



ÁLVARO NADAL  
**Optimismo prudente**

PÁG. 11 / Las reservas para viajar a Barcelona "no se han visto afectadas"



LUIS GALLEGO  
**Un ERE voluntario**

PÁG. 6 / Iberia y los sindicatos acuerdan un ERE voluntario



BORIS DARCEAUX  
**Nueva etapa**

PÁG. 6 / Air France KLM "reforzará su desarrollo en la Península"



TOMEU BENNASAR  
**Reforzar la marca**

PÁG. 6 / Logitravel abrirá en enero de 2018 su primera tienda física



BIEL BARCELÓ  
**La ecotasa no afecta**

PÁG. 7 / La ecotasa ha tenido un nulo impacto en el destino

## La venta directa de las aerolíneas ha sobrepasado a la intermediada

ECTAA observa un creciente peso de los 'portales' de las compañías aéreas

La progresiva desintermediación en la distribución aérea de los últimos años debido a la proliferación de las *low cost* y a la venta directa *online* se traduce en la actuali-

dad en que más de la mitad de las ventas de billetes de avión, concretamente el 51%, se efectúan a través de los diversos canales directos de las compañías aéreas.



D. García, director comercial Vueling.

Las agencias son 'una parte muy importante'

"Aproximadamente la mitad de nuestras ventas se realizan a través de agencias", señala el director comercial de Vueling. Pág. 4

Los pagos por Turismo suben cerca de un 17%

Los pagos de los españoles para viajar al extranjero en el primer semestre crecen un 16,6%, hasta 8.424 millones de euros. Pág. 5

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

De los 572.775 millones de euros anuales ingresados por la industria de la aviación comercial, el 51% se ha generado por los diversos medios de distribución directa, con un claro dominio de los 'portales' de las compañías aéreas, según datos recogidos por la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA). El 49% restante correspon-



Merike Hallik

de a los diversos modos de venta indirecta a través de agencias. Del negocio no intermediado, el 33% corresponde a las compañías aéreas convencionales, mientras que el 18% restante a las *low cost*. Del intermediado, el sistema BSP de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) acapara el 36%. Escaparaté en pág. 5

## Italia prohíbe las cláusulas de paridad de los 'portales'

Este mes, Italia se convierte en el cuarto país europeo que prohíbe las cláusulas de paridad impuestas por numerosas plataformas de reservas a los hoteles. Alemania, Austria y Francia fueron las primeras y podrían seguirle en breve Bélgica y Suiza, según avanza la Organización Empresarial Europea de Hostelería y Restauración (HOTREC). "Desde una



Christian de Barrin

perspectiva europea, cada vez más países deberían sentirse alentados por estos ejemplos para limitar el dominio de las plataformas en línea y reducir los desequilibrios en beneficio de los consumidores y, sobre todo, de los pequeños y medianos hoteles europeos", destaca el consejero delegado de HOTREC, Christian de Barrin. Escaparaté en pág. 7

### Ranking NEXOTUR de Compañías de Seguros de Viajes

EMPRESAS	VENTAS 2016	VENTAS 2015	2016 / 15
1 ERV Seguros de Viaje	40	39,3	1,8%
2 Allianz Worldwide Partners	35,2*	32,2	9,2%
3 InterMundial Seguros	29	25,9	12%
4 Europ Assistance	17,8*	17,8	0%
<b>TOTAL</b>	<b>122</b>	<b>115,2</b>	<b>5,9%</b>

Fuente: Nexodata y empresas. \*Estimación.

© NEXOTUR

## Los ingresos del sector de seguros de viajes aumentan un 6% en 2106

Las cuatro compañías de seguros más importantes en el segmento del viaje cierran 2016 con un volumen de negocio de 122 millones de euros, un 5,9% más. ERV continúa como líder indiscutible e InterMundial protagoniza el mayor crecimiento. Escaparaté en pág. 9

## Bajan las reclamaciones fraudulentas de británicos

Comienza a dar frutos 'Stop Sicknes Scams' la campaña lanzada en junio por la Asociación de Agencias de Viajes de Reino Unido (ABTA) para frenar el fuerte incremento de las reclamaciones fraudulentas de turistas británicos. "La gente está empezando a darse cuenta de que es un crimen", aseguran desde la Asociación.



Mark Tanzer

ABTA revela que en 2016, solo en España, el coste para los hoteles de Mallorca fue de 45,5 millones de euros. A nivel global, desde 2013 ha aumentado en más de un 500% el número de reclamaciones de compensación por enfermedad durante las vacaciones por parte de los turistas británicos. Escaparaté en pág. 11

Ida + Alojamiento + Traslados + Tour Cultural + Vuelta

#VeranoPolitours

VENTA ANTICIPADA  
**D**  
Descuento  
5% | 8%  
PLAZAS LIMITADAS

## Grandes Viajes

<p><b>India y Sri Lanka</b> (17 D) desde <b>3.695€</b></p> <p><b>Tanzania</b> (8 D) desde <b>3.110€</b></p> <p><b>Sudáfrica</b> (14 D) desde <b>3.070€</b></p> <p><b>China</b> (12 D) desde <b>2.740€</b></p> <p><b>Japón</b> (12 D) desde <b>3.965€</b></p>	<p><b>Filipinas</b> (13 D) desde <b>3.115€</b></p> <p><b>Myanmar Clásico</b> (12 D) desde <b>2.500€</b></p> <p><b>Cuba Colombina+Cayo Sta. M<sup>a</sup></b> (8 D) desde <b>1.895€</b></p> <p><b>Canadá Sorprendente+ballenas</b> (11 D) desde <b>2.240€</b></p> <p><b>Uzbekistán</b> (8 D) desde <b>1.825€</b></p>
--	---

Cuando viajar nos hace grandes

**POLITOURS**

Más info. en su agencia o en [www.politours.com](http://www.politours.com)

## ■ CLAVES

**Viajes creativos que cambian vidas**

**P**OCAS VECES COMO en la actualidad se ha hablado tanto de la importancia de las experiencias, así como de conectar con el don de cada uno y de atreverse a explorar la propia creatividad. De esta manera, en esta vida de estrés, agobios y trabajos que han dejado de llenarnos, soñar con dejarlo todo y salir a la aventura es una constante que siempre nos remite a la idea de viaje.



⇨ TATIANA PANKRATOF

En este contexto se encuentran los viajes creativos y experienciales, que se basan en un producto especial

que son los recuerdos. Además, siguen la línea del Turismo sostenible dando respuesta a la necesidad de un mercado cada vez más concienciado y necesitado de acercamiento a cada destino.

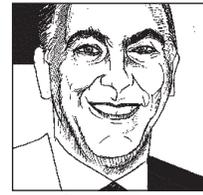
También lo dicen los expertos en sus estudios sociales: vivir experiencias de viaje nos hace felices a largo plazo y combate el estrés y las emociones negativas al sacarnos de nuestro entorno habitual. Algunos diseñadores y estilistas como Beth Kirby o Megan Morton, han comenzado este movimiento a través de sus talleres de fotografía y estilismo en diferentes destinos en los que, poco a poco, han ido implementando actividades y experiencias para sacar el máximo partido a la inmersión creativa que pretenden llevar a cabo.

Siguiendo su estela, en España están empezando a surgir viajes como los que organiza Pannei The Travel Factory, que comienza a llevarlos a cabo junto a Virginia Abascal, directora creativa de Verdeaguastyle. Un ejemplo de este nuevo segmento de viajes que va haciéndose hueco podría ser un viaje a India siguiendo los pasos de una de las personas más creativas del momento, dormir en palacios antiguos y meditar en una sesión de yoga con los primeros rayos de sol. O asistir a un taller sobre creatividad y poner en práctica técnicas milenarias como el *blockprinting*. Aprender a seleccionar antigüedades y hacerte tu propia colección de tejidos con colores de ensueño, regatear y tomar masala chai como un auténtico indio. Con este tipo de experiencias sólo se quiere volver a repetir, porque viajar crea adicción y viajar creativamente crea felicidad.

