroviaria de alta velocidad; y la señalización de los atractivos turísticos en las carreteras).



El grupo supera los 1.600 empleados tras dar de alta a 70 personas en 2016.

La división de Turismo de Grupo Julià deja de crecer

La división de Turismo Grupo Julià cierra 2016 con un volumen de negocio de 225 millones de euros, lo que supone un tímido retroceso interanual del 0,9%. Esta tendencia contrasta con el espectacular aumento del 21,4% que protagonizó en 2015, cuando llegó a 227 millones de euros. En total, alcanza en 2016 una cifra de negocio de 309,1 millones de euros, un 2,7% por encima del ejercicio anterior, cuando se quedó en 301 millones. El grupo ha creado en estos 12 meses un total de 70 nuevos puestos de trabajo, llegando actualmente a los 1.626 empleados. Las inversiones ascienden a 19,5 millones, un 30% más que en 2015.

El negocio internacional sigue suponiendo una parte mayoritaria de la facturación de la empresa, si bien gana peso el mercado español. La distribución de ventas es

de un 57,4% en el ámbito internacional y un 42,6% en el nacional, frente a los porcentajes del 64,2% y del 35,8% del ejercicio anterior.

Gran resultado de City Tour

Además de la división de Turismo, que representa la mayor parte de los ingresos del grupo, cabe destacar el gran comportamiento de City Tour (autobuses y trenes turísticos). Su facturación aumentó un 17% en relación a 2015, hasta alcanzar los 60 millones de euros. Se posiciona así como uno de los principales operadores de autobuses turísticos del mundo, estando presente en 14 ciudades de siete países distintos. La división de transporte de viajeros, liderada por Autocares Julià, ha aumentado sus ingresos un 4% respecto al ejercicio anterior, hasta los 23,3 millones de euros.

Uno de cada cinco pasajeros internacionales vuela a los aeropuertos de la red de Aena con Ryanair

La aerolínea irlandesa, Easyjet y Vueling acaparan el 35% de las entradas por vía aérea en el mes de mayo

De los casi 8,3 millones de pasajeros internacionales recibidos por los aeropuertos españoles en mayo, cifra un 8,6% superior a la de hace un año, más de la mitad (el 54,3%) ha volado con una *low cost*. Esta modalidad protagoniza un incremento del 15,3% respecto al mismo mes del año anterior. Las compañías aéreas convencionales, por su parte, acaparan el 45,7% del flujo total, experimentando un moderado avance del 1,7%.

Ryanair, Easyjet y Vueling acaparan en este mes el 35,3% de los movimientos con destino España, mientras que su cuota en el segmento de las *low cost* asciende al 65,1%. Ryanair se mantiene, con amplísima ventaja, como la primera opción de los viajeros procedentes del extranjero. Su cuota es del 19,6%, 11 puntos porcentuales más que Easyjet, que figura en segundo lugar con el 8,5% del total de pasajeros. Comple-

ta el podio Vueling con un peso del 7,2%, mientras que el resto de compañías de 'bajo coste' generan el 19% de los movimientos. Las tres superan los resultados de hace un año.

Entre enero y mayo se ha rozado la cifra de 31 millones de pasajeros, un 10,4% más que en el mismo periodo del año anterior. Las *low cost* lideran el crecimiento del acumulado con una tasa positiva del 15,6%, frente al 5,3% de las convencionales.



Las 'low cost' acaparan el 54,3% de las llegadas de pasajeros aéreos.

Las aerolíneas necesitan 70 nuevos pilotos al día

La industria aérea incorporará 255.000 nuevos pilotos durante los próximos diez años para sostener el crecimiento del transporte aéreo comercial. Según un informe elaborado por Cae, también será necesario formar a 180.000 oficiales de primera en capitaneos de aerolínea. Su presidente, Nick Leontidis, explica que "la industria aérea necesitará 70 nuevos pilotos tipo por día".

Acuerdo ministerial por el ecoturismo en España

Turismo y Medio Ambiente firman un convenio para fomentar el ecoturismo y la sostenibilidad del Turismo en la Red de Parques Nacionales y en la Red Española de Reservas de Biosfera. Nace de la convicción de que tienen un "enorme potencial turístico y de desarrollo socio-económico". Ambos ministerios llevarán a cabo programas de actuación conjuntos.

Valladolid apuesta por las reuniones y eventos

La Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid, la Asociación que agrupa a las empresas miembros de la Oficina de Congresos y la Asociación Provincial de Alojamientos Turísticos de Valladolid han firmado un nuevo convenio de colaboración para la promoción del Turismo congresual, cultural, deportivo y enogastronómico de Valladolid hasta finalizar 2017.

Nueva infraestructura congresual en Cardona

El Ayuntamiento de Cardona (Barcelona) y la Fundación SHE (Science, Health and Education) impulsa el desarrollo del Centro de Convenciones de Cardona (CCCardona), una nueva infraestructura congresual que será una realidad a partir del próximo 23 de julio, día en el que se inaugurará con su primer evento. Contará con un auditorio para 400 personas.

Las principales Organizaciones de Turismo de Francia crean un 'lobby'

Representarán de manera unificada tanto a empresas como profesionales del Turismo

Nace la Confederación de Actores de Turismo (CAT). Las grandes Organizaciones empresariales vinculadas al Turismo de Francia, entre ellas las de hoteles,

agencias y turoperadores, se han unido con el objetivo de defender los intereses comunes del Sector y aumentar el atractivo del destino, entre otras prioridades.

Un total de 14 Organizaciones empresariales francesas vinculadas al Turismo han llegado a un acuerdo para la creación de la Confederación de Actores de Turismo (CAT). Este gran lobby de presión, que estará presidido por Roland Heguy, defenderá los intereses de los principales subsectores turísticos. Estarán representados, entre otros, agencias de viajes (EDV), turoperadores (SETO), hoteles (UMIH), transporte de viajeros (FNTV) y restauración (SNRPO).

El proyecto ha sido impulsado por la Asociación Nacional de Actores del Turismo (ANAT), agrupación creada en 2007 con el objetivo de unir a las diferentes ramas turísticas para abordar las problemáticas comunes. Según el documento firmado por los miembros de CAT, uno de sus retos será representar de manera unificada a las empresas y profesionales del Turismo.

También se fija como prioridad defender aspectos claves del Sector con el Gobierno central, así como promover el conjunto del



Representantes de las 14 Organizaciones empresariales firmantes.

Turismo. Por último, hace hincapié en la importancia de aumentar el atractivo, la visibilidad y la responsabilidad ambiental tanto de las empresas turísticas.

Peso económico del Turismo

Las 14 Organizaciones empresariales firmantes coinciden en destacar que el Turismo "merece una

atención a la altura de su peso económico y de su potencial de crecimiento en Francia". En este sentido, destacan que las 350.000 empresas turísticas establecidas en Francia dan empleo a dos millones de trabajadores, representando el 7,4% del Producto Interior Bruto (PIB) con unos ingresos estimados de 160.000 millones de euros (el doble que la agricultura).



Se pronuncia a raíz de una denuncia de consumidores contra airberlin.

La justicia europea, contra los abusos de las aerolíneas

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) avala acabar con las cláusulas abusivas impuestas por las compañías aéreas a los pasajeros por la cancelación de una reserva o la no presentación en el momento del embarque. Aclara que la directiva europea relativa a las cláusulas abusivas da la posibilidad de actuar sin que ello sea interpretado como un ataque a la libertad de fijación de precios. En esta línea, remarca que "las normas generales que protegen a los consumidores frente a las cláusulas abusivas también se aplican a los contratos de transporte aéreo".

La sentencia llega en respuesta a una consulta del Tribunal Supremo Civil y Penal de Alemania sobre la inclusión por parte de airberlin

de una tarifa de 25 euros en concepto de gastos de tramitación por cancelación o no presentación. Este recargo, obligatorio para todos los clientes que contraten una tarifa económica, fue denunciado por la Unión Federal Alemana de Centrales de Consumidores, que lo considera "desproporcionado".

Por otro lado, el TJUE también se pronuncia sobre la transparencia de los precios exigida por el reglamento relativo a la explotación de servicios aéreos, advirtiendo de que "las compañías aéreas deben precisar por separado los importes que adeudan los clientes por los impuestos, tasas y demás cánones, recargos y derechos". "Por tanto, no pueden incluir esos conceptos, ni siquiera parcialmente, en la tarifa".

AVIBA pide subvención del 75% al transporte aéreo

La Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes (AVIBA) aboga por la extensión de las bonificaciones al transporte. Ante la propuesta que el Gobierno de Baleares pretende realizar al Ejecutivo central sobre el Régimen Especial para las Baleares (REB), la Asociación ha incluido una serie de aportaciones que considera "beneficiosas y justas" para los residentes en las islas.

Una de ellas es la ampliación de la subvención del 50% al 75% a los vuelos entre Baleares y la Península. Al respecto, sostiene que "si es reconocido que el derecho de insularidad entre vuelos interbaleares se merece el 75% de bonificación, por qué no en los



Toni Abrines

vuelos con el resto del Estado". Otra de sus propuestas es la extensión de las subvenciones al tren, siempre y cuando este medio de transporte sea utilizado para llegar a destinos que no tienen aeropuerto o que carecen de rutas con Baleares. Por otro lado,

para potenciar el Turismo en temporada baja, AVIBA sugiere que los autocares con turistas extranjeros que conecten la Península con las islas, reciban "al menos la una subvención del 50%", siempre y cuando la estancia mínima de tres días. Finalmente, también se manifiesta contra la no existencia de subvención para los vehículos de los residentes en las islas que se trasladan a la Península.

Creciente compromiso del Sector Turístico con el desarrollo sostenible

Empresas españolas se comprometen a promover el Turismo sostenible

Gracias a la alianza entre la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Red Española de Pacto Mundial, 13 empresas españolas —Europa Mundo Vacaciones, Formagrup, Fuerte Hoteles, Iberia, Ilunion Hotels, Minube, NH Hotel Group, Ostelea, School of Tourism & Hospitality, Port Aventura, Renfe, Segittur, Tarannà Viajes con sentido y Viajes El Corte Inglés— se han sumado al compromiso de desarrollar prácticas de responsabilidad social corporativa que aboguen por un Turismo sostenible. La iniciativa, denominada 'Turismo responsable: un compromiso de todos', arrancará el 19 de septiembre y se centrará en el papel de las empresas turísticas para alcanzar los Obje-

tivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En palabras del secretario general de la OMT, Taleb Rifai, "estamos asistiendo a un momento clave para consolidar un Turismo más sostenible, respetuoso con el medioambiente y con las culturas locales, pues en pocos meses iniciaremos el Año Internacional para el Turismo Sostenible para el Desarrollo 2017".

La involucración de las 13 empresas consiste en la puesta en marcha de una serie de iniciativas relativas a la responsabilidad social corporativa que quedarán plasmadas en un site creado a tal efecto. Asimismo, han firmado los principios del Código Ético Mundial para el Turismo y los 10 Principios del Pacto Mundial.



El secretario de la OMT, Taleb Rifai.

Expedia elige a España como destino favorito

España sigue siendo uno de los destinos favoritos para las vacaciones de verano tanto del turismo extranjero como doméstico, según revelan los datos del Grupo Expedia. Reino Unido, España, Italia, Francia, Estados Unidos, Alemania, Países Bajos, Suecia, Irlanda y Canadá son los 10 principales mercados emisores que buscan destinos españoles para sus vacaciones de verano.

CWT continúa con su compromiso en RSC

Carlson Wagonlit Travel (CWT) ha fortalecido su compromiso en materia de responsabilidad empresarial y ha desvelado un progreso significativo en su informe de junio. Al demostrar una evolución y compromiso continuos y sustanciales en materia de responsabilidad empresarial, ha obtenido la clasificación de oro de EcoVadis en 2017, alcanzando el top 1% mundial de empresas.

Extremadura apuesta por el Turismo MICE

El presidente de la Junta de Extremadura, Guillermo Fernández Vara, ha destacado, durante la inauguración del Palacio de Congresos y Exposiciones de Plasencia, que la región necesita al Turismo de Reuniones de manera imprescindible y, para ello, es fundamental contar con lugares atractivos, como esta nueva infraestructura en la provincia cacereña.

Infecar entra en la Unión de Ferias Internacionales

La Institución Ferial de Canarias (Infecar), perteneciente al Cabildo de Gran Canaria, ha sido admitida el pasado mes de mayo como miembro de pleno derecho de The Global Association of Exhibition Industry (UFI). De esta manera, se convierte en la quinta institución ferial española que ingresa en dicha organización, tras las de Valencia, Barcelona, Bilbao y Madrid.

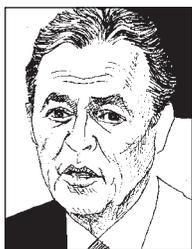
La Comunidad de Madrid descarta imitar a Cataluña en la desregulación

Prieto: 'Madrid, al igual que el resto de Comunidades, no comparte esta proposición'

"Afortunadamente, Madrid, al igual que el resto de Comunidades, no comparte" la desregulación del Sector de agencias llevada a cabo por la Generalitat

de Cataluña. Así lo revela el presidente de UNAV, José Luis Prieto, quien califica de "verdadero despropósito" el cambio normativo aprobado.