⇨ Tatiana Pankratof es directora general de Pannei.

**E**l Turismo responsable no es una modalidad turística, sino que es una forma diferente de entender cualquier tipo de viaje con la finalidad de que los organizadores y viajeros se comprometan a minimizar los impactos negativos' subraya el fundador de viajesresponsables.com

## TRIBUNA



⇨ CARLES TUDURÍ

**El Turismo responsable en España tras la crisis**

**E**L PANORAMA DEL Turismo emisor español ha sufrido durante esta larga crisis de la que parece que estamos saliendo un daño sin precedentes. Entre 2008 y 2013 hemos visto desaparecer alrededor de 5.000 oficinas de agencias y viajes y quiebras de gigantes como Orizonia o Marsans. Este cataclismo ha estado a punto de borrar del mapa a la mayoría de pequeñas agencias de viajes que a principios de la crisis empezaron a caminar en España con la idea de centrarse en lo que se venía llamando el Turismo responsable o sostenible. Sin embargo, con el inicio de la reactivación del sector emisor empezamos a ver de nuevo un creciente interés por este tipo de viajes.

Cabe destacar que el Turismo responsable no es una modalidad turística, sino que es una forma diferente de entender cualquier tipo de viaje con la finalidad de que los organizadores y viajeros se comprometan a minimizar los impactos negativos que cualquier viaje puede provocar y a maximizar los beneficios que puede impulsar para el destino y la población del lugar donde tiene lugar la actividad. Así, dentro de este epígrafe de responsable cabrían casi todas las modalidades turísticas siempre que se utilice el enfoque correcto. Lógicamente se quedarían fuera alguna fórmulas comerciales como el todo incluido, pero lo ideal sería que en el Turismo se masas se aplicaran criterios de sostenibilidad.

Mientras tanto, las pequeñas agencias que han aparecido en España se han centrado en impulsar proyectos de Turismo responsable en la mayoría de casos creados por microempresas locales de países en desarrollo. La crisis, lógicamente, ha afectado a unos y otros, aunque su especial incidencia en España ha provocado un golpe a estas empresas emisoras.

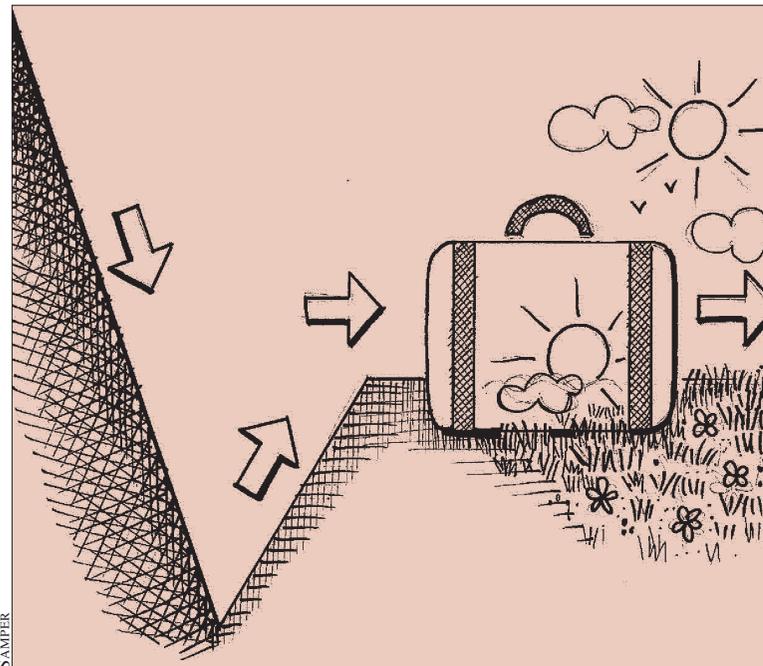
**Reestructuración del Sector**

Ante esta fuerte contracción de la demanda, han sido varias las empresas que han desaparecido o reestructurado su actividad. Ismalar Rutas, empresa ubicada en Málaga y uno de los pioneros del Sector, prácticamente ha dejado de ofrecer viajes en grupo y ofrece sobre todo viajes a

medida. Viajesresponsables.com se ha quedado sin su agencia de apoyo Viatges Polux, que cesó en su actividad. Situación similar que la de Ecomind Travel, que opera también como 'portal' al no contar con el apoyo de una agencia de viajes.

culturales o retiros de yoga en Grecia, o varios programas con actividades diversas en el País Vasco o el Delta del Ebro.

En el panorama internacional seguimos encontrando iniciativas de este tipo a lo largo de todo el pla-



El pequeño tamaño de la mayoría de estos 'portales' o agencias de viajes ha permitido que durante la crisis hayan mantenido su escasa actividad pese a que la demanda ha sido casi inexistente.

Unos costes de operación muy bajos basados en una operativa *online* y telefónica han posibilitado que tras la crisis alguna de estas empresas puedan incorporarse de nuevo a la actividad ahora que se vislumbra una posibilidad de crecimiento.

No cabe duda que algunas empresas emisoras dedicadas al Turismo responsable, como por ejemplo Yabadu Travel en Menorca, no han podido mantener abiertas sus puertas, al igual que ha ocurrido con muchos de los pequeños proyectos locales en Latinoamérica o África que impulsaban el Turismo sostenible. Sin embargo, no es menos cierto que se han incrementado las posibilidades de viajes que pueden ser catalogados como responsables.

Agrotravel Turismo Responsable, ubicada en Euskadi, es una de las empresas del sector que ha mantenido su actividad y que en estos últimos años está incorporando nuevas posibilidades para sus clientes como, por ejemplo, viajes

netas. Latinoamérica se ha mostrado muy activa en este ámbito, en el Rainforest Alliance realiza una contribución importante. Así, la entidad ya cuenta con 18 *tour* operadores o agencias emisoras registrados y que se centran en el Turismo sostenible en México, Argentina, Costa Rica, Nicaragua, Ecuador, Perú. Sin embargo, la crisis ha castigado especialmente a los viajes a estos destinos que se ofrecen desde España, puesto que con el precio de los vuelos se han situado casi fuera de mercado durante los peores años de la recesión.

En cambio, en Europa no destacan por su peso las iniciativas dentro de este segmento. Es cierto que existen algunas certificaciones como la de Green Tourism en Gran Bretaña o como el sello Biosphere, otorgado por el Instituto de Turismo Responsable de España, pero no parece que tengan un gran peso en el momento en que el viajero toma la decisión de donde viajar.

**Camino de la recuperación**

Aunque la recuperación en el sector emisor se ha iniciado a partir de 2014, podemos decir que en

2016 se han alcanzado ya niveles de actividad anteriores a la crisis y que las expectativas para los próximos años no parecen malas. Ello da una nueva oportunidad a las pequeñas agencias que se dedican al Turismo responsable, la mayor parte de las cuales iniciaron su actividad en los años previos a la crisis y tuvieron pocas posibilidades de consolidarse.

En el camino de esta posible consolidación quedan, sin embargo, varios obstáculos que superar. El primero sería la falta de colaboración entre empresas que, aunque en principio competidoras, están obligadas a buscar sinergias para poder hacer frente a retos importantes, como la creación de ofertas atractivas de viajes en grupo. Algunas empresas, como Viajesresponsables.com, Agrotravel o Nadiu Viatges, por ejemplo, han empezado a colaborar esta temporada para hacer viables algunos viajes.

Otro reto está en diseñar o comercializar viajes responsables a destinos más cercanos, como en Europa o incluso en España y Portugal, puesto que aunque la mejora es evidente aún es complicado realizar ventas de viajes de larga distancia dentro de este segmento. Ello es debido a los altos precios de los vuelos de larga distancia, que no han sufrido una rebaja tan clara como la aportada por las *low cost* en las rutas de corto recorrido.

España ofrece fantásticas oportunidades para realizar un Turismo más responsable. El país cuenta con amplias posibilidades en todas aquellas moda-

lidades que se adaptan sin casi esfuerzo al Turismo responsable. El senderismo, los viajes a vela, el cicloturismo, el Turismo rural o el Turismo etnológico son actividades que se pueden realizar en casi cualquier comunidad autónoma y que tienen un claro impacto positivo sobre las comunidades, municipios, pueblos o aldeas donde tienen lugar. Es necesario seguir creando producto atractivo y promocionarlos adecuadamente.

Todo ello puede contribuir a que un día se empiece a tomar en serio el principal reto del Turismo responsable... abrirse paso dentro del Turismo de masas, en general, y dentro del 'sol y playa', en particular.

⇨ Carles Tudurí es fundador de viajesresponsables.com.

**Dentro de este epígrafe de responsable caben casi todas las modalidades turísticas**

**En Europa no destacan las iniciativas dentro de este segmento y Latinoamérica es muy activa**

# 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 HERNÁNDEZ, 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  
TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO NEXO

## La realidad de las agencias en España

**N**O ES LO QUE PARECE. Las grandes redes no han copado la distribución turística. Y su crecimiento no apunta aún en esta dirección. Las pymes e independientes continúan siendo mayoría en el Sector. De hecho, la cuota de mercado conjunta de las cinco primeras agencias minoristas de viajes que operan en el mercado español —que había pasado del 35,6% a 41,5% en un lustro— se estancó durante 2016. En el segmento mayorista, esta misma tendencia es aún más llamativa, con una reducción de un punto porcentual en el proceso de concentración.

Este sorprendente frenazo en el proceso de concentración en el Sector de agencias de viajes se produce después de que hubiera experimentado un gran avance en el periodo comprendido entre 2010 y 2015, en el cual la cuota de mercado de las cinco primeras redes pasó desde el 35,6% hasta el 41,5%, mientras que en 2016 se repetiría prácticamente el porcentaje del ejercicio anterior (41,7%).

Según el observatorio DBK de Informa, las dos agencias más potentes del mercado español, Viajes El Corte Inglés y Halcón Viajes Ecuador, sólo acaparan el 25% del negocio.

El cambio de tendencia es aún más llamativo en el negocio mayorista. Los cinco primeros turoperadores concentran el 42,4% de la facturación mayorista total generada en 2016, lo que supone un retroceso anual de un punto porcentual. Esta caída contrasta con el fuerte avance que protagonizaron en 2015 las mismas empresas, que pasaron de tener el 40,6% del mercado en el ejercicio 2014 al 43,4% del año pasado.

Las independientes resisten, por tanto, en el ámbito de las agencias físicas, aunque no sea así en el de las on-line.

Esta capacidad de resistencia de las independientes se ha puesto especialmente de relieve durante la crisis. Las estructuras de microempresa, incluso las basadas en el autoempleo y las de componente familiar, lejos de ser más vulnerables, han mostrado una singular fortaleza.

La positiva repercusión de la mejora del entorno económico sobre la demanda interna de viajes —tanto en el segmento vacacional como en el *business*— afecta de forma similar a grandes y pequeñas. En el nuevo ciclo expansivo, el volumen de negocio generado por las agencias de viajes minoristas experimenta un crecimiento interanual del 3,1%, ascendiendo la facturación a 13.400 millones de euros. En el caso de las agencias mayoristas o turoperadores, el incremento llega hasta el 5,6%, hasta alcanzar 4.540 millones. Ambas variaciones son más moderadas que las registradas en 2015, cuando crecieron el 4,8% y el 7,5%, respectivamente.

Para el presente ejercicio, esta consultora prevé que la facturación de las agencias minoristas del país podría subir en torno al 2%, hasta 13.720 millones, mientras la previsión para el mayorismo es de un aumento del 2,4%, que permitiría llegar a 4.680 millones en el global de 2017.

La cifra de negocio a través de la Red de las agencias de viajes captó en 2016 una facturación conjunta de 4.145 millones de euros, lo que supone el 31% del mercado. La suma de la facturación anual conjunta en 2017 de minoristas y mayoristas, más su venta on-line, superaría 22.500 millones de euros. ¿Es este un Sector en crisis? Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

*Las agencias minoristas, junto a las mayoristas, en puntos de venta físicos más venta 'online', facturarán este año 22.500 millones de euros, con las pymes e independientes conservando su cuota de mercado*

### ▲ CHECK-IN / GLOBALIA CORPORACIÓN

#### Evolución del primer grupo español

La salida de Globalia de Pedro Serrahima, flamante director general del grupo (y mano derecha del CEO, Javier Hidalgo, en PepePhone, de donde llegó tras su venta en más de 158 millones de euros), está sirviendo a enemigos de la corporación para intentar dañar la credibilidad y para cuestionar la gestión del primer grupo turístico español.

Serrahima, amigo personal de Hidalgo, llegó con el objetivo de replicar el modelo de éxito de PepePhone, una *teleco* cuya venta a MásMóvil ha hecho millonarios a Javier Hidalgo y a su hermana Cristina, al margen del grupo creado por su padre.

Precisamente este *expertise* tecnológico, de suma importancia para la transformación digital de Globalia, es lo que Serrahima ha transferido al grupo, pese a las resistencias de algún directivo.

El equilibrio entre un grupo de empresas como Globalia, con una estructura tradicional, pero que debe orientarse aún más hacia el entorno digital, es el objetivo del CEO de Globalia, que compartía su director general y amigo personal, para el cual desembarcó con el joven equipo de PepePhone.

Un objetivo que se mantiene, especialmente tras la salida de Serrahima (que ha desactivado en buena parte las consabidas resistencias al cambio) y que no debe mezclarse con la caída de resultados del grupo, cuya causa es ajena al resultado operativo.

Frente a lo ocurrido con sus dos competidores, los grupos Marsans y Orizonia, Globalia mantiene una ortodoxia y una integración vertical impecable. Y la recuperación del consumo doméstico solo puede impulsar los resultados de nuestro primer grupo.

### ★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Pablo Piñero

El fallecimiento de Pablo Piñero, fundador del grupo que lleva su nombre, supone la pérdida de uno de los grandes del Turismo. Tras impulsar Soltour como gran turoperador generalista e independiente (al no estar vinculado a ningún



grupo de integración vertical), Piñero contruyó su gran obra: la red de *resorts* Bahía Príncipe, recibiendo desde la medalla al Mérito Turístico hasta la Insignia de Prócer en Iberoamérica. Su hija Encarna dirigirá su legado. Descanse en paz.

### ★ LA CHISPA / Quique



### ▼ CHECK-OUT / ATENTADO TERRORISTA

#### Barcelona ¿a prueba de bombas?

El ministro Nadal apuesta por Barcelona como un destino turístico consolidado a nivel mundial, asegurando que es una ciudad "a prueba de bombas".

La confianza en la Ciudad Condal del máximo responsable de la Administración turística central no excluye una cierta ralentización en la llegada de visitantes, que no se ha estimado, aunque, según la experiencia de otras ciudades europeas podría alcanzar una caída del 20%, siempre a corto plazo.

De hecho, el ministro Nadal confirma que hubo un "descenso tremendo" de las reservas en vuelos internacionales "la semana posterior al atentado".

El Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital ha "comparado Barcelona con París, Londres y Estocolmo, ciudades que también han sufrido atentados" y, aunque "es pronto para hacer valoraciones, Barcelona comparada con el resto de ciudades víctimas de tragedias, está volviendo a la normalidad de forma mucho más rápida".

En el mercado MICE, en el que Barcelona goza de una posición internacional privilegiada, según indicadores tan relevantes como el Ranking ICCA, no han trascendido anulaciones de congresos o de convenciones, y se mantiene el World Routes, evento mundial "donde se planean las nuevas rutas aéreas a nivel mundial".