Madrid no seguirá los pasos de Cataluña. Según ha comunicado a la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) el director general de Turismo del Ejecutivo autonómico, Carlos Chaguaceda, se descarta por completo llevar a cabo un proceso de desregulación del Sector



José Luis Prieto

exigir a una agencia las máximas garantías y al mismo tiempo llevar a cabo una desregulación como la aprobada por la Generalitat de Cataluña", sostiene, al tiempo que aplaude que, "afortunadamente, Madrid, al igual que el resto de Comunidades, no comparte dicha

proposición". "Desde nuestra Asociación compartimos plenamente la decisión de apoyar al Sector de agencias de viajes", sentencia.

Como publicó NEXOTUR, el presidente de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAIVE), Martí Sarrate, advirtió que con la nueva legislación "se puede dar el caso de que consumidores contraten un viaje combinado con una entidad denominada agencia de viajes, la cual no disponga de garantías y sobrevenga un problema de insolvencia de esta

entidad, provocándose graves perjuicios a estos consumidores". Asimismo, criticó que esta situación "dará lugar a un incremento del intrusismo". Su Asociación inició una recogida de firmas a través de Change.org, si bien solo consiguió que 1.911 rubricasen su manifiesto en contra de la desregulación.

Buena predisposición

Preguntado por el aumento del intrusismo, Prieto reconoce que "las Administraciones, por desgracia, no están dotadas de los medios económicos necesarios para agilizar los trámites". "Es cierto que la predisposición es buena, aunque lenta, pero faltan medios", indica. También revela que "hemos solicitado en determinados casos la colaboración de La Guardia Civil para paliar la falta de medios e inspecciones a locales o empresas que no cumplen los requisitos para vender viajes".

Los viajes de las empresas españolas crecen casi un 4%

Sigue la tendencia positiva para el *business travel* español. Las empresas españolas han aumentado su volumen de viajes de negocio un 3,8% en el primer cuatrimestre del año, en comparación con 2016, según el Observatorio GEBTA, que detecta una



Juan C. González

ampliación de las áreas geográficas de destino y una continuación de las políticas de control de gastos. GEBTA España confirma un incremento del viaje de negocio sostenido y estable, que pone de manifiesto la intensa actividad comercial de las empresas españolas que aumenta en todas las áreas geográficas, incluido el mercado doméstico.

El Observatorio destaca los principales destinos de los viajes de las empresas españolas, que demuestran la evolución que ha experimentado la presencia comercial española en el exterior, sobre todo en términos de diversificación de mercados, entre los que destacan Asia y América del Norte, así como los principales mercados de América Latina, con

crecimientos superiores al 10%. En este sentido, Londres está en primera posición, seguida de Ciudad de México, París, Lisboa, Sao Paulo, Nueva York, Múnich, Santiago de Chile, Frankfurt y Buenos Aires.

Las empresas españolas continúan su política de control de gastos en sus desplazamientos, cuya evolución sigue por debajo del crecimiento del volumen de viajes, aunque ha aumentado ligeramente respecto al ejercicio anterior, como consecuencia de la mayor presencia de destinos de largo radio.

Control del gasto

A la vista de la positiva evolución de los patrones de inversión en viajes de las empresas españolas, GEBTA recomienda el mantenimiento de las políticas de gestión del gasto en los términos vigentes. Por último, GEBTA recuerda la necesidad de integrar prácticas y protocolos de seguridad y asistencia en las políticas de viajes de las empresas.

El gasto de los turistas españoles en viajes combinados se desploma en el inicio de año

El gasto total en viajes desciende más que el destinado a 'paquetes' turísticos, según datos del INE

El desembolso efectuado por los españoles para la contratación de un 'paquete' turístico sufre un retroceso del 7,5% en los tres primeros meses del año. Se sitúa en 503,4 millones de euros, frente a los 544,5 millones alcanzados en el mismo periodo de 2016, en el que se produjo un espectacular incremento interanual del 50,9%.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la mayor caída corresponde a los viajes combinados por España. El gasto destinado a ellos registra un descenso del 11,4%, pasando de los 220,5 millones de hace un año a 195,3 millones en el primer trimestre del presente ejercicio. En lo que respecta a los desplazamientos al

extranjero, los residentes en el país han desembolsado 308,1 millones de euros en la contratación de 'paquetes', lo que supone una bajada interanual del 4,9%.

Desplome del gasto

Pese a lo negativo de estas cifras, el gasto total de los españoles en viajes baja aún con mayor intensidad. Se sitúa en 7.159 millones de euros en el primer trimestre, lo que supone un descenso del 10,4% respecto al mismo periodo del año anterior.

Llama la atención el desplome del gasto si se tiene en cuenta que el número de españoles que han optado por esta forma de organización crece en el arranque del año. Ascien-

de a 1,3 millones, un 2,6% más que en los tres primeros meses de 2016, representando el 3,5% del total de movimientos turísticos. Los residentes en España han realizado 39,3 millones de viajes en el primer trimestre de 2017, un 2,6% menos que en el mismo periodo de 2016.

En el caso concreto de los desplazamientos al extranjero, un total de 465.040 personas (el 14,3% del total de turistas) se han decantado por la contratación de un viaje combinado, modalidad que crece un 1,6% en relación al inicio de 2016. En los viajes domésticos, 891.159 personas (el 2,3% del total) han elegido esta forma de organización, lo que representa un incremento interanual del 3,1%.



En los tres primeros meses de 2016 gastaron 544,5 millones de euros.

100% Agentes

Turnexo

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES

Catalunya

NUEVA SEDE



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Martes 7 de Noviembre Confirma asistencia:
Catalonia Plaza Catalunya  **www.turnexo.com**

(y reserva tu Reloj de pulsera)

Nexopublic
CONSULTING

Saudia lanza una nueva solución para agentes

Saudia Airlines ha sido reconocida por la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) gracias a su nuevo sistema. Éste permite a los agentes, en el momento de hacer las reservas de billetes aéreos, ver las imágenes de los asientos y el diseño a bordo. Además, se ofrece la posibilidad de adquirir servicios adicionales. La aerolínea ha obtenido la certificación NDC de nivel 3.

La gastronomía tiene cada vez más relevancia

Además de un segmento cada vez más desarrollado y sofisticado, el Turismo gastronómico se ha convertido en una de las motivaciones principales de los viajeros a la hora de visitar un destino. Así lo revela una encuesta encargada por la OMT a Madison Experience Marketing, según la cual es un aspecto clave en la definición de la imagen y la marca de su destino.

La actividad MICE crece un 5% en Málaga

Los datos del Málaga Convention Bureau señalan que la ciudad ha acogido entre enero y mayo un total de 63 congresos, en los que han participado casi 25.000 personas. Se trata de un aumento del 5% en comparación con el mismo periodo de 2016. A estos datos hay que sumar aún los congresos celebrados en hoteles o instalaciones de otros organismos.

Estreno del Palacio de Congresos de Palma

El Mallorca Convention Bureau celebró a finales del pasado mes de abril su asamblea general en el Palacio de Congresos de Palma, primer evento oficial que ha acogido la nueva infraestructura de la isla gestionada por Meliá Hotels International. Durante la reunión se analizaron las acciones de 2016, así como las que se van a desarrollar a lo largo del año 2017.

Las agencias de viajes 'online' ponen fin a años de fuertes crecimientos con un retroceso del 3% en 2016

Cierran el año con un volumen de negocio de 3.425 millones de euros y con cerca de 14 millones de operaciones

El boom de las agencias online, cuya facturación venía creciendo en el mercado español a doble dígito en los últimos años, podría haber llegado a su fin. Su volumen cae un 3,5%

en el global de 2016, situándose en 3.425,1 millones de euros mientras que las transacciones lo hacen un 6,3%, hasta las 13,7 millones. Un año antes se produjeron aumentos del 25,5% y del 10,7%, respectivamente. Detrás de este cambio de tendencia podría estar la creciente apuesta de los proveedores por la venta directa en la Red.

El avance de las agencias de viajes online (OTAs) se frena en seco en 2016. Su volumen de negocio se sitúa en el conjunto del año en 3.425,1 millones de euros, lo que supone un retroceso interanual del 3,5%, según los datos recabados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). En cuanto al volumen de operaciones, el año 2016 se cierra con cerca de 13,7 millones, un 6,3% menos que en el global de 2015.

Esta tendencia contrasta con los espectaculares crecimientos que venían protagonizando año tras año. Sin ir más lejos, cerraron 2015 con un aumento del 25,5%, pasando de los 2.828,8 millones que facturaron en 2014 a 3.549,8 millones

en el citado ejercicio. También subieron un 10,7% las transacciones, hasta los 14,6 millones.

Por trimestres, cabe destacar que en el último se ha producido una reactivación del negocio. La facturación de las online asciende en el periodo comprendido entre octubre y diciembre de 2016 a 714,3 millones, lo que supone un aumento interanual del 1,7% en comparación con los 702,4 millones del año anterior.

Venta directa 'online'

En el tercer trimestre su facturación sufrió un llamativo retroceso del 8,8%, pasando de 1.105,5 millones a 1.007,4 millones. Se trató de la segunda caída consecutiva, ya que

en el segundo trimestre también se produjo un descenso interanual del 4,5%, desde 971 millones a 926,7 millones de euros. Mientras tanto, en el arranque de 2016 su actividad comenzó a dar muestras de debilidad, con un tímido repunte del 9,7%, hasta 776,7 millones.

La situación que atraviesan las agencias online llama aún más la atención si se tiene en cuenta el buen momento que atraviesa el Turismo emisor español y el negocio de las agencias de viajes y turoperadores, siempre según los datos oficiales del INE y del Banco de España. El principal factor que, a priori, estaría detrás de este giro inesperado, es la creciente apuesta de los proveedores por la venta directa online.



Han realizado 13,7 millones de operaciones en el global de 2016.

Los turistas senior y los 'millennials', claves para combatir la estacionalidad

Bankinter Consumer Finance prevé un aumento del 3% del gasto por turista este verano

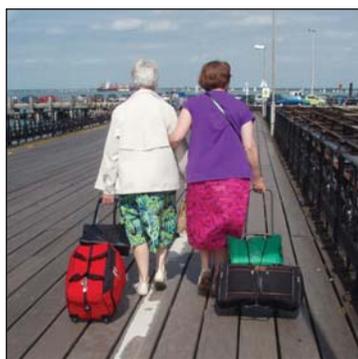
Los españoles menores de 35 años y los senior huyen del verano para viajar. Según los datos recogidos por Bankinter Consumer Finance, los primeros son los que menos gastan con tarjeta de crédito en viajes durante los meses de mayor demanda de la temporada estival (julio y agosto). En concreto, en 2016 desembolsaron de media 317 euros, cantidad un 11,5% inferior a la destinada en el mismo periodo de 2016. La mayor flexibilidad de tiempo y el hecho de que, en muchos casos, aún no tengan responsabilidades familiares, permite a este colectivo optar cada vez más frecuentemente por otras épocas del año, en las que los precios suelen ser más baratos.

Esta tendencia ya lleva años plenamente consolidada entre los turistas senior. Son, con gran diferencia, los consumidores que distribuyen sus gastos en viajes de la forma más homogénea, extendiendo la mayor parte del periodo vacacional entre mediados de abril y sep-

tiembre. Su desembolso en julio y agosto de 2016 (unos 385 euros) supuso el 20,1% del total dedicado a Turismo en el conjunto del año, mientras que mayo es el mes en el que más gastaron, con un repunte interanual del 10,7%. Al igual que los millennials, los mejores precios y ofertas existentes en temporada baja influyen de manera decisiva en este comportamiento.

Gran concentración

En contraposición, los que más dinero destinan a viajes en los meses fuertes del verano son los españoles con edades comprendidas entre 35 y 65 años. Se trata de personas generalmente activas laboralmente, con mayor nivel de ingresos y más condicionados por las exigencias del trabajo a la hora de elegir sus periodos vacacionales. Dentro de este amplio grupo, los que más gastan en verano son los de edades entre 51 y 65 años, con un desembolso medio de 443 euros. En julio y agosto



Los senior dominan en temporada baja.

to efectúan el 27,8% del total de su inversión en viajes. Le sigue la franja entre 35 a 50 años con una media de 428 euros, el 29,2% del total.

Según Bankinter Consumer Finance, se prevé que en el gasto medio con tarjeta de crédito por persona en viajes (transporte y alojamiento, fundamentalmente) alcance los 431 euros durante julio y agosto del presente ejercicio, un 2,8% más en relación a los 419 euros del mismo periodo de 2016.

Túnez y Egipto se recuperan en el mercado emisor alemán

España, con Baleares a la cabeza, se mantendrá esta temporada de verano como la opción más popular para los turistas alemanes. Así se desprende de un informe realizado por GfK por encargo de la Asociación Alemana de Viajes (DRV), en el que



Norbert Fiebig

también se hace referencia a la recuperación que están protagonizando destinos turísticos como Marruecos, Túnez y Egipto. Sin embargo, sus cifras están todavía muy lejos de las registradas en los mejores años.