Aunque, probablemente, el destino Barcelona y Cataluña se recuperarán con rapidez a medio plazo de los atentados (que se produjeron al final de la temporada alta), está por ver el efecto provocado en la llegada de turistas tanto a la ciudad como al resto de España de diferentes mercados emisores.

El modelo 'low cost' ha llegado para quedarse y son los clientes los que deciden hacia dónde debe dirigirse / Level es un proyecto maravilloso que ofrece la oportunidad de viajar a precios competitivos desde Barcelona / Estamos en una industria tan competitiva que los márgenes siempre están ajustados / Las agencias son una parte muy importante para nosotros

## «Las 'low cost' hemos sido capaces de democratizar la manera de volar»

David García / Director comercial de Vueling

A pesar de la creciente competencia existente en el modelo *low cost* en el mercado español, donde cada vez operan más compañías aéreas extranjeras, Vueling se mantiene como una de las aerolíneas de referencia. La filial de International Airlines Group (IAG) figura en el podio junto a EasyJet y Ryanair. Además, lejos de suponer una amenaza, la reciente creación de Level previsiblemente supondrá un espaldarazo para Vueling. Su director comercial, David García, repasa en las siguientes líneas el presente y futuro de esta modalidad aérea. También da a conocer algunos de los planes de la compañía aérea, entre los que cabe destacar la posible incursión en la distribución de 'paquetes' turísticos a través de su página web, algo que ya han hecho Ryanair y Eurowings.

**P.- Las compañías aéreas *low cost*, con Vueling en las posiciones de cabeza,**

**están por delante de las aerolíneas convencionales en vuelos internacionales desde o hacia los aeropuertos españoles. ¿Es un fenómeno imparable?**

**R.-** Lo es, y lo demuestran el cada vez mayor número de usuarios que nos eligen para sus viajes. De alguna manera, podemos decir que hemos sido capaces de democratizar la manera de volar. En Vueling ofrecemos un producto flexible para que cada pasajero se diseñe sus viajes a medida, desde el que quiere volar al precio más barato hasta el que quiere viajar en primera fila con *catering* ilimitado y espacio reservado para la maleta.

**P.- ¿Cree que el modelo de 'bajo coste' seguirá ganando cada vez más cuota de mercado en vuelos domésticos y europeos en detrimento de las aerolíneas tradicionales?**

**R.-** El modelo *low cost* ha llegado para quedarse y son los clientes los que deciden hacia dónde debe dirigirse la industria.

**P.- Level es la nueva marca con la que IAG ha empezado a operar vuelos de 'bajo coste' a destinos de larga distancia. ¿Beneficia el lanzamiento a Vueling?**

**R.-** Por supuesto. Level es un proyecto maravilloso de International Airlines Group (IAG) que ofrece la oportunidad de viajar a precios competitivos desde Barcelona a destinos como Los Ángeles, San Francisco, Punta Cana o Buenos Aires. El papel de Vueling será el de alimentador de esos vuelos de largo radio gracias a nuestra posición de liderazgo en El Prat. Ahora se puede volar de A Coruña

a Punta Cana o de Bari a Los Angeles gracias a Vueling y vía el aeropuerto de Barcelona-El Prat.

**P.- ¿La dirección de Vueling se planteó en algún momento operar vuelos de larga distancia?**

**R.-** No, Vueling debe desarrollar su estrategia y aportar esa agilidad que IAG espera de nosotros.

**P.- Supongo que el creciente dominio del modelo *low cost* no contribuye a la tan ansiada mejora de la rentabilidad de las compañías aéreas, que siguen apareciendo como una de las industrias con los niveles más**

**bajos. ¿No opina que podrían empeorar más los márgenes?**

**R.-** Estamos en una industria tan competitiva que los márgenes de las aerolíneas siempre están ajustados. Sin embargo, siendo empresa cotizada permitame no entrar en estas valoraciones.

**P.- Vueling se ha aliado con Disneyland París. ¿Podría describir qué consiste el acuerdo?**

**R.-** Este año Disneyland París celebra su 25 aniversario y por ese motivo hemos cerrado un acuerdo conjuntamente con Iberia para ofrecer nuestras mejores tarifas a las miles de familias que deseen visitar el parque.

Cabe mencionar que a raíz de este acuerdo hemos decorado uno de nuestros aviones Airbus A320 con un bonito dibujo de Campanilla, que estoy seguro encantará a los más pequeños de la familia cuando lo vean pasar por algún aeropuerto.



**P.- Siendo Barcelona la principal base de operaciones de su compañía aérea, ¿cómo han repercutido en los terribles ataques terroristas que sufrió Cataluña el pasado 17 de agosto?**

**R.-** Estamos consternados. Estos atentados han golpeado de lleno el corazón de Barcelona, nuestra casa. En nombre de todas las personas que formamos Vueling me gustaría transmitir de nuevo nuestras condolencias a las familias y amigos de las víctimas, así como toda la fuerza y apoyo al resto de afectados. Por supuesto, después

de conocer lo ocurrido nos pusimos a disposición de nuestros pasajeros e instituciones para prestar nuestra ayuda en todo lo que fuera necesario. Ha sido duro, pero confiamos en que esta maravillosa ciudad se repondrá pronto.

**P.- Según una encuesta realizada por eDreams Odigeo entre sus clientes a finales de 2016, Vueling es la *low cost* preferida por los usuarios. ¿A qué cree que se debe esta valoración?**

**R.-** En primer lugar me gustaría agradecer a los usuarios de eDreams que nos hayan reconoci-

do como la mejor compañía de 'bajo coste'. Sin embargo, estamos en un proceso de transformación, de robustecer todos los puntos de contacto con nuestros clientes y ese debe ser nuestro principal foco para mejorar cada día.

**P.- ¿Qué porcentaje de sus ventas canalizan a través del canal de agencias y cómo ha evolucionado en los últimos años?**

**R.-** Aproximadamente la mitad de nuestras ventas se realizan a través de los canales de agencias de viajes. Creemos en que el cliente tiene que decidir el canal de compra y por eso estamos en todos ellos de una manera activa.

**P.- ¿Son las agencias de viajes siguen siendo un aliado fundamental de la compañía aérea?**

**R.-** Las agencias son una parte muy importante para nosotros, no solo por las ventas que generan sino porque son prescriptoras de nuestros productos y porque nos ayudan a ser mejores día a día.

**P.- Las dos empresas fundadoras de IAG, Iberia y British Airways, implantarán un recargo similar al que cobra Lufthansa por reservar vía GDS. Será una realidad a partir del 1 de noviembre de este mismo año. ¿Está en los planes de Vueling aplicar un suplemento?**

**R.-** Por el momento, la política de precio y distribución de Vueling continuará siendo la misma que hasta ahora. No habrá cambios al respecto.

**P.- El 'portal' de Vueling da opción a sus clientes de reservar hoteles y coches de alquiler. ¿Ampliarán la oferta?**

**R.-** Además de hoteles y coches de alquiler, a través de la página de Vueling es posible contratar también algunos de los servicios exclusivos de la compañía como el transporte de mascotas en cabina, la posibilidad de bloquear un precio en el tiempo que un pasajero termina de decidirse si comparará o no un determinado vuelo, o dejar un 'Pasajero Pendiente' durante 72 horas si en el momento de realizar la compra no se dispone de los datos de todos los pasajeros o simplemente todavía no se sabe quién volará. Además, me gustaría hacer especial hincapié en las recientes incorporaciones de los más novedosos métodos de pago, como Amazon Pay, donde Vueling se ha convertido en la primera aerolínea europea en comercializar sus vuelos a través de la cuenta de Amazon.

**P.- ¿Están estudiando la posibilidad de seguir los pasos de Ryanair y Eurowings y lanzarse a la venta de 'paquetes' turísticos?**

**R.-** Es algo que estamos considerando. Más del 70% de nuestros clientes viajan por razones de ocio y, en consecuencia, nuestra oferta tiene que estar ligada a las necesidades de esos clientes. Para ello tenemos un equipo dedicado a la mejora continua de nuestros productos y nuestra oferta digital.