En el caso concreto de Turquía, el informe destaca el gran comportamiento que vienen experimentando las ventas de última hora, que se han visto favorecidas por el aumento de las conexiones aéreas y la rebaja de los precios hoteleros. Por otro lado, revela que países como Grecia, Croacia, Chipre, Malta y Bulgaria, entre otros, están muy por encima de los resultados alcanzados en la anterior temporada estival.

Respecto a los destinos de larga distancia, que representan cerca del 8% de los movimientos al extranjero de los residentes en Alemania, Estados Unidos se mantiene como la opción preferida por los alemanes, si bien está sufriendo una disminu-

ción. En cambio, los mayores crecimientos corresponden a México, Kenia, Tanzania, Indonesia y Cabo Verde.

Mayor antelación

El presidente de la Organización empresarial, Norbert Fiebig, revela que los alemanes han reservado sus vacaciones de verano "mucho antes de lo habitual, a veces incluso en noviembre y diciembre del año pasado". "Por lo tanto, muchos se han asegurado los destinos deseados, a la vez que se han beneficiado de los descuentos por reserva anticipada ofertados por muchos operadores turísticos", explica.

100% Agentes

Turnexo

Madrid

Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXO TUR

Martes 14 de Noviembre
Hotel Mayorazgo

Nexopublic
CONSULTING



Reserva sólo en alemán en la 'website' de Achat



Achat Hotels presenta una *web responsive*, de correcto diseño, en la

que informa sobre sus hoteles y permite, sólo al cliente final, reservar estancias, pero aunque ofrece una versión en inglés, presenta la gestión de reservas sólo en alemán.

Vuelos de Norwegian y otros servicios turísticos



Norwegian presenta una página de fácil gestión en la que informa sobre la

compañía y sus vuelos, y ofrece a clientes, empresas y agencias, la gestión de reservas de sus vuelos, vuelos más hotel o coche, y hoteles y coches en todo el mundo.

Nuevos productos en la página web de Destinia



Destinia ofrece una nueva versión de su *web* en la que ha añadido dos

nuevos tipos de producto manteniendo, con pocos cambios, la información sobre todo tipo de servicios turísticos y una gestión de reservas ajustada a cada tipo de producto.

El Palacio de Tarragona presenta una nueva web



El Palacio Ferial y de Congresos de Tarragona vuelve a modificar el diseño

de su página *web*, reduciendo el nivel de información sobre sus espacios, equipamientos y servicios, y manteniendo el calendario de eventos, general y por tipo.

ERV Seguros de Viaje lanza una 'app' con alertas de seguridad

ERV Seguros de Viaje pone a disposición de sus clientes Travel & Care App. Se trata de una aplicación móvil que ofrece información y recomendaciones para más de 200 países, proporcionando alertas de seguridad en tiempo real y prácticos servicios con el fin de mejorar la experiencia del viajero. Gracias a su funcionalidad Alertas Push, los clientes de la compañía de seguros están permanentemente informados de cualquier situación anómala o de inseguridad.



La directora de ERV, Ana Dueñas.

La directora general de la empresa, Ana Dueñas, detalla que el sistema "proporciona información inmediata sobre cualquier evento inesperado, alertas terroristas, condiciones meteorológicas adversas, huelgas, retrasos en medios de transporte o manifestaciones". De esta manera, los turistas "se sienten mucho más seguros y reciben la información necesaria para poder manejar cualquier emergencia o riesgo en su destino".

Otra de sus funcionalidades es la denominada Cerca de ti. Mediante un sistema de geolocalización el asegurado tendrá acceso a ser-

vicios cercanos como centros médicos, hospitales, embajadas o farmacias. Además, ERV a través de la app se puede entrar en su plataforma de Siniestros Online, donde el asegurado puede notificar y tramitar su siniestro, así como a la función Documentos de Viaje, en la que puede registrar todos los documentos útiles. Travel & Care App está disponible para clientes de pólizas Select en modalidad anual y Business en modalidad anual y temporal, y es compatible con dispositivos IOS y Android.

Tor Travel dará un salto cualitativo gracias a su alianza con Yourttoo

Desde el 'portal' se puede hacer una 'solicitud de prepropuesta' al destino

Tor Travel, plataforma B2B del grupo Destinia, invierte en Yourttoo, plataforma de receptivos que cuenta con más de 2.500 programas de unos 500 receptivos.

Esta participación le da acceso a una tecnología y producto que viene a fortalecer la apuesta de la empresa por el 'paquete' dinámico.

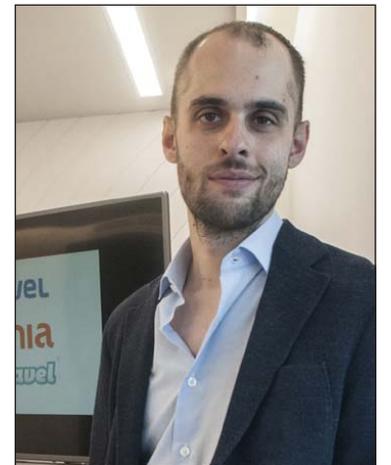
Además del producto hotelero convencional, Tor Travel ha incorporado desde su nacimiento una amplia oferta de vuelos, vuelo+hotel, traslados y vehículos de alquiler. La plataforma Business to Business (B2B) de Destinia da ahora un paso más al invertir en Yourttoo, startup mallorquina que dispone de un consolidador de circuitos en todo el mundo. La pretensión del B2B es empezar con más de 200 programas en España para posteriormente abrirlo a cualquier mercado.

En palabras del director de estrategia del grupo, Ricardo Fernández, "es una forma de dar un salto cualitativo en nuestra apuesta para que Tor Travel no solo sea un proveedor de producto sino también un partner tecnológico". "Hemos encontrado un socio ideal para reforzar nuestro proyecto de

'paquete' dinámico, con viajes a cualquier parte del mundo, que gracias a Tor pondremos al alcance de cualquier agencia de viajes y operador turístico".

Banco de circuitos 'online'

Yourttoo es una joven empresa, afincada en Parc Bit (Palma de Mallorca) que cuenta con la larga experiencia turística de sus fundadores. Puesta en marcha en el año 2016 como uno de los grandes bancos de circuitos *online* con reserva inmediata y garantizada, la plataforma dispone a día de hoy de más de 2.500 programas pertenecientes a unos 500 receptivos. Como publicó NEXOTUR, en verano de 2016 el grupo Destinia anunció la adquisición de Tor System, plataforma tecnológica que pertenecía al extin-



El director de estrategia del grupo Destinia, Ricardo Fernández.

to grupo Transhotel, para adentrarse en el negocio B2B con el lanzamiento de Tor Travel.

Hotelbeds Group reafirma su 'fuerte compromiso con el mercado chino'

Su banco de camas tiene previsto incrementar el número de hoteles que tiene en el país

Hotelbeds Group reafirmó su "fuerte compromiso" con el mercado turístico chino durante el MarketHub Asia, celebrado en Bangkok, Tailandia. En el continente, destaca el papel de China, que es su quinto mercado. China también es el destino que está experimentando un mayor crecimiento para los usuarios de las dos plataformas de bancos de camas de Hotelbeds Group: Hotelbeds, que está enfocada en las agencias *online* y en los turoperadores, y Bedsonline, que trabaja en exclusiva con agencias de viajes.

Como respuesta a este incremento de la demanda, la división de Bedbank tiene previsto incrementar el número de hoteles que tiene en China y actualmente está aumentando la contratación. En la actualidad, Hotelbeds Group cuenta con un equipo de alrededor de 200 personas trabajando en China para las distintas marcas, entre las que no sólo se incluyen Hotelbeds



El grupo cuenta con un equipo de 200 personas trabajando en China.

y Bedsonline, sino también marcas de gestión de destinos como Pacific World y Destination Services.

El evento MarketHub Asia reunió a alrededor de 300 profesionales de la industria -con cerca de 100 delegados provenientes de Chi-

na- desde turoperadores hasta agencias de viajes *online* procedentes de toda la región de Asia Pacífico. El evento tuvo lugar en el AVANI Riverside Bangkok, situado en la ciudad de Bangkok y con capacidad de 251 habitaciones.

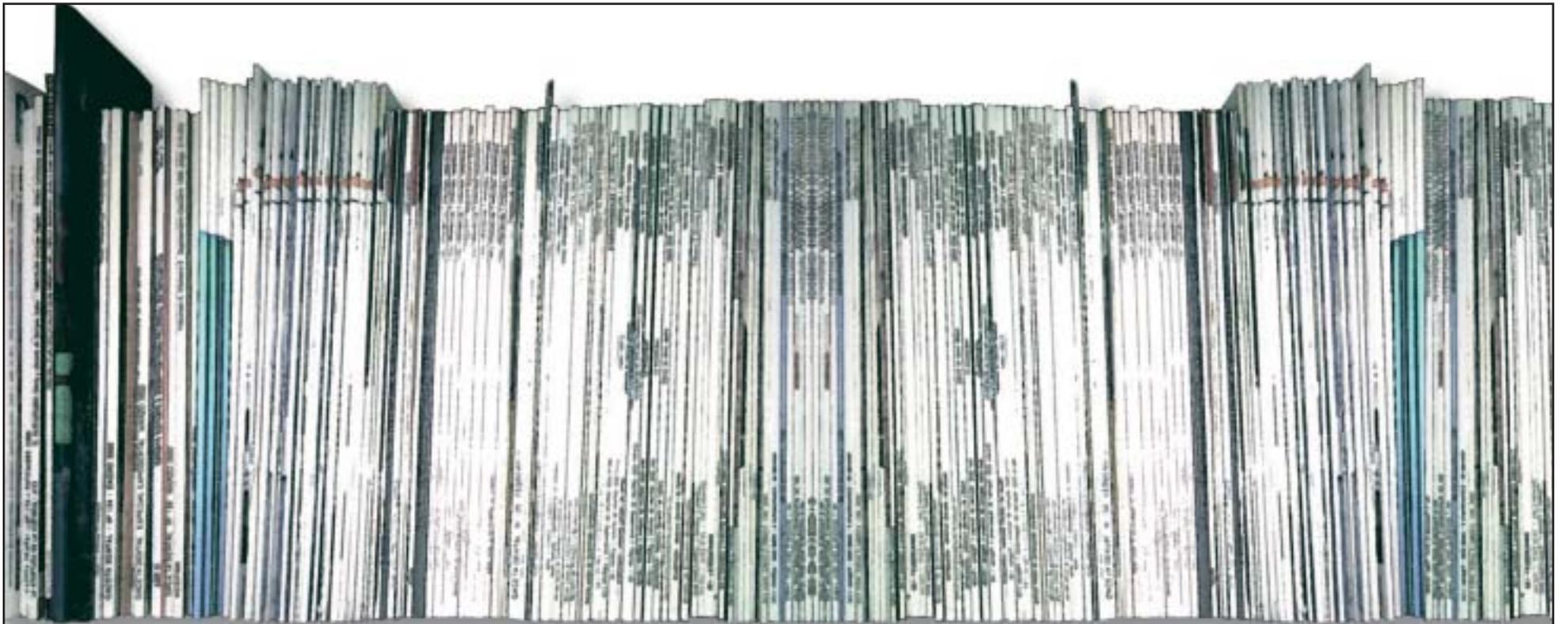


La Asociación ha celebrado su segundo 'Open Day'.

OPC Madrid promueve el uso de la tecnología en MICE

La Asociación de Empresas de Organización Profesional de Congresos de Madrid y Centro (OPC Madrid) ha celebrado su segundo 'Open Day', que ha contado con la presencia de más de 100 asistentes. Éstos han podido conocer la gran relevancia de las nuevas tecnologías, además de participar en un *networking*. Durante el encuentro, que ha tenido lugar en La Casa

de Mónico con la colaboración de OPC España y el patrocinio del Madrid Convention Bureau, se ha destacado la importancia de las relaciones humanas en el trabajo de los profesionales de los eventos y actividades aledañas, como hotelería o agencias. Asimismo, uno de los objetivos de estos encuentros de OPC Madrid es dar a conocer las acciones de la asociación.



Transferencia del conocimiento

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

publicaciones profesionales y generales

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

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP

Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

MOSTRADOR



La oferta incluye todos los servicios del establecimiento.

Madrid Marriott lanza el nuevo 'paquete Summer Experience'

Madrid Marriott Auditorium ha preparado un nuevo 'paquete' de alojamiento para sus clientes en temporada estival. El hotel especializado en el sector MICE ofrece con 'Summer Experience' descuentos de hasta el 10% en estancias de al menos tres días. Además, el establecimiento pone a disposición de los huéspedes que escojan este pack una plaza de parking, por habitación y noche, de manera gratuita. También incluye el transporte al centro de la ciudad, que se encuentra a 20 minutos, y el acceso a todos los

servicios exclusivos del hotel. Esta oferta está disponible para todas las estancias que se realicen antes del 31 de agosto.