*Vueling debe desarrollar su estrategia y aportar esa agilidad que IAG espera de nosotros*

*La política de distribución y precio de Vueling seguirá siendo la misma que hasta ahora*

## Acuerdos con Disneyland Paris y Costa Cruceros

Este año Disneyland París celebra su 25 aniversario y por ese motivo hemos cerrado un acuerdo conjuntamente con Iberia para ofrecer nuestras mejores tarifas a las miles de familias que deseen visitar el parque. Cabe mencionar que a raíz de este acuerdo hemos decorado uno de

nuestros aviones Airbus A320 con un bonito dibujo de Campanilla, que estoy seguro encantará a los más pequeños de la familia cuando lo vean pasar por algún aeropuerto.

El de Costa Cruceros es otro de los grandes acuerdos de

colaboración firmados este año. Nos ha permitido vincular el nombre de Vueling al de una gran empresa como es Costa Cruceros. La colaboración permitirá a los pasajeros procedentes de España conectar, a través de Barcelona, con los



DAVID GARCÍA

puertos de embarque de Costa en el continente europeo, así como trasladar pasajeros europeos que inicien sus trayectos desde la ciudad condal. No tenemos ningún otro acuerdo con compañías de cruceros, sin embargo, siempre estamos en busca de nuevas oportunidades de negocio.

# ESCAPARATE

## Las 'low cost' acaparan cerca del 53% en julio

En julio las *low cost* acapalaron el 52,8% del total de turistas extranjeros que llegaron a España vía aérea. El aeropuerto El Prat es el que más usuarios de este tipo recibe y Gran Bretaña el principal mercado emisor. **Pág. 32**



## Los turistas extranjeros crecen un 10% en julio

En julio de 2107 han llegado al país 10,5 millones de turistas extranjeros, un 10,1% más respecto al mismo mes del año pasado. En el acumulado, España ya roza los 47 millones de visitas, un 11,3% más. **Pág. 13**



## El gasto turístico aumenta más de un 15% hasta julio

Los turistas extranjeros han desembolsado en España 49.119 millones de euros entre enero y julio, un 15,1% más. Según INE, Reino Unido es el primer mercado emisor con 9.898 millones, un 12% más. **Pág. 6**

### PRONTUARIO

#### Disfrutar de los viajes con niños

**H**OY EN DÍA, a la hora de viajar y planificar las vacaciones muchos padres escogen el destino en función de la oferta de actividades de ocio y entretenimiento disponible para sus hijos. De manera plausible, no quieren renunciar a una de sus aficiones favoritas por el mero hecho de tener una familiar. Ahora bien, a la hora de tomar la decisión de dónde ir surgen todo tipo de dudas sobre el destino y, sobre todo, acerca de la oferta para niños disponible. En mi caso personal, como madre de familia numerosa, tengo claro que lo primero que se debe hacer es recopilar toda la información posible antes de decantarse por un sitio concreto.



© SYLVIE ESTRADA

El Turismo familiar es, seguramente, uno de los que menor improvisación tolera; requiere un nivel de preparación, programación y orden en la logística muy alto para evitar que unos días para estar juntos y divertirse en familia acaben en auténtico fracaso. Es por eso recomendable, una vez escogido destino, hacer una lista con los espacios *kids friendly* de que dispone y realizar una buena selección de actividades adaptadas al ritmo y horario de los niños. Muchos destinos ofrecen todavía una oferta insuficiente de actividades y propuestas dirigidas a familias con niños algo que, con una iniciativa como BarcelonaWink, queremos subsanar en Barcelona. Sabemos que el éxito de un viaje en familia pasa por que todos sus miembros lo disfruten y que el Turismo familiar es un Turismo de emociones. En definitiva, recordamos las experiencias no por lo que son sino por lo que sentimos cuando las vivimos. Así pues, está claro que, si buscamos donde corresponde y planificamos, es posible viajar con niños y disfrutar de la experiencia todos juntos. **© Sylvie Estrada** es impulsora de BarcelonaWink.

# La venta directa de las líneas aéreas supera por primera vez a la intermediada

Se registra un creciente peso de los 'portales' en Internet de las compañías aéreas

Más de la mitad de las ventas de billetes de avión, concretamente el 51%, se efectúan a través de los diversos canales directos de las compañías aéreas.

Su decidida apuesta por la venta directa, así como el creciente peso de las aerolíneas de 'bajo coste', estarían detrás de este cambio de tendencia en la

distribución aérea. Del 51% que no pasa por intermediarios, el 33% corresponde a las compañías aéreas convencionales y el 18% a las *low cost*.

La apuesta creciente de las compañías aéreas por la venta directa *online*, así como la proliferación en la industria aérea del modelo *low cost*, que en mercados como el español ya domina más de la mitad del tráfico internacional, ha traído consigo una progresiva desintermediación en la distribución aérea. Según los últimos datos a los que ha tenido acceso NEXOTUR a través de Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA), los canales de venta directa de las compañías aéreas ya superan a las agencias de viajes.

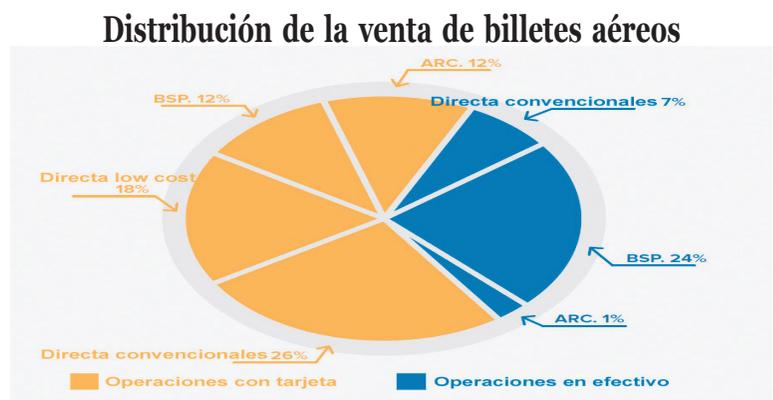
De los 572.775 millones de euros anuales ingresados por la industria de la aviación comercial, el 51% (aproximadamente 292.115 millones) ha sido generado por los diversos medios de distribución directa, con un claro dominio de los

'portales' de las compañías aéreas. El 49% restante (280.659 millones) corresponde a los diversos modos de venta indirecta, todos ellos a través de agencias de viajes.

#### Medios de pago

De éstos últimos, el sistema BSP de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) acapara gran parte de las operaciones. Concretamente, su cuota de mercado mundial asciende al 36%, mientras que el 13% restante corresponde al sistema denominado ARC, utilizado por las agencias de viajes de Estados Unidos.

Mientras tanto, del 51% del negocio que no pasa por estos intermediarios, el 33% corresponde a las compañías aéreas convencionales,



Fuente: Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA). © NEXOTUR

mientras que el 18% restante a las *low cost*. En función del medio de pago, dominan las ventas con medios alternativos al efectivo, especialmente con tarjetas de crédito o

débito. Su cuota sobre el total de movimientos (tanto venta directa como a través de agencias) se sitúa en el 68%, frente al 32% que representan los pagos en efectivo.

# Los pagos por Turismo suben un 67% en cuatro años y supera los 8.000 millones

En 2013, último ejercicio con caída interanual se superaron los 5.000 millones

Los pagos de los españoles para viajar al extranjero siguen batiendo todos los registros, siempre según el Banco de España. En la primera mitad de 2017 ascienden a 8.424 millones de euros, lo que supone un incremento del 16,6%.

La comparación resulta todavía más llamativa si se hace con 2013, último ejercicio en el que se registró una caída interanual. En los seis primeros meses de aquel año los pagos por Turismo se situaron en 5.044 millones de euros, cifra un 67% inferior a la alcanzada en el mismo periodo de este 2017.

Además, el dato de esta primera mitad de año es muy superior al re-

gistrado en los seis primeros meses de 2007, antesala del estallido de la crisis económica. Entonces los pagos ascendieron a 6.419 millones de euros, 2.005 millones menos que en la actualidad.

#### Variación similar a 2016

La variación de este arranque de año es similar a la del global de 2016, cuando los pagos por Turismo se situaron en 18.264 millones de euros. Esta fue, con amplísima diferencia, de la mejor cifra de toda la serie histórica. Hasta entonces, el récord correspondía a 2015, cuando el desembolso fue de 15.654 millones de



En el primer semestre aumentan más de un 16,6%.

euros, un 16,7% menos que en 2016. En dicho ejercicio también se produjo un incremento interanual de

dós dígitos (+15,3%). Es necesario remontarse a 2011 para observar el último retroceso (-3,9%).

## Logitravel abrirá en 2018 su primera tienda física

Logitravel prevé inaugurar en enero de 2018 su primera tienda física en Madrid. Más de 500 m<sup>2</sup> en Kinépolis Ciudad de la Imagen. Como subraya el CEO Corporativo de la empresa, Tomeu Bennasar, "lo que pretendemos con esta tienda es mostrar este nivel de profesionalidad al cliente y reforzar nuestra imagen de marca especialista en cruces, 'paquetes' y circuitos"

## Aumentan un 100% las reservas a Escandinavia

Los países escandinavos cada vez gustan más al público español. Así lo asegura Mapa Tours, que cifra en un 100% el incremento de las reservas para viajar a estos destinos en el presente año. "Son países avanzados, que están bien comunicados, cercanos y seguros, que ofrecen paisajes muy bellos y ciudades muy interesantes", indica el director comercial del turoperador, Oscar Sanz.

## OPC España analiza los códigos éticos de sociedades

La Federación Española de Asociaciones de Empresas de Organización Profesional de Congresos (OPC España) ha organizado una sesión de trabajo este 13 de septiembre en Madrid, en el Hotel Ilunion Pío XII, bajo el título 'Aplicación de los nuevos códigos éticos'. Analizará las distintas actualizaciones que están introduciendo en sus códigos éticos.

## Disminuye el coste del transporte en autocar

Hasta julio, los costes totales y unitarios del transporte de viajeros en autocar han disminuido respecto al segundo semestre de 2016, según el Observatorio de costes del transporte de viajeros en autocar del Ministerio de Fomento. Analiza tres tipos de autocares diferentes y plantea tres escenarios de costes: media nacional, de las provincias con mayores costes de personal y con menores.

# Grecia se sumará en 2018 a la larga lista de destinos que aplican tasas turísticas

El máximo por noche y habitación será de cuatro euros y lo recaudarán las empresas del país

Los turistas que pernocten a partir del 1 de enero de 2018 en Grecia deberán abonar una tasa turística. El impuesto, anunciado recientemente por el Ministerio

de Turismo del país, oscilará entre 0,50 y cuatro euros en función del alojamiento. DRV ha presentado una queja a través de ECTAA.

Grecia también creará un impuesto turístico por pernoctar. No obstante, mientras que en la mayoría de destinos la tasa turística tiene carácter local, en el país heleno será de carácter estatal. El Ministerio de Turismo ha fijado el 1 de enero de 2018 para su entrada en vigor.

Según lo anunciado, la tarifa fijada oscilará entre 0,50 euros por habitación y noche en hoteles de uno o dos estrellas y en apartamentos vacacionales, a cuatro euros en hoteles de cinco estrellas. En el caso de los establecimientos de tres estrellas será de 1,5 euros y en los de cuatro de tres euros.

### DRV muestra su rechazo

Según el Gobierno griego, que proporcionará más información sobre la nueva tasa a lo largo de este mes de septiembre, serán las empresas del país las que se encarguen de la recaudación. Tras el anuncio han sido varias las Organizaciones em-



Entrará en vigor el 1 de enero de 2018.

presariales que han mostrado su desacuerdo con la medida.

Por ejemplo, la Asociación Alemana de Agencias de Viajes (DRV) ha presentado una queja a través

de Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA). Sin embargo, reconoce que es poco probable que el Gobierno dé marcha atrás.

## Boris Darceaux liderará a Air France KLM en España

Air France-KLM nombra a Boris Darceaux nuevo director general para España y Portugal. Sustituye a Bruno Georgelin, que pasa a ocupar el cargo de director general para el área Mediterránea del grupo en el mercado francés.

Con motivo de su nombramiento, el directivo destaca que "asumir la dirección de una delegación como la de España y Portugal, región en la que nuestro grupo tiene un crecimiento muy importante, es un gran desafío". Entre sus objetivos prioritarios "está trabajar con los equipos para seguir ofreciendo cada día un mejor servicio, a la vez que reforzamos nuestro desarrollo en la Península Ibérica, una región en la que Air France-KLM ha aumentado más de un 12% su oferta este verano", añade.

Graduado por la escuela de negocios de Reims, Darceaux entró a



El director general del grupo para España y Portugal, Boris Darceaux.

formar parte de la compañía aérea en 1999. Antes de su actual puesto era director general del gigante aéreo en Bélgica y Luxemburgo.

# El gasto turístico se dispara un 15% hasta julio y supera los 49.000 millones

Los mayores aumentos han correspondido a la Comunidad Valenciana y Madrid

Los turistas internacionales que han visitado España han desembolsado 49.119 millones de euros en los siete primeros meses del año, lo que supone un aumento interanual del 15,1%. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), Reino Unido es el primer mercado emisor con 9.898 millones, un 12% más.

Le sigue Alemania con 6.887 millones, un 13,3% más, mientras que los países nórdicos completan el podio con 4.167 millones, un 16,1% más. Francia, en cuarto lugar, aporta hasta julio 3.781 millones de euros (+6,2%). Italia, por su parte, cierra estos siete meses con 1.701 millones, un 11,6% más que en el mismo periodo de 2016.

Todas y cada una de las principales Comunidades de destino protagonizan crecimientos de dos dígitos. Cataluña, en cabeza con

10.991 millones de euros, registra un incremento del 14%. Mayores aún son los experimentados por la Comunidad Valenciana (4.740 millones) y Madrid (5.105 millones), con tasas respectivas del 18,9% y del 17,1%.

### Primeras posiciones

Por detrás de Cataluña figuran Canarias y Baleares. El gasto en la primera asciende a 9.404 millones, un 12,5% más que hace un año, mientras que en la segunda es de 8.117 millones, un 12,6% por encima de la cifra de 2016. Andalucía también muestra un fuerte avance del 15,3%, alcanzando los 7.226 millones. El resto de Comunidades acaparan únicamente el 7,2% del desembolso turístico (3.536 millones), si bien registran un repunte interanual del 24,4%.



Reino Unido es el que más aporta.



Solo CGT no ha firmado el acuerdo.

## ERE para un máximo de 955 empleados en Iberia

Iberia y la mayoría de la representación sindical en la comisión negociadora han llegado a un acuerdo de finalización del periodo de consultas y la aprobación del Expediente de Regulación de Empleo (ERE). También se ha firmado un acuerdo de garantía de empleo entre las partes que han suscrito el ERE.

Por parte de los sindicatos han rubricado el acuerdo CCOO, UGT, USO y SEPLA, mientras que los representantes de STAVLA, La Candidatura Independiente de TCP y SOMOS han condicionado su posterior adhesión a la consulta a sus bases. No ha firmado la

representación del sindicato CGT, minoritario en la compañía aérea.

El ERE acordado es voluntario tanto para la empresa como para el trabajador, y podrán acogerse a él un máximo de 955 empleados. Estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2019 y contempla las modalidades de prejubilación, baja incentivada, novación a empleo estable y recolocación diferida.