El Marriott tiene diferentes 'paquetes' durante todos los días del año. Una de sus ofertas más conocidas es el *Business*, que incluye desayuno y *late check out* hasta las tres de la tarde. Para los usuarios que se desplacen a la capital con su vehículo, ofrece el 'Paquete Park & Fly' para disponer de una plaza de parking por habitación durante ocho o 15 días.

✉ www.espanol.marriott.com

Zoo de Madrid vuelve a ofrecer campamentos de verano con el taller 'cuidadores por un día'

Se trata de cuatro tipos de campamentos diurnos de una semana de duración para niños de cuatro a 14 años

Los niños de cuatro a 14 años podrán disfrutar este verano de uno o varios de los talleres semanales que ofrece el Zoo Aquarium de Ma-

drid. El precio, de 183 euros por semana y niño, cubre un horario de nueve de la mañana a cuatro de la tarde, pero se puede alargar

una hora antes o después con el servicio adicional de guardería. Asimismo, se oferta la posibilidad del servicio de ruta en autobús.

Para las vacaciones escolares de verano, Zoo Aquarium de Madrid ha vuelto a organizar sus campamentos de verano para niños de cuatro a 14 años. Son cuatro talleres diferentes, que se ofrecen de manera rotatoria hasta el 8 de septiembre. Cada uno se contrata de manera separada y tiene una semana de duración. Las reservas se pueden realizar en la web del Zoo. El precio, indistintamente de qué fechas o talleres se contraten, es de 183 euros por taller y niños, cubriendo desde las nueve de la mañana hasta las cuatro de la tarde. También ofrecen la posibilidad de contratar el servicio de guardería desde las ocho de la mañana o hasta las cinco, así como un servicio discrecional de autobús.

A lo largo de las semanas temáticas tendrán lugar los talleres de 'Cuidadores por un día', seguidos y alternándose con 'Mi fa-

milia y otros bichos raros', 'La tierra en tus manos' o 'Cuidador de animales salvajes' mediante las que los niños descubrirán a través de actividades, talleres y rutas, las rarezas que hacen únicas a algunas especies que habitan en nuestro planeta. También conocerán el papel que desempeña cada animal en el funcionamiento de la biodiversidad y se iniciarán en el aprendizaje de las tareas que lleva a cabo los cuidadores.

Entre las opciones que destaca el propio Zoo de Madrid se encuentra la oportunidad de conocer a Chulina, la pequeña hembra de oso panda gigante que ya demuestra sus habilidades como experta escaladora. También tendrán contacto directo con Sabah, la orangután de Borneo que, tras cumplir su primer año de vida, ya da sus primeros pasos y con la preciosa gorila de Costa Yamila o las dos crías de



Imagen de la pasada edición de los campamentos de verano.

elefante asiático, Pilar y Vera, que con tan sólo nueve y tres meses acaparan todas las miradas con sus juegos y travesuras.

Alternativa educativa

Los campamentos de verano son una forma divertida de aprender sobre las grandes especies que habitan el planeta, descubrir su

forma de comunicarse, sus costumbres o alimentación y las principales amenazas a las que se enfrentan. Así, están pensados como una alternativa educativa para los padres que buscan conciliar vida laboral con las vacaciones escolares de sus hijos de una forma instructiva y amena en un entorno rodeado de naturaleza.

✉ www.zoomadrid.com

Costa Cruceros ofrece un total de cinco excursiones por 99 euros

'Pasepar Tour' puede reservarse hasta el 30 de septiembre en rutas por el Mediterráneo

Los Cruceros de Costa por el Mediterráneo de, al menos, una semana de duración, añaden a su 'todo incluido' cinco excursiones en las ciudades en las

que haga escala por un precio adicional de 99 euros. Además, las salidas adicionales tendrán una rebaja del 25% para los clientes que contraten esta opción.

Costa Cruceros recompensa a los clientes que reserven antes del 30 de septiembre sus vacaciones en rutas de siete días por el Mediterráneo a partir del 1 de diciembre. Para estos cruceros, la naviera ofrece el 'paquete Pasepar Tour', que incluye las cinco excursiones en los destinos que el cliente elija por solo 99 euros. Es una oferta exclusiva de Costa Cruceros que los viajeros pueden obtener a la hora de hacer la reserva de sus vacaciones.

Esta promoción permite que cada ruta, en una ciudad diferente del itinerario del crucero, tenga un precio unitario inferior a los 20 euros, lo que en muchos casos supone un ahorro de hasta el 50%. Se trata de una extensión del concepto de 'todo incluido' en el que a las bebidas y actividad que se pueden realizar dentro del propio barco se le suman las visitas en los puertos en los que embarca. Una oportunidad



La oferta es para los cruceros por el Mediterráneo.

para poder conocer todos los destinos del itinerario de una forma asequible, conociendo todos los gastos por anticipado y siempre con la garantía de calidad propia de Costa. Además, todos aquellos que de-

cidan obtener 'PasseparTour' tendrán derecho a un 25% de descuento en cualquier otra excursión que elijan estando a bordo y que no estuviera incluida en el paquete.

✉ www.costacruceros.es

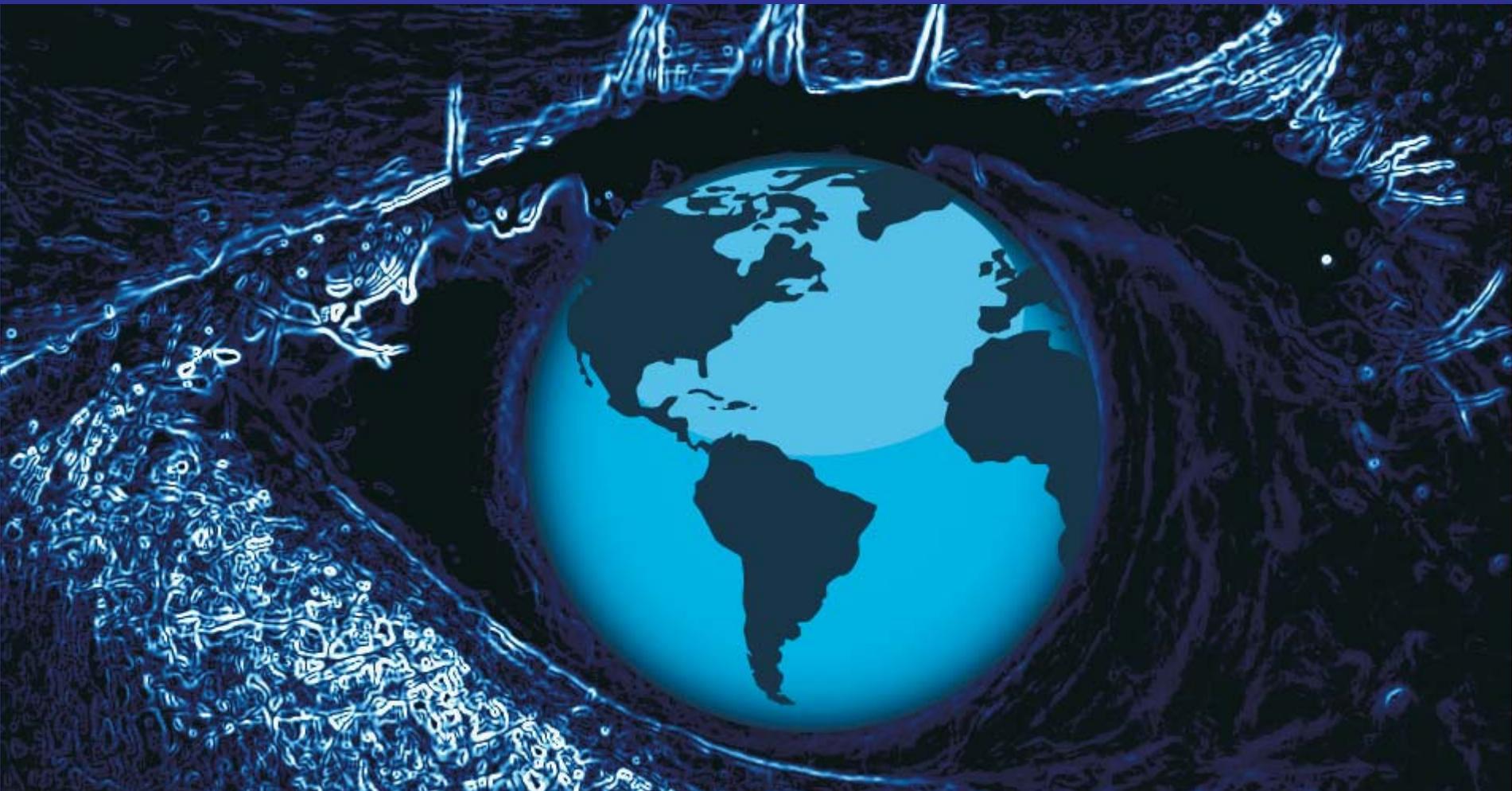


RV African Dream CroisiEurope.

Safari fluvial y terrestre de CroisiEurope

CroisiEurope propone un safari fluvial y terrestre con su nuevo barco para el sur de África, RV African Dream, cuya construcción finalizará a principios de agosto de 2017. Se trata de una propuesta de la naviera que combina el safari-crucero por los ríos Chobe y Zambezi con el terrestre, donde se aloja a sus clientes durante cuatro noches en el Cascades Longe, un establecimiento de cinco estrellas de su propiedad en mitad de la naturaleza. Con motivo de la presentación, a finales de este año y comienzos de 2018, CroisiEurope ofrece un recorrido de 11 días visitando las Cataratas Victoria y Johannesburgo y con descuentos de hasta 400 euros por camarote.

✉ www.croisieurope.es



Una Visión Global del Turismo entre Iberoamérica y España



XXI Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo

Martes, 16 de enero de 2018
~ Centro de Convenciones ~ Feria de Madrid ~



CIMET es una Conferencia organizada por Grupo NEXO, en colaboración con CEOE y Fitur



NEXOTUR.com





Chaguaceda durante la presentación del tren.

El tren de Felipe II recorre El Escorial en vagones del 1964

Ferrocarriles de España, Alsa y Patrimonio Nacional se unen para impulsar la promoción turística de los destinos Patrimonio Mundial de la Comunidad de Madrid. Concretamente lo hacen con el Tren de Felipe II, que une Madrid con los municipios de El Escorial y San Lorenzo de El Escorial. Este tren, formado por una locomotora y coches de viajeros de 1964, saldrá a partir de ahora de martes a domingo de la estación de Príncipe Pío a las 10:20 y regresará a las 18:15 horas. A la inauguración ha asistido el director general de Turismo, Carlos Chaguaceda.

El Tren Turístico Felipe II permite que, al llegar a El Escorial, los viajeros sean recogidos por un autobús de Alsa Premium que les llevará a San Lorenzo de El Escorial, donde podrán disfrutar del recorrido turístico que hayan elegido. Pueden escoger entre la ruta para adultos, para familias con niños o visitas personalizadas, algunas de ellas son teatralizadas e incluyen atractivos como la fábrica de chocolates Matías López, los parques y jardines de la Casita del Príncipe y los jardines del monasterio.

✉ www.madrid.org

Finnair doble su oferta para volar Helsinki este verano desde España

Contará con nuevas rutas desde Alicante, Menorca, Ibiza y Palma de Mallorca

El hub de Finnair en Helsinki ofrece conexiones directas con 18 destinos asiáticos, las tres grandes capitales bálticas, Reykjavik, Astaná y San Francisco, entre

otras. A este gran centro de conexión se podrá acceder desde España con un total de 31 frecuencias semanales durante este verano, hasta finales de octubre.

Durante toda la temporada de verano, Finnair dobla frecuencias entre España y su hub en Helsinki. Así, el vuelo diario que une Barcelona con la capital finlandesa tendrá ahora dos frecuencias y las cinco conexiones semanales con el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol y Madrid-Barajas se convertirán en diarias. Del mismo modo, abre rutas completamente nuevas entre Helsinki y las ciudades baleares de Palma de Mallorca, Menorca e Ibiza, con una frecuencia semanal, y Alicante con tres vuelos.



La compañía tiene su 'hub' en Helsinki.

Conexión con Asia

En total son 31 vuelos semanales entre España y Finlandia operados por Finnair hasta el próximo 31 de octubre. Desde los cuales se pueden establecer conexión con los 18 destinos asiáticos en los que opera la compañía aérea: Pekín, Shanghai, Chongqing, Xi'an, Guang-

zhou, Hong Kong, Tokio, Osaka, Nagoya, Fukuoka, Seúl, Delhi, Goa, Bangkok, Krabi, Phuket, Singapur y Ho Chi Minh. El hub de la línea aérea también tiene vuelos directos con las principales capitales bálticas (Tallín, Riga, Vilnius), y Reykjavik, donde la aerolínea vuela cuatro veces por semana. Finnair, además, ha inaugurado una

nueva ruta a Astaná, capital de Kazajistán, donde hasta el 11 de agosto se celebra la Expo 2017 y ofrece también excelentes conexiones desde España vía Helsinki a San Francisco, una de sus rutas más recientes en América. Con todo ello, la aerolínea refuerza su apuesta por el mercado español.

✉ www.finnair.com



La información profesional no es un juego de niños

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

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



De Profesional a Profesional



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

NexoBusiness

NexoBusiness es una Feria del Grupo NEXO

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



Jueves, 19 de Octubre 2017

—Pre Inscribase ahora Visitante Profesional (exclusivamente Compradores potenciales) en www.nexobusiness.com

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

Hotel Eurostars Madrid Tower

■ CLUB NEXOTUR

Descuentos de hasta el 50% con la cadena World Hotels

World Hotels ofrece a los miembros del Club NEXOTUR un descuento del 50% sobre tarifa oficial en sus más de 300 establecimientos de todo el mundo. Oferta válida para todas las fechas excepto cuan-

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

do se celebran ferias y congresos. Sujeta a disponibilidad. Para ampliar la información puede contactar con la cadena hotelera en el 900 99 49 54 o acceder a la siguiente página web: www.worldhotels.com.

■ FAM TRIP



Ha mostrado sus principales novedades para esta temporada.

La Costa Dorada se acerca a las agencias

Los Patronatos de Turismo de la Diputación de Tarragona Costa Daurada, Salou, Cambrils y Vila-seca conjuntamente con PortAventura World y la FEHT, han presentado la oferta turística de la Costa Dorada, así como las principales novedades para la presente temporada, ante más de 350 agentes de viajes.

¡Felicidades!

Esta semana celebran su cumpleaños los siguientes agentes de viajes:

§ 17 de julio

Miguel Bousignac, Concorde Hoteles España, Madrid; Eva Borrero Mitchel, V. American Express, Sevilla; Cristina Gomila Hills, V. Pons Sans, Menorca.

§ 18 de julio

Ester Ramis, Central de V., Valencia; Miguel León Zarco, V. Transocean, Madrid; Luis Antonio Pineda, Solteros de Viaje, Madrid; Beatriz Braghini, Zafiro Tours, Almussafes; Fernando Ferrer Giner, Tevas Travel, La Eliana; Dolores Sánchez, Andalucía Travel; Lourdes Sagastizabal, V. Ecuador, San Sebastián; Alfonso Bermúdez, V. Pinto, Pinto; Pilar Fuentes, V. Arnedillo, Bilbao; M^a José Lorenzo, V. Barceló, Torrelavega; Maribel Paramos Pérez, V. Lago, Tui; Susana Pérez, V. Eurosevilla, Dos Hermanas; Rocio Rivera Lago, V. Catedral, Sevilla; Miguel Velasco Lorente, Euromarket Travel, Mijasa.

§ 19 de julio

Fermín Aparicio García, V. Galeón, Toledo; Carmen Fernández Muñoz, V. Socitur, Sevilla; Ana Renart, Sarriá Tours, Barcelona; Jesus Muñoz, V. Crisol, Madrid; Carmen Casse

Rosique, V. Liria, Liria; Sonia Puértolas, V. Mapfre, Barcelona; Victoria Delgado, V. If, Madrid; Paula Burgos, V. Halcón, Llanes.

§ 20 de julio

Jordi Gallinat, V. Alella, Barcelona; Rebeca Gonzalo, JTB V. Spain, Barcelona; Ana Martínez, V. La Plana, Utiel; Eugenia Appel, V. Appel, Playa de las Américas; Alvaro Rofes Solan, V. Montnuri, Caldes de Montbui; Lourdes Pérez, V. Atenea, Barcelona; Javier Bailes, V. Bartur, Santa Pola; Ana Delia Lumbreras, Tivoli, Tudela; M^a Carmen Tórtola, V. Benimamet; Vicente Ramón Gómez, V. Saray, Valencia; Cristina Rubio, Viajes Vegaltours, Don Benito.

§ 21 de julio

Montserrat Romo, V. Crisol, Barcelona; Carla Abad, V. Europlayas, Barcelona; Javier Flores, V. Fórmula Travel, Madrid; Javier Omeñaca, V. Barceló, Valencia; Giulia Poltronieri, Barcelona Guide Bureau, Barcelona; Julia Escribo, V. Intermars, Albacete; Mercedes Fernández Martín, Fermar, Bilbao; M^a Teresa Arenas, V. Castrillón, Piedras

Blancas; Isabel Mejías, V. Henares, Torrejón de Ardoz; Carlos Cano, V. Cantour, Madrid; Enrique Jiménez Montero, V. Normatravel, Madrid; M^a Carmen Cristóbal, Club del Viaje, Zaragoza; Ana Isabel Gómez, GP Viajes, Santiago de Compostela; Noelia Herrero, Viajes Halcón, Palencia; Begoña Pardo, Viajes Barceló, Gijóni.

§ 22 de julio

Olga Fernández, Vie V., Valencia; Teresa Rodríguez, Viajes Paco Pérez, Ceuta; Maribel Ribas Torres, Viajes San Antonio, San Antonio; Oscar Plans, Viajes Tuareg, Barcelona; Jacobo Abellá, Viajes Euromar, Valencia.

§ 23 de julio

Jose Manuel Arena, Bizcaia V., Galdacano; Jacqueline Flores, V. Aira, Madrid; Paloma Martínez, Euroestancias, Madrid; Francisco Orden Gómez, V. Vincit, Madrid; Carmina Clavellinas, V. Opció Jove, Alcoy; Victoria Cabezas, Club de V. Alcampo, Madrid; Irea Rodríguez, V. Egan, Eibar; Susana Calderón de Dios, V. Challenger, Málaga.

Expertos en Consultoría de Transporte por Carretera

De Profesional a Profesional



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

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

Nexopublic

CONSULTING

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



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**
COMISION ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES
CONGRESOS, REUNIONES E INCENTIVOS



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



El Sector ha cambiado y la Información también



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

HOTELERÍA Y ALDARMENTO

Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo

El Hotel Semáforo de Fisterra acaba de abrir sus puertas en el Faro de Finiserra, el segundo punto más visitado de Galicia y que ahora se 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

La sombra del Brexit no tiene impacto alguno en Meliá Hotels International

El grupo hotelero ha observado que las estancias son más cortas por la devaluación de la libra

Meliá Hotels International está observando un cierto desplazamiento de las reservas hacia las zonas medias de las temporadas, así como una

tendencia al acortamiento de sus estancias de aproximadamente el 10%, en consonancia con la devaluación de la libra en la llegada de turis-

tas procedentes de Reino Unido. Así, a pesar del temor por las consecuencias del Brexit, hasta ahora su incidencia es insignificante.

A pesar del temor inicial suscitado por el Brexit, hasta el momento su incidencia en el Turismo es insignificante. Además de los datos oficiales, así lo pone de manifiesto Meliá Hotels International, que aclara que "no ha tenido un impacto en la llegada de turistas procedentes de Reino Unido" a sus hoteles.

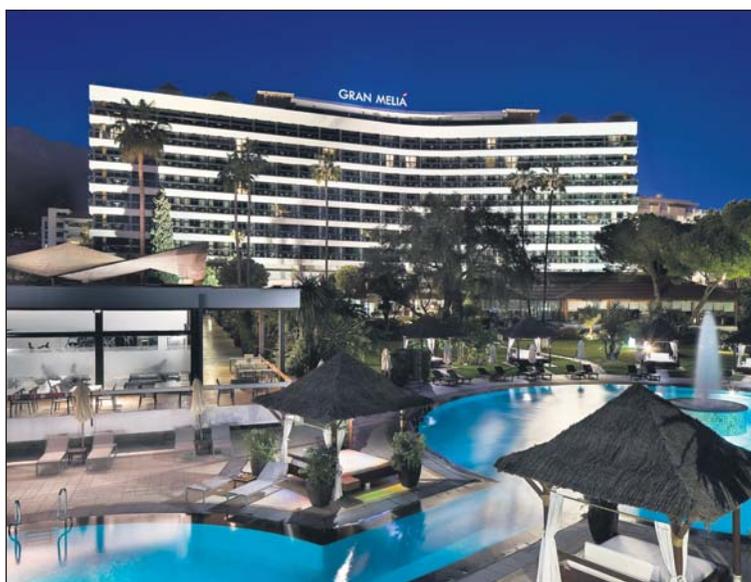
Es más, revela que el número habría aumentado en la presente temporada 2017. Sin embargo, sí está observando un cierto desplazamiento de las reservas hacia las zonas medias de las temporadas, así como una tendencia al acortamiento de sus estancias de aproximadamente el 10%, en consonancia con la devaluación de la libra.

En un debate organizado en Londres por El País, el director del área de Meliá en Reino Unido,

Gioele de Camarlinghi, ha explicado que Reino Unido es un mercado muy importante tanto como emisor de turistas como en su calidad de destino turístico preferencial para los clientes de ocio y negocios.

Nuevos hoteles en Reino Unido

Por otra parte, ha revelado que la cadena planea abrir nuevos establecimientos en el país, si bien aclara que es crucial la libre circulación de personas, dado que la disponibilidad de personal cualificado será crítica para la industria turística en el país, y en Londres en particular. "Si no se facilita que Londres siga siendo un imán para el talento, hará falta cualificar a un mayor número de británicos para trabajar en hoteles", apunta al respecto.



La cadena hotelera ha recibido en 2017 más turistas británicos.

La buena evolución de NH Hotel continúa en 2017 con un crecimiento de los ingresos del 8% hasta mayo

Se espera que las perspectivas positivas se extiendan también a 2018, por el crecimiento en España y Benelux

NH Hotel Group destaca en su Junta General de Accionistas el positivo balance de la evolución de la compañía hotelera en el ejercicio 2016, que continúa también en el presente año. De esta manera, entre enero y mayo los ingresos han crecido un 8% con respecto al mismo período del año anterior.

Por otro lado, los accionistas han aprobado repartir un dividendo a cuenta de los resultados de 2016 de en torno a 17 millones de euros, lo que representa cinco céntimos de euro brutos por acción en circulación. Además, la Junta General de Accionistas ha nombrado a Ramón Aragonés consejero ejecutivo, quien a su vez ha sido designado consejero delegado del Grupo por el Consejo de Administración celebrado al terminar la Junta.

En su informe ante la Junta General, el copresidente de NH Hotel Group, Alfredo Fernández, ha definido como grandes objetivos la creación de valor para todos los accionistas y el foco que la hotelera está poniendo en el gobierno corporativo y en la gestión profesionalizada del negocio. En 2016, el Grupo incrementó un 5,7% los ingresos, hasta 1.475 millones de euros; y un 21% el EBITDA, hasta 181 millo-

nes de euros; logró por primera vez desde 2008 beneficio neto recurrente positivo y un resultado neto total de 31 millones de euros.

Perspectiva favorable

Además, Fernández ha destacado que "NH Hotel Group tiene hoy unas perspectivas mucho más favorables que hace un año, gracias al proceso de refinanciación de la deuda corporativa llevado a cabo; el incremento de eficiencia operativa; el crecimiento mediante nuevos proyectos poco intensivos en capital; el nuevo acuerdo de gestión de los hoteles del Grupo Hesperia; y el nuevo Plan Estratégico que estamos desarrollando para el período 2017-2019".

NH Hotel Group cuenta actualmente con cerca de 59.000 habitaciones en 379 hoteles y espera abrir 5.000 habitaciones en 30 hoteles más en los próximos años. Se ha especializado en el segmento urbano de categoría superior, lo que le ha permitido incrementar los ingresos por habitación disponible por encima de la media de sus competidores. En 2016 más de la mitad de sus hoteles se situaron en el top 30 de su correspondiente ciudad, y en



Momento de la Junta General de Accionistas de NH Hotel Group.

el caso de los hoteles bajo la marca NH Collection lo hicieron el 62%, según datos de TripAdvisor.

Ramón Aragonés, nombrado consejero delegado de NH Hotel Group, ha presentado a los accionistas un avance del comportamiento de los ingresos hasta mayo de este año. En los cinco primeros meses de 2017, NH Hotel Group ha aumentado los ingresos por habitación disponible (RevPAR) un

11%; con crecimientos de un 6% del ingreso medio diario y del 5% en ocupación, logrando así un incremento de los ingresos totales del 8% en dicho periodo.

Aragonés espera que la evolución de los resultados en 2017 se sitúe en la parte alta de las previsiones de la hotelera, y que las perspectivas positivas se extiendan también a 2018, gracias sobre todo al crecimiento en España y Benelux.

■ PRODUCTO

Barceló explotará el hotel de cuatro estrellas Carmen de Granada

Desde que en 2016 Barceló Hotel Group anunció su nueva arquitectura de marcas, la expansión del grupo se ha reactivado tanto a nivel nacional como internacional. Y si en 2016 fueron 12 las aperturas que se registraron, en lo que va de año ya ha inaugurado cuatro hoteles y ha firmado contratos para próximas incorporaciones. El último ha sido el suscrito con los propietarios del emblemático hotel Carmen, en pleno centro de Granada, cerca de la Alhambra, el Palacio de Congresos y la Catedral. De categoría cuatro estrellas, y 222 habitaciones y 10 salas de reuniones, se incorporará bajo régimen de gestión el próximo 2 de octubre.