Desde 2013 han abandonado Iberia más de 4.500 trabajadores en otros ERE. El mayor, presentado por causas económicas, productivas y organizativas, fue forzoso y afectó a un total de 3.147 trabajadores.

## La experiencia del cliente, clave para las empresas

Las empresas turísticas han alcanzado un índice de madurez del 67% a la hora de establecer una gestión operativa de la experiencia del cliente, según revela un estudio nacional elaborado por Deloitte y DEC. El objetivo de las mismas es conocer y usar de forma constante la información para tomar decisiones y poner en marcha acciones que mejoren los niveles de la experiencia.

## CroisiEurope incorporará nuevo barco en Mekong

CroisiEurope ha construido un nuevo barco de cinco anclas para reforzar su flota en el Mekong y responder al aumento de la demanda de este destino. El RV Indochine II, cuya inauguración será este mes en Phonm Penh, tiene capacidad para 62 pasajeros repartidos en 31 camarotes. Mide 65 metros de eslora y 13 de manga y tendrá un calado reducido de 1,6 metros.

## Un 25% más de turistas en Uruguay hasta junio

Uruguay recibió en los primeros seis meses del año 2.111.594 llegadas de turistas no residentes, un 24,8% más respecto al mismo período de 2016. El ingreso de divisas fue de 1.440.982.478 dólares, lo que supone un incremento interanual del 39,1%. Por primera vez, Uruguay supera la cifra de dos millones de visitantes registrados en el primer semestre del año.

## Calvià, municipio español con más banderas 'Q'

Calvià es el municipio español en el que ondean más banderas 'Q'. En total, 13 este año. En 2016, Calvià obtuvo nueve banderas 'Q', y este año presentó la candidatura para 13 playas consiguiendo la totalidad de las propuestas presentadas. Las playas son: Illetes, Cala Contesa, Oratori, Es Carregador, Palmanova, Son Maties, Magaluf, Cala Vinyes, Ses Penyes Roges, Santa Ponça, Romana, Torà y Palmira.

# Italia se convierte en el cuarto país de Europa que prohíbe las polémicas cláusulas de paridad

HOTREC: 'Desde una perspectiva europea, cada vez más países deberían sentirse alentados por estos ejemplos'

Italia se convertirá a lo largo de este mes de septiembre en el cuarto país europeo (ya lo hicieron Alemania, Austria y Francia) que prohíbe las cláusulas de paridad impuestas

por numerosas plataformas de reservas a los hoteles. Los siguientes podrían ser Bélgica y Suiza, según avanza la Organización Empresarial Europea de Hostelería y Restau-

ración (HOTREC). La asociación espera que "desde una perspectiva europea, cada vez más países deberían sentirse alentados por estos ejemplos".

Italia prohíbe las cláusulas de paridad de las plataformas de reservas online. Se convierte así en el cuarto país europeo que adopta esta medida con la que, según han defendido en todo momento los hoteleros, "se restituirá la libertad empresarial en el sector del alojamiento". Antes lo hicieron Alemania, Austria y Francia.

Después de una ronda parlamentaria que se ha prolongado dos años, la nueva Ley de Competencia italiana se ha aprobado este verano con 146 votos a favor y 113 en contra. Se prevé que la prohibición entre en vigor este mismo mes de septiembre. Según recoge la nueva ley, "cualquier acuerdo por el cual el hotel se vea obligado a no ofrecer a los clientes finales, por cualquier medio o instrumento, precios y condiciones mejores que las ofrecidas a través de in-

termediarios, independientemente de la ley aplicable al contrato, es nulo".

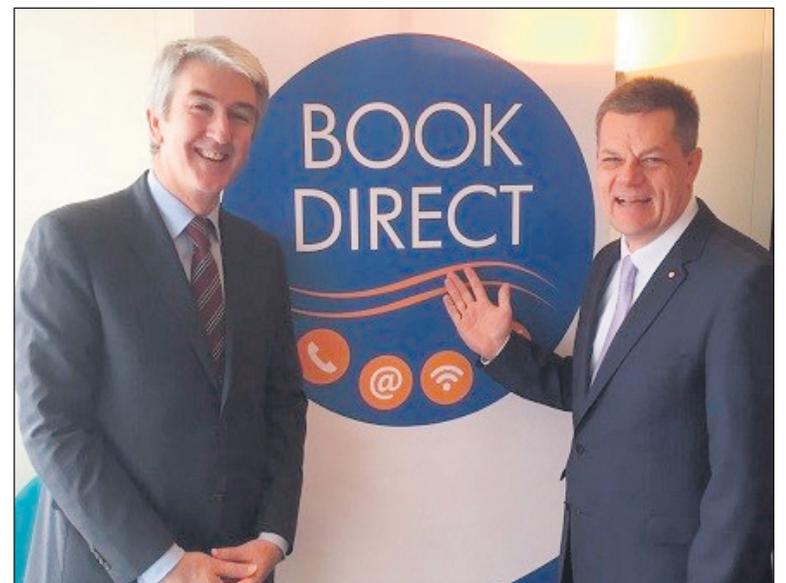
En palabras del presidente del grupo de trabajo de distribución de la Organización Empresarial Europea de Hostelería y Restauración (HOTREC), Markus Luthe, "es un hito importante para el restablecimiento de la competencia leal en el ámbito de la distribución online, tanto desde el punto de vista de los consumidores como de la industria hotelera en Italia y en Europa".

### Impulsar la venta directa

"Desde una perspectiva europea, cada vez más países deberían sentirse alentados por estos ejemplos para limitar el dominio de las plataformas en línea y reducir los desequilibrios en beneficio de los consumidores y,

sobre todo, de los pequeños y medianos hoteles europeos", subraya el consejero delegado de HOTREC, Christian de Barrin. En este sentido, muestra su "satisfacción" por "las iniciativas parlamentarias en curso en Bélgica y Suiza para prohibir las cláusulas de paridad". "Les deseamos todo el éxito", sentencia.

Paralelamente, el lobby europeo, del que forma parte la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), recomienda a los consumidores que busquen directamente en el sitio web del hotel "para encontrar realmente las mejores ofertas". Asimismo, insta a todos los hoteleros de Europa a participar en la campaña Book Direct, que como avanzó este periódico pretende impulsar la venta directa en detrimento de la intermediada.



Christian de Barrin y Markus Luthe.

## En Baleares, la ecotasa 'no afecta a la decisión de compra'

El Gobierno de Baleares sale al paso de las críticas del empresariado turístico argumentando que los efectos de la ecotasa en el destino han sido inexistentes. "Los datos indican que, lejos de ser perjudicial, ha representado una mejora de las cifras de empleo y del gasto", asegura el consejero de Turismo, Biel Barceló.



Biel Barceló

En este sentido, detalla que una familia de cuatro miembros, con dos hijos menores de 16 años, pagará entre 56 y 84 euros por el total de una estancia tipo en Baleares en temporada alta. Esto supone entre un 1,4% y un 2,1% del gasto medio diario de un visitante en las islas.

### Aceptación 'total'

Barceló hace hincapié en que "el balance de este primer año ha sido muy positivo, con una aceptación total por parte de visitantes y residentes". A su juicio, lo aceptan con "normalidad" porque se trata de una medida que "aplican decenas de destinos de todo el mundo". Biel también aclara que el boom turístico en las islas, que llegan a recibir 16 turistas por cada residente, frente a la cifra de 1,5 del resto de España, lo hace necesario.

## Cuenta atrás para el arranque de las ventas de los viajes del Imserso

El inicio Las ventas comenzarán el mismo día que la pasada temporada

Una vez finalizada la temporada alta, las agencias de viajes cuentan los días para el inicio de las ventas de los más de un millón de plazas del Programa de Turismo del Imserso. Al igual que la pasada campaña, arrancarán el día 15 de septiembre en cinco Comunidades autónomas: Asturias, Cataluña, Galicia, La Rioja y País Vasco. Los residentes en las mismas podrán contratar entre el 15 y el 18 de septiembre los viajes en las agencias autorizadas o bien a través de las páginas web de Mundosenior y Mundiplan.