El Hotel VP Plaza España Design trae el diseño hotelero a la capital

El Hotel VP Plaza España Design, nuevo establecimiento del grupo VP, nace con una filosofía *design* para aportar "un valor añadido a los huéspedes, una pasión por el interiorismo, la arquitectura y el arte" en la capital. VP Plaza de España Design estará localizado en los números 3, 4 y 5 de este simbólico lugar de la ciudad. La decoración, el diseño, el mobiliario y la arquitectura adquieren un especial protagonismo en esta nueva filosofía. Su diseño contó con la colaboración del estudio de arquitectura B720 y los estudios de decoración Cuarto Interior y Estudio Gronda. El hotel contará con 214 habitaciones de nueve categorías diferentes.

El Hotel Piolets Park & Spa reabre en Andorra totalmente reformado

El Hotel Piolets Park & Spa, en Soldeu (Andorra) a 1.800 metros de altura y con vistas a la estación de esquí y de montaña de Grandvalira, ha abierto el pasado 1 de julio tras una remodelación de sus equipamientos. El establecimiento se ha concebido como un lugar donde prepararse para ir al monte, volver para recargar las baterías y recuperarse para una nueva aventura al día siguiente. Se trata de un hotel cuatro estrellas renovado, con todos los avances y comodidades, "enfocado al máximo bienestar de los huéspedes". En total, se han remodelado un 75% de los cuartos del hotel, todas ellas habitaciones *premium*, con un ambiente resultante cálido y confortable.

Los hoteleros madrileños prevén alcanzar una ocupación del 60% durante este verano

Desde la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) reafirman la calidad del destino

"Los hoteles de la Comunidad de Madrid hemos realizado fuertes inversiones de cara a ofrecer un servicio de calidad y adaptado a las nuevas ne-

cesidades de los turistas", señala la secretaria general de AEHM. "Esta apuesta por la excelencia está teniendo resultados muy positivos, ya que

cada vez son más los visitantes internacionales que llegan a la región", añade la vez que anuncian una ocupación del 60% para este verano.

Los hoteles de Madrid este verano podría alcanzar un 60% de ocupación media, según cálculos realizados por la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM). De esta manera, las reservas para el mes de julio se encuentran por encima de las registradas por el sector en agosto, con un 68% frente a un 55% respectivamente; unas cifras que van en la línea de las alcanzadas en verano de 2016 cuando la ocupación se situó en el 67,9% y el 57,6%.

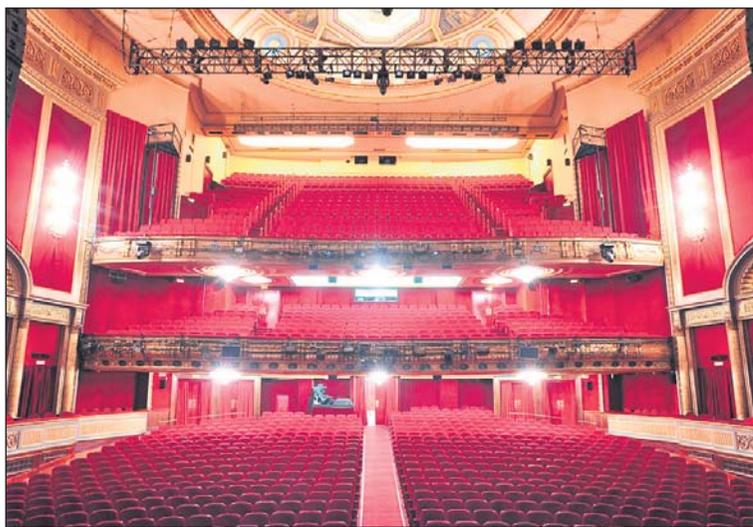
La secretaria general de la AEHM, Mar de Miguel, ha asegurado que Madrid es un destino en temporada media-alta durante diez meses del año, pero que registra los porcentajes más bajos de ocupación en julio y agosto. "Los turistas, sobre todo los nacionales, siguen eligiendo destinos de 'sol y playa' para pasar el verano, aunque estamos siendo testigos de un cambio de tendencia en el caso de

los viajeros internacionales", ha asegurado De Miguel.

Los viajeros de otros países que visitan Madrid vienen motivados por la amplia oferta cultural y de ocio que encuentran en la capital y siguen decantándose por alojarse, sobre todo, en establecimientos hoteleros motivados por su buena relación calidad/precio, así como por la garantía y la seguridad que ofrecen a sus clientes.

Fuertes inversiones

"Los hoteles de la Comunidad de Madrid hemos realizado fuertes inversiones de cara a ofrecer un servicio de calidad y adaptado a las nuevas necesidades de los turistas. Esta apuesta por la excelencia está teniendo resultados muy positivos, ya que cada vez son más los visitantes internacionales que llegan a la región", ha añadido De Miguel.



Los viajeros extranjeros vienen motivados por la amplia oferta cultural y de ocio.

Por su origen, la mayoría de estos turistas viajan desde Estados Unidos y otros países europeos, entre los que destacan Reino Uni-

do, Italia, Francia o Alemania. El mercado estadounidense o el británico es estratégico para el Sector Turístico en general y para el hotelero.

Los 'campings' esperan la cifra récord de 22 millones de noches esta campaña estival

La ocupación media para los meses de julio y agosto es de cerca del 90%

La Federación Española del Camping (FEEC) estima que este verano se alcanzarán los 22 millones de noches en campings españoles, un dato que no registraba el sector desde el año 2002. Los niveles de ocupación más alta se registrarán en la costa mediterránea, que rondarán el 90% de ocupación media, y los del norte e interior peninsular, con en torno al 80%.

Los datos que maneja FEEC mantienen al sector como la segunda oferta vacacional preferida por los españoles. En la costa, los es-

tablecimientos de Andalucía, Murcia y Barcelona esperan una ocupación media de un 90%. En el norte del país, y dependiendo de las condiciones meteorológicas, los campings de Cantabria, Asturias y País Vasco alcanzarán el 80%.

Éxito de los 'bungalows'

En 2017 los bungalows han resultado ser otra vez el producto más demandado dentro del sector, con un 90% de reservas. Las parcelas para caravanas, tiendas de campa-

ña y autocaravanas presentan ya un 70%. Asimismo, las previsiones rondan también el 80% en establecimientos del interior como en Navarra, La Rioja, Aragón, Madrid, Castilla y León, Castilla-La Mancha o Extremadura.

FEEC calcula que más de 100.000 familias españolas descubrirán por primera vez la experiencia de vivir un tiempo en un camping. Y más importante, que "repetirán en años sucesivos", tal y como aseguró la presidenta de la Federación Española de Camping Ana Beriain.

El Turismo rural registra resultados precrisis, con un 35% de ocupación en julio

Se registra un incremento de dos puntos de ocupación respecto a julio 2016

Según los datos recogidos por Toprural, la previsión de la ocupación de los alojamientos rurales de alquiler íntegro para el mes de julio se sitúa en el 35%, lo que representa un incremento de dos puntos porcentuales de ocupación respecto al mismo mes de 2016. Como destacan desde el buscador, es el mejor dato de ocupación para un mes de julio desde que Toprural registra la ocupación (2008).

Las islas Baleares lideran el ranking nacional con un 75% de ocupación. Le siguen País Vasco, con un 48% de ocupación (un punto porcen-

tual menos que en 2016); Canarias (con el 47%, un punto porcentual más que en 2016); Asturias, con un 46% (un punto porcentual más que en julio 2016) y Cataluña en quinta posición, con un 45% de alojamientos rurales ocupados a día de hoy, dos puntos porcentuales menos que el mismo mes del año anterior.

Destinos más demandados

Cataluña (169.591 plazas ocupadas); Castilla y León (111.854) y Andalucía (93.571) son, en términos de de-

manda, los destinos preferidos por los usuarios de Turismo rural para el próximo mes de julio, ya que son las que cuentan con un mayor número de plazas ocupadas en proporción.

Según el director de comunicación de Toprural, Joseba Cortazar, "se trata del mejor porcentaje de ocupación para un mes de julio en estas fechas desde que Toprural realiza un registro histórico (2008). Sin duda, sirve como prometedor indicador de que el verano 2017 podría ser uno de los mejores de los últimos años para el Turismo rural".

■ PRODUCTO

Abre Magic Robin Hood Sport, Water Park & Medieval Lodge Resort

Un auténtico parque de vacaciones de 100.000 metros cuadrados inspirado en la leyenda de Robin Hood. Es la apuesta de la cadena hotelera Magic Costa Blanca que ya está en funcionamiento entre los municipios alicantinos de Benidorm y L'Alfàs del Pi. El parque ha sido posible merced a la fusión del antiguo complejo Magic Aqua Excalibur, con ambientación medieval, y el centro deportivo anexo La Marina, adquirido por Magic para incorporarlo al grupo y ofertar los deportes más demandados en la actualidad. De esta forma nace Magic Robin Hood Sport, Water Park & Medieval Lodge Resort, nomenclatura que explicita la tematización a la que han sido sometidas sus instalaciones.

Ushuaia Ibiza Beach Club rediseña sus habitaciones y 'suites'

Ushuaia Ibiza Beach Hotel ha iniciado la temporada de verano 2017 con novedades en todas las habitaciones y suites, un "destacado rediseño" que incluye la creación de tres nuevas categorías, incluida una suite presidencial. Un total de 234 habitaciones y suites conforman The Ushuaia Club, el área del hotel situada en torno al escenario que revolucionó el panorama festivo de la isla desde el mismo año de su apertura. El carácter provocador, sexy y lúdico que define al hotel no desaparece con el nuevo diseño sino que se refina para ofrecer al huésped una estancia de máximo lujo y disfrute "lifestyle", aunando así las dos Ibizas más actuales: la exclusiva y la clubber.

El Hotel Agaró Chipiona espera convertirse en referente gastronómico

El Hotel Agaró Chipiona ha abierto sus puertas el 1 de julio. El establecimiento hotelero, con categoría de cuatro estrellas y 102 habitaciones, cuenta en este proyecto con la gestora hotelera T3 Hospitality Management. El hotel quiere convertirse en un referente gastronómico. Con espectaculares vistas al mar, GastroBar Agaró ofrecerá una sorprendente carta moderna y desenfadada que le convertirán en una excelente opción para comer y cenar en Chipiona. Este espacio quiere ofrecer "lo mejor de la cocina andaluza" con "un sorprendente toque moderno aplicando las últimas técnicas culinarias, donde sin duda alguna, los protagonistas absolutos son los mejores productos del mar y las huertas locales en tapas y raciones", aseguran.

Hilton Diagonal Mar en Barcelona cambia de manos

Iberdrola Inmobiliaria ha cerrado la venta de un 55% del hotel Hilton Diagonal Mar en Barcelona a AXA Investment Managers-Real Assets, culminando así un proceso de desinversión de carácter estratégico, según han informado desde la compañía.

La operación se ha cerrado por un importe de 80 millones de euros e Iberdrola Inmobiliaria mantiene el 45% restante de la propiedad. Esta operación, que por volumen se ha convertido en una de las mayores realizadas en Cataluña en los últimos años, se enmarca dentro de la política de rotación que Iberdrola Inmobiliaria realiza periódicamente con su cartera de activos patrimoniales en renta.

Características del hotel

El Hilton Diagonal Mar Barcelona, operado por la cadena Hilton Worldwide y abierto en 2005, es obra del arquitecto Óscar Tusquets. Cuenta con 413 habitaciones y 20 suites equipadas con la más alta tecnología, además de con 15 salas de reuniones, un ballroom y un completo centro de negocios. Su oferta gastronómica, dirigida por el chef Pedro Corredor, se concentra en el Restaurante Índigo, que cuenta con una terraza y ofrece una cocina de mercado, y el Pistaccio Lobby Bar & Lounge.

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 Morera, 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 971-040466
INTERMUNDOS Fencarral, 9 1ºB MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipias, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664
MUNDCOLOR 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 4ºC MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	☎ 91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	☎ 91-5612373 Fax 91-5614242
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/ Trespaderne 29, 4º MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174

UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 10, 6º drcha MADRID	☎ 900 995 282 Fax 91-5481527
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
CROISIEUROPE C/ General Oraa, 5, 1º MADRID	☎ 91-2952497 ✉ reservas@croisieurope.com
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	☎ 956-651178-507070 Fax 956-653379
P&O PORTSMOUTH Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	☎ 94-4234477 Fax 94-4235496
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	☎ 91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA www.trasmediterranea.es	☎ 902-454645
VISION CRUCEROS www.visioncrueros.com	☎ 91-7896400 ☎ 91-3107215

Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	☎ 91-6307315 Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS Diputació, 238 sobreático 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-TENERIFE av. Las Americas, cc Americas Plaza L26 ARONA	☎ 922-715353 Fax 922-719131
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	☎ 902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	☎ 922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	☎ 902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSA HOTELES Sabino Arana, 27 BARCELONA	☎ 93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Guítard, 45 BARCELONA	☎ 93-4090522 Fax 93-4090493
KEYTEL C/ Aragón 208-210, 6º, 6º BARCELONA	☎ 902101314 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 Tonderos, 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	☎ 902-300202 Fax 985-273487
INST.BALEAR PROMOCION TURIST. Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA	☎ 971-176191 Fax 971-176185
UNAV (Unión de Agencias de Viajes) Rosario Pino, 8 3ºB MADRID	☎ 91-5796741 Fax 91-5799870

Transporte por Carretera

AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO Marzo, 34 MADRID	☎ 91-7477570 Fax: 91-7481114
COAVITUR Hermanos Gómez, 4 MADRID	☎ 91-3265280 Fax 91-3260638
ETRAMBUS San Cesáreo, 34 MADRID	☎ 91-5050552 Fax: 91-5051661
Europa de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	☎ 91-5475921 Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID	☎ 902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

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

Cadenas hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



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

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

☎ 91 369 41 00 INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING
☎ 91 369 18 39 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

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 PARTICIPANTES	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

La 'website' de Achat Hotels sólo contempla las reservas en alemán

Achat Hotels presenta una página *responsive*, de correcto diseño, en la que informa sobre sus hoteles y permite, únicamente al cliente final, reservar estancias, pero aunque ofrece una versión en inglés, presenta la gestión de reservas sólo en alemán.



www.achat-hotels.com

La página que presenta Achat Hotels, cadena hotelera alemana que dispone de 30 hoteles en el centro de Europa, ofrece, con una cuidada presentación y una estructura de accesos amigable, información sobre la compañía, una completa descripción de sus establecimientos en varias pantallas y un fácil sistema de gestión de reservas, disponible únicamente para el cliente final y sólo en alemán. Para el resto de la web ofrece una versión completa en alemán y una parcial en inglés, además de otra en magiar en la que por ahora ofrece la información en inglés.

INFORMACIÓN

Presenta desde cualquier pantalla una relación de sus hoteles y un mapa con su situación. Seleccionando uno, se accede a una completa descripción en varias pantallas, que incluye sus servicios para organización de eventos y alguna información del entorno.

RESERVA

Dispone de una sencilla gestión de reservas que ofrece una información adecuada sobre los tipos de habitación y sus tarifas, con el inconveniente de que sólo está disponible en alemán, y desde la que no se puede acceder a la descripción del establecimiento.

GENERAL

Incluye información sobre la cadena, su historia y expansión, las formas de contacto con la central y con cada uno de sus hoteles, las condiciones de uso de la web. También permite descargar los folletos de cada uno de sus hoteles y otro general sobre la cadena.

▲ Lo Mejor / Amigable

Dispone de un diseño muy cuidado y de fácil uso que permite acceder fácilmente a la información y gestionar reservas.

▼ Lo Peor / Idiomas

Sólo ofrece versión completa en alemán, único idioma para la gestión de reservas, y presenta en inglés la versión para Hungría.

ACHAT / Hoteles

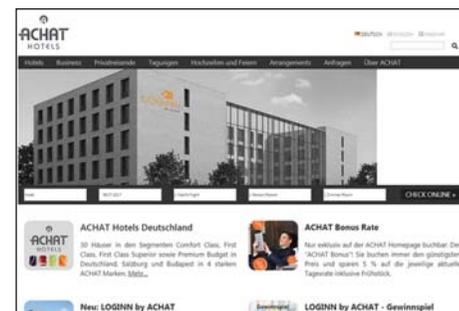
Ponderación de los Valores

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	GESTION DE RESERVAS									
8	CONFIRMACION INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

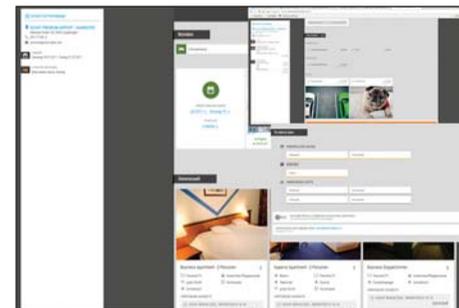
EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de Achat Hotels resulta de muy poca utilidad para los agentes de viajes españoles, ya que ofrece una cobertura limitada a Alemania, Austria y Hungría y presenta sólo en alemán parte de su información y su gestión de reservas, que además no está disponible para las agencias.

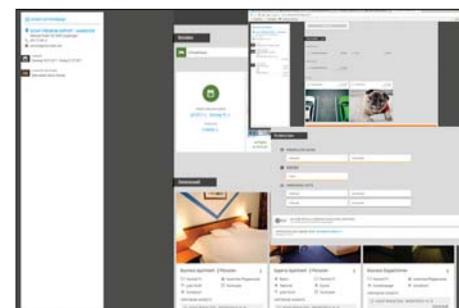
6.4



Entrada / Presenta sus hoteles en un mapa y una relación, la primera pantalla de reservas y el acceso al resto de su información.



Producto / Desde la relación de hoteles se accede a una completa descripción, que se ofrece en varias pantallas.



Reserva / Ofrece, exclusivamente en alemán, un sencillo sistema de reservas, que no está disponible para las agencias.

Destinia incluye nuevos tipos de servicios turísticos en su página

Destinia ofrece una nueva versión de su web en la que ha añadido dos nuevos tipos de producto, manteniendo, con pocos cambios, la información sobre todo tipo de servicios turísticos y una gestión de reservas ajustada a cada producto.



www.destinia.com

Destinia actualiza su página con algunos cambios en su presentación, mejorando la estructura de accesos y ampliando con varios tipos nuevos su gama de productos turísticos en todo el mundo, aunque ya no ofrece los viajes al espacio que existían en la versión anterior. Incluye un sistema muy amigable de gestión de reservas, que presenta en algunos casos la pantalla de otra central. Sin embargo, aunque ofrece la afiliación sigue sin gestión de reservas desde las agencias. Por otro lado, la página presenta versiones en 32 idiomas, uno de ellos el castellano.

INFORMACIÓN

Ha incluido una nueva línea desde la que se accede a la selección para la reserva de 11 tipos de producto. Ofrece una relación de alternativas y la descripción de la seleccionada, en formato homogéneo, ajustado al tipo de servicio, incluyendo la opinión de los viajeros.

RESERVA

Se accede a una sencilla gestión de reservas en la que configura la información de las alternativas y el proceso de reserva de acuerdo con el producto solicitado. Destinia no contempla la reserva desde agencias, pero les ofrece enlazar su web con su programa de afiliados.

GENERAL

Mantiene la información sobre la empresa, con una interesante forma de presentar su historia y desarrollo, así como las áreas específicas para afiliados, bolsa de trabajo, noticias y de ayuda al viajero, que incluye información sobre la posibilidad de gestionar sus reservas en bitcoins.

▲ Lo Mejor / Completa

Ha optimizado su completo y sencillo sistema de reservas de todo tipo de productos turísticos en todo el mundo.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Sigue sin contemplar la gestión de reservas desde agencias, limitándose a ofrecer la posibilidad de afiliación de otras páginas.

DESTINIA / Centrales

Ponderación de los Valores

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

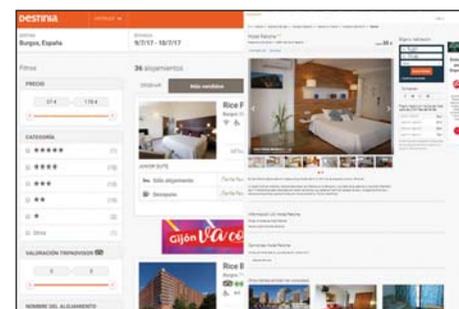
EVALUACION NEXOTUR.COM

Destinia.com sigue siendo una página muy interesante para que el usuario final pueda reservar gran parte de productos turísticos en todo el mundo, pero aunque sigue ofreciendo a otras páginas la posibilidad de afiliación, no dispone de área para la gestión desde las agencias de viajes.

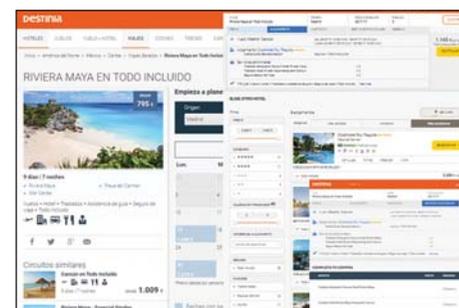
8.5



Entrada / En un nuevo formato, semejante al anterior, ha añadido una línea para la selección del acceso a todas sus áreas.



Producto / Mantiene una completa y clara descripción de cada servicio ajustando su formato al tipo de producto.



Reserva / Sigue ofreciendo un sistema de reservas ajustado a las características del producto seleccionado, no válido para agencias.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Cada vez se buscan más agentes que puedan desarrollar labores de administración

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

■ **Spring Professional.** Madrid. Spring Professional, desde su línea especializada de ventas y *marketing*, busca un agente. Sus principales funciones serán la gestión y el seguimiento de las peticiones de viaje con la agencia, emisión de billetes, elaboración y distribución de la documentación necesaria y proporcionar soporte en los proyectos, grupos y acciones que controlan las coordinadoras de viaje. Asimismo, tendrá también labores de administración y cuentas.

■ **Integración Agencias de Viajes.** Madrid. Ofertan dos puestos de trabajo de agente de viajes, uno de ellos especializado en el segmento de viajes de negocio. Por un lado necesita de la incorporación de un agente de viajes con experiencia de al menos cinco años en el departamento de Business Travel. También ofertan un puesto de trabajo para un agente de viajes vacacional con, al menos, tres años de experiencia. Para ambos es imprescindible el dominio del lenguaje Amadeus y buen nivel de inglés. Los candida-

tos deben ser dinámicos, proactivos, disciplinados y trabajadores en equipo.

■ **Andino Express SL.** Madrid. Solicita profesional para atención en agencia de viajes y servicio de paquetería. Jornada completa de lunes a viernes y sábados alternos, con contrato de seis meses prorrogable. Tendrán preferencia los candidatos de nacionalidad sudamericana.

■ **Viajes Eco.** Madrid. Necesitamos incorporar personas con experiencia demostrable de más de dos años en puesto de agente de viajes de empresa. Requisitos: amplios conocimientos de Amadeus, nivel alto de inglés, manejo de Internet y redes sociales. También se tendrán en cuenta referencias de empresas anteriores, aportación de clientes y conocimientos de otros idiomas además del inglés. Se ofrece puesto a jornada completa de lunes a viernes de 10 a 14 horas y de 16 a 20 horas. Sueldo fijo más variable en función de objetivos.

■ **World Travel Bitakora S.A.** Madrid. El turoperador necesita la incorporación inmediata de un agente de *booking* para este departamento de la empresa.

■ **Halcón Viajes.** Getafe (Madrid). La agencia de viajes de Globalia necesita un

profesional con experiencia demostrable en la venta de 'paquetes' vacacionales, para una de sus sucursales situada en la madrileña ciudad de Getafe. Ofrecen un contrato indefinido de media jornada con horario de lunes a viernes de 17:00 a 20:00 horas y sábados alternos con horario de mañana, de 10:30 a 13:30 horas.

■ **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.

■ **Viajes Paraíso.** Madrid. Esta agencia, especializada en la asesoría de viajes, busca urgentemente agentes para la incorporación inmediata al puesto. Los candidatos deben tener un buen dominio del

inglés y de Amadeus, así como presentar un mínimo de un año de experiencia.

■ **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 informática. El idioma japonés será valorable, pero no imprescindible para el trabajo.

■ **Travelbiscuit.** Madrid. Buscan agente de viajes para grandes recorridos. Está especializada en la personalización de los destinos que ofrece. Para acceder al puesto es imprescindible demostrar un buen manejo de Excel, Word y Amadeus. Necesita a una persona con un mucho perfil comercial, buena presencia al público y cercanía para atender a los clientes antes, durante y después del viaje.

■ **Rsdahuer Viajes.** Barcelona. Esta agencia de viajes minorista de la capital catalana busca un consultor de viajes para su departamento de viajes MICE. Los requisitos imprescindibles de la empresa para quienes se presenten son: manejar correctamente el sistema Amadeus y poseer un buen nivel de inglés.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles en el sur de Europa

↑ GSM Hoteles presenta una nueva versión de su *web* que mantiene en un formato actualizado la **información** de sus hoteles y un sistema de reservas para agencias de viajes registradas, mientras la gestión para el cliente final sigue sin estar operativa.

⇒ Es de poca **utilidad** para el cliente final, que no puede reservar.

↑ Las agencias disponen de un área especial para su **reserva**.



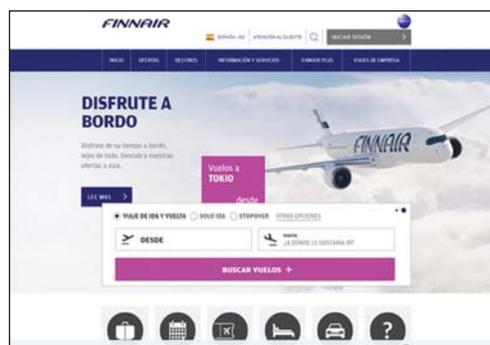
<http://www.gsmhotels.es>

Vuelos desde Finlandia

↑ Finnair presenta una nueva versión de su página en la que modifica la forma de presentación y de acceso a una **información** semejante a la de la anterior, y a la misma gestión reservas para el cliente final de sus vuelos, hoteles y coches de alquiler.

⇒ Es una *web* de **utilidad**, aunque limitada por su escasa cobertura.

↓ No contempla la reserva desde las agencias de viajes.



<http://www.finnair.com>

Transporte en Salamanca

↑ Autobuses Salmantinos presenta una página de cuidado diseño en la que ofrece una descripción adecuada sobre sus líneas regulares, tarifas y puntos de venta, pero con muy poca **información** sobre la empresa y sobre sus servicios discrecionales.

⇒ La información sobre sus líneas regulares es la de más **utilidad**.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece sus tarifas y puntos de venta.



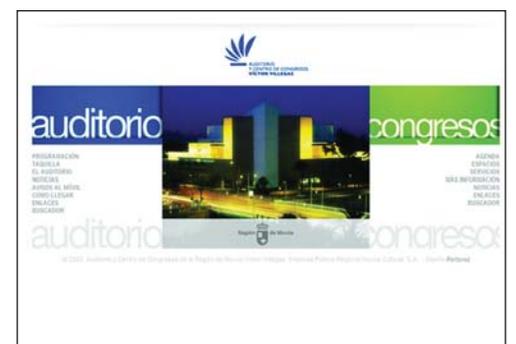
<http://www.autobussalmantinos.com>

Eventos en Murcia

⇒ El Auditorio y Centro de Congresos Víctor Villegas de Murcia ofrece en su página en Internet la **información** sobre sus espacios y servicios, así como las agendas de eventos y espectáculos programados, pero no incluye facilidades de gestión para las OPC.

⇒ Resulta poco **útil** para los organizadores de eventos.

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



<http://www.auditoriomurcia.org>

Hoteles y vuelos

↑ La nueva versión de la página de TripAdvisor mantiene, mejorando su diseño y estructura, la **información** sobre la mejor oferta en vuelos y alojamientos en todo el mundo y el enlace con otras centrales para su gestión de reservas.

↑ Por su amplia cobertura y selección de ofertas es una *web* de **utilidad**.

↓ Las **reservas** se gestionan en otras centrales.



<http://www.tripadvisor.es>

Turismo en Rusia

⇒ La página oficial de Turismo de Rusia en castellano ofrece, con una presentación muy cuidada, únicamente alguna **información** sobre el país y la completa de ocho de sus destinos, pero sin gestión de reservas ni información sobre alojamientos.

↓ Sería de más **utilidad** si ampliara su oferta de información.

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



<http://www.turismorusia.es>

LEGISLACIÓN

País Vasco

Contratación

✓ Publicación del 10 de julio de 2017 en el Boletín Oficial del Estado (BOE) por el que se formaliza la contratación de la empresa Eroski Bidaiak, S.A. adjudicado el 25 de mayo del mismo año. El contrato tiene por objeto la contratación del servicio de agencia de viajes para el Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras con expediente DEI 02/02/17. El valor estimado del contrato es de 516.528,93 euros, con un presupuesto base de licitación de 206.611,57 euros (importe neto).
 ✓ La Generalidad de Cataluña anuncia, a través de la publicación en el Boletín Oficial de la Comunidad, la celebración de un acuerdo marco para el servicio de agencia de viajes para proyecto de investigación PIE (I17.0003CNAM) adjudicado a BTravel Turismo Accesible, S. A. El valor estimado del contrato es de casi 53.000 euros sin IVA y el presupuesto base de licitación de 48.000 euros.

Boletín Oficial del Estado
 ✉ www.boe.es

CURSO

Recursos Humanos en hotelería

Este curso 'online' de CESAE ofrece becas de hasta el 75% del precio

La escuela de negocios y Turismo CESAE ofrece para el próximo año lectivo un curso de formación específica en Recursos Humanos enfocados al Sector Hostelero. Los alumnos interesados tienen de plazo para inscribirse hasta el 31 de julio. Se trata de un curso de 110 créditos que se realiza de forma *online*, pero con la realización de prácticas profesionales en empresas. Los horarios y el precio de la matrícula pueden ser consultados en la web de CESAE, donde aparecen detallados. Además, la escuela ofrece una beca para sus alumnos que cubre el 75% del precio total del curso.

En cuanto a la descripción del curso, se centra en el estudio de la planificación y gestión de los establecimientos hoteleros, definiendo sus Políticas de Dirección y la Administración del Personal. Se complementa con el análisis de la comunicación en el hotel y el desarrollo de una serie de habilidades, como las técnicas de negociación y otras habilidades sociales y de interacción. El departamento de recursos humanos deberá dar respuesta a los cambios que experimentan la sociedad y el mundo laboral, pero también lograr captar al mejor talento que se adecue el proyecto empresarial.



LIBROS

Turismo por Formentera

‘Los rincones más espectaculares para perderse en Formentera’.

El Consejo Insular de Formentera ha publicado varios catálogos, que se pueden consultar desde su página web, en los que recomienda varios puntos de la isla para turistas y residentes. Paralelamente, ha elaborado un mapa donde vienen marcados estos senderos y los puntos de mayor interés turístico. En sus recomendaciones sobre rutas verdes destaca seis lugares que se pueden encontrar cuando se realizan varios recorridos por la isla. En la publicación se encuentra el pueblo de Es Caló de San Agustí, una villa pesquera al sudeste de la isla reconocible por su paisaje de contrastes; al oeste, las calas de arena de Ses Platgetes, y al este, los acantilados de La Mola. La guía del Consejo indica, por ejemplo, que este curioso pueblo se encuentra en el inicio de la ruta número 25, siendo así un buen punto para comenzar el recorrido.

CALENDARIO

Ferias de Turismo en bicicleta

● Del 30 de agosto al 2 de septiembre tiene lugar en Friedrichshafen (Alemania), el festival de cicloturismo más importante de todo Europa, Eurobike, que además, como su propio nombre indica, está centrado en las actividades que se pueden realizar en este continente. Además de contar con la presencia de operadores de viajes, marcas de bicicletas y destinos, entre los que no faltará España, contará con un área de exhibición y pruebas para que los asistentes puedan coger y probar por ellos mismos los modelos que se ofrecen. Los dos primeros días se centra en profesionales, y el tercero está abierto al público. Más información en www.eurobike-show.com.
 ● Del 21 al 24 de septiembre, Madrid acogerá su propia feria de Turismo para ciclistas, de similares características al alemán, Unibike. En él, las Comunidades autónomas contarán con stands propios para promocionar su oferta en este segmento cada vez más demandado. Más información en www.unibike.ifema.

N *BOLSA DE TRABAJO*
nexotur.com

¿Necesita un profesional?

Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

¿Busca trabajo?

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

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración

SUBEN

Karim Soleilhavoup



La Federación Internacional des Logis ha elegido a Karim Soleilhavoup nuevo director general. Con más de 20 años de experiencia, y procedente de Courtepaille, contribuirá a implantar la nueva estrategia de Logis.

Gabriel García



Gabriel García ha sido elegido nuevo presidente del Consejo Empresarial de Turismo de CEIM, relevando en el cargo a Juan Pablo Lázaro. Será el encargado de transmitir a las Administraciones las propuestas de la organización acerca del Sector.

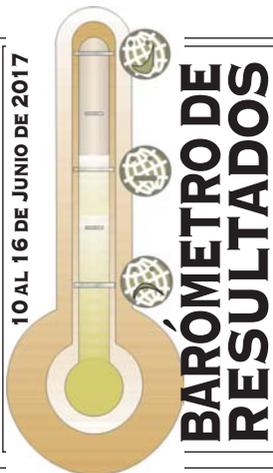
Ramón Aragonés



El grupo NH ha ratificado en su Junta General de Accionistas el nombramiento de Ramón Aragonés como consejero delegado. En su nombramiento, Aragonés ha presentado unas buenas previsiones para el segundo semestre de 2017 y 2018.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Felipe VI	3
Entrevista / José Rivera	4
Escaparate	5-15
Mostrador	17-21
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluatnet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31



LA SEMANA

Las agencias continúan creando empleos

Las agencias de viajes crean empleo por quinto mes consecutivo. Minoristas y turoperadores han sumado de media durante junio un total de 61.764 trabajadores, lo que supone un aumento del 2,2% (1.359 más) en relación al mes anterior, cuando alcanzaron la cifra de 60.387. En comparación con junio de 2016, el crecimiento es aún mayor. Según los datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, la variación interanual es del 6,7%, con 3.866 nuevos empleados. De este modo, se pasa de los 57.880 trabajadores de junio de 2016 a los mencionados 61.746 de este último mes. De éstos, 47.219 son asalariados (+6,1%), mientras que los 14.527 restantes son autónomos (+8,4%).

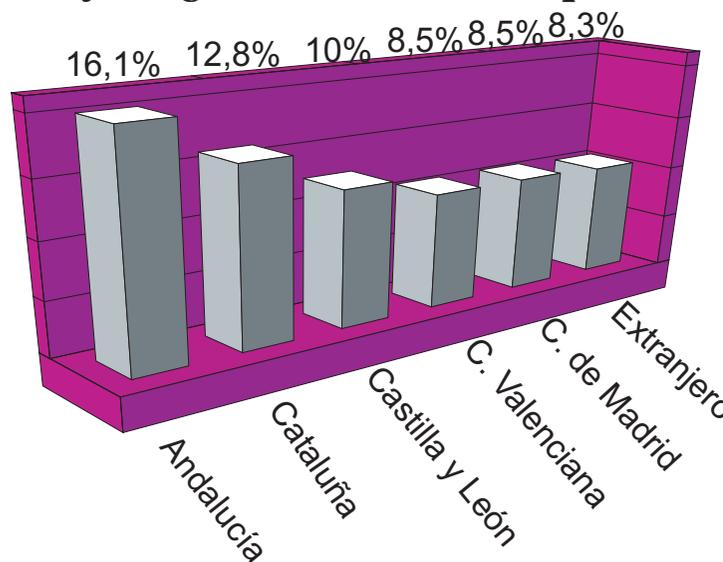


COYUNTURA

El gasto del Turismo español cae un 10%

En primer trimestre de 2017 los viajes de los españoles caen un 2,6%, asimismo, su gasto se reduce en un 10,2%. Además, la caída del desembolso se produce en todas las partidas que desglosa el INE y tanto en los viajes nacionales como al exterior. Por zonas de destino, Andalucía y Cataluña siguen en cabeza, pero se dejan 300.000 turistas cada una. El dato más positivo es el del gasto medio diario, que sube un 7,9%.

Viajes según destinos de los españoles



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

© NEXOTUR

los turistas invierten en el viaje. Seguido muy de cerca está el transporte, 25,3%, y el alojamiento, del 20,5%. Sin embargo, todos los apartados del gasto sufren bajadas importantes, en este caso, del 12,3% en bares y restaurantes, 6,3% en transporte y 10,2% en alojamiento.

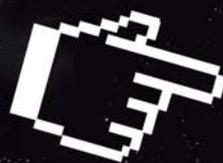
Por su parte, en los viajes internacionales, la partida más importante es el transporte, que supone un tercio del precio que pagan los turistas, pero cae un 9,6% respecto al año pasado. En segundo lugar, y siendo la partida que menos variación interanual experimenta (-1,4%),

se sitúa la inversión en alojamientos. Mientras que el gasto de bares y restaurantes desciende un importante 19,5% y se sitúa por detrás del concepto de 'otros gastos', ambos cercanos al 17% del total.

Crecimiento de Madrid

Si bien entre las cinco Comunidades autónomas a las que más viajan los españoles no hay grandes variaciones, las dos primeras, Andalucía y Cataluña, bajan su número de visitantes mientras que las tres siguientes en la lista, Castilla y León, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid, crecen. Especialmente importante es el de esta última, en un año donde casi todos los destinos nacionales empiezan perdiendo viajeros la capital gana casi 300.000, pasando de tres a 3,3 millones. Así, Madrid desempata con Castilla - La Mancha, con la que se rivalizaba en quinto puesto de esta lista. Por el lado contrario, Andalucía y Cataluña pierden más de 300.000 turistas, quedándose en 6,3 y 5 millones, respectivamente.

Además, el Instituto Nacional de Estadística (INE) también ofrece los datos de las Comunidades que más turistas exportan. Eliminando el efecto tamaño de cada región, los más viajeros se encuentran en Navarra, con 1.170 viajes por cada mil habitantes. Hay otras tres Comunidades que superan los mil viajes por cada mil habitantes en este primer trimestre, Aragón, Castilla y León y la Comunidad de Madrid. Por el contrario, las ciudades de Ceuta y Melilla no llegan a los 500 viajes por cada mil habitantes.



Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana en tu email

AGENCIAS DE VIAJES

Ciudadanos quiere hacer una Carta del Turismo Sostenible

Las huelgas de controladores europeos cuestan 12.000 millones de euros

Aumenta el uso de 'chatbots' en las reservas de viajes

Fomento sugiere a las aerolíneas que bajen los precios

¿Cuál es el mejor momento para reservar vuelo?