Del 18 al 20 del mismo mes será el turno de los residentes en Andalucía, Canarias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Cantabria, Comunidad Valenciana, Illes Balears y Navarra. Mientras tanto, el último turno será del 20, 21 y 22 de septiembre en Aragón, Castilla y León, Ceuta, Extremadura, Madrid, Melilla y Murcia.

El calendario tiene por finalidad ordenar la comercialización de ma-

nera escalonada "pero, en ningún caso, afecta a la distribución de plazas toda vez que éstas ya se han distribuido previamente por cada provincia en función de la población mayor de 65 años", informa el Imserso. Los dos primeros días serán para los beneficiarios con plazas garantizadas y a partir del tercero, y hasta que concluya la temporada en junio de 2018, se podrán reservar y comprar más viajes a cualquier destino de los que ofrece el programa, siempre y cuando haya excedente.

### Gestión repartida

Se trata de la tercera temporada en la que Mundosenior y Mundiplan se reparten la gestión de los viajes del Imserso. La primera Unión Temporal de Empresas (UTE), formada por Halcón y Barceló, mantiene el control de los lotes 1 y 3: costa peninsular (Andalucía, Región de



Se inicia el 15 de septiembre.

Murcia, Comunidad Valenciana y Cataluña) y Turismo de interior (circuitos culturales, Turismo de naturaleza, capitales de provincia, Ceuta y Melilla). Por su parte, la integrada por Iberia, Alsa, Gowaii e IAG7 Viajes, gestiona los viajes a Baleares y Canarias.

# 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



**HISTORIA  
DEL TURISMO  
EMISOR EN ESPAÑA**

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

*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](mailto:Suscripciones@Nexotur.com)  
o al teléfono: 91 369 41 00

# La reactivación del consumo se traslada a las ventas de seguros de viajes, que repuntan casi un 6% en 2016

ERV lidera el 'ranking' con un volumen de negocio de 40 millones e InterMundial protagoniza el mayor avance

Las cuatro compañías de seguros más potentes en el segmento del viaje cierran 2016 con un volumen de negocio de 122 millones de euros, lo que supone un aumento del 5,9%

en comparación con los 115,2 millones de 2015. ERV se mantiene como líder indiscutible del ranking con aproximadamente 40 millones de euros, si bien Allianz Worldwide

Partners acorta distancias y supera ya los 35 millones. InterMundial, por su parte, protagoniza el mayor crecimiento del año, con una tasa interanual positiva del 12%.

## Ranking NEXOTUR 2016 de Compañías de Seguros de Viajes

EMPRESAS	VENTAS 2016	VENTAS 2015	2016 / 15	VENTAS 2014	2015 / 14	VENTAS 2013	2014 / 13	VENTAS 2012	2013 / 12	VENTAS / EMPLEADOS	VENTAS / ASEGURADOS
1 ERV Seguros de Viaje	40	39,3	1,8%	39,3	0%	39,2	0,3%	42,9	-8,6%	0,51	1,15
2 Allianz Worldwide Partners	35,2*	32,2*	9,2%	31,5*	2,4%	29,2*	8%	25,2	15,9%	0,05	21,4
3 InterMundial Seguros	29	25,9	12%	24,7	4,9%	23,5	5,1%	21,4	9,8%	0,36	8,28
4 Europ Assistance	17,8*	17,8	0%	19,2	-7,3%	21,7	-11,5%	19,6	10,7%	0,02	1,89
<b>TOTAL</b>	<b>122</b>	<b>115,2</b>	<b>5,9%</b>	<b>114,7</b>	<b>0,4%</b>	<b>113,6</b>	<b>1%</b>	<b>109,1</b>	<b>4,1%</b>	<b>0,07</b>	<b>2,99</b>

Fuente: Nexodata y empresas. Las ventas figuran en millones de euros. SD: Sin Dato. \*: Estimación NEXOTUR.

© NEXOTUR (Prohibida la reproducción total o parcial)

La reactivación generalizada que viene experimentando el consumo de viajes en el mercado español se traslada a la cifra de negocio de las grandes compañías de seguros. Según los datos recabados por NEXOTUR, las cuatro empresas punteras en el segmento de las pólizas de viajes alcanzan un volumen de negocio conjunto de 122 millones de euros en el global de 2016. Se trata de un significativo aumento interanual del 5,9%, el cual contrasta con el estancamiento que experimentaron en 2015 (+0,4%), cuando su volumen de negocio se situó en 115,2 millones.

Esta tendencia dista mucho de la experimentada por las grandes mayoristas de viajes. El volumen de negocio de los diez turoperadores con más peso en el mercado español se sitúa en 1.800,1 millones, lo que supone un retroceso del 5,3%. Este dato contrasta con el gran avance del 15,8% que protagonizaron en 2015. Por otro lado, la facturación de las agencias minoristas experimenta en 2016 un tímido crecimiento del 1,6%, ascendiendo a 6.252,4 millones de euros.

Pese a la mejoría de este último año, las compañías de seguros con presencia en España siguen sufriendo la falta de concienciación de los ciudadanos sobre la importancia de viajar con algún tipo de cobertura. Según fuentes consultadas por NEXOTUR, hasta un 80% de los turistas españoles renuncian a la contratación de una póliza, porcentaje que dista mucho del registrado en los principales mercados emisores de Europa. Por ejemplo, en Reino Unido solamente uno de cada cinco viajeros (20%) no contrata un seguro cuando se desplaza al extranjero, porcentaje que se asemeja al del mercado emisor alemán.

### ERV repite al frente

ERV Seguros de Viaje sigue liderando el 'Ranking NEXOTUR de Compañías de Seguros de Viajes'. La empresa dirigida por Ana Dueñas deja atrás varios años sin crecimiento (en los dos últimos repitió cifras

y en 2013 bajó un 8,6%), cerrando el ejercicio con un aumento del 1,8%. Pasa de los 39,3 millones facturados en 2015 a 40 millones de euros en este último 2016.

En una entrevista concedida a NEXOTUR, el director comercial y de marketing de ERV, Oscar Esteban, explica que las cifras de 2016 "están muy cerca de los objetivos que nos habíamos marcado a comienzo de año, y nos sentimos muy satisfechos por afianzar un año más nuestra posición de liderazgo dentro del mercado tradicional de seguros de viaje", subraya. El directivo revela que "durante este ejercicio estamos trabajando en un importante plan de captación y fidelización de cartera", lo que le lleva a esperar "un crecimiento de nuestro negocio de entorno a un 10%".

Preguntado por los productos más demandados por sus clientes, Esteban apunta que "en el segmento vacacional, el que tiene mayor aceptación ha continuado siendo el seguro de viaje Select". "En 2016 realizamos una renovación importante del producto, mejorando la protección al viajero con nuevas coberturas de asistencia, accidentes o secuestro del medio de trans-

porte, y ampliando los límites de demora de equipaje, pérdida de enlances y muchas otras novedades", señala. "Este relanzamiento tuvo una repercusión muy positiva entre las agencias de viajes, porque conseguimos construir el producto a medida de las necesidades de los agentes, logrando un crecimiento importante en sus ventas", añade. En lo que respecta al segmento de viajes corporativos, el directivo explica que "nuestro seguro de viaje Business Star ha permanecido a la cabeza en la lista de los mejores productos para los desplazamientos corporativos y observamos una alta demanda en todas las modalidades del producto".

### Allianz se acerca a ERV

En el segundo puesto del 'Ranking NEXOTUR de Compañías de Seguros de Viajes' se sitúa Allianz Worldwide Partners. La compañía, que sigue sin desglosar su facturación por áreas de negocio en el mercado español, ha facturado en nuestro país 116 millones de euros, lo que supone un aumento interanual del 9,2%. Tomando como base esta variación y la cifra de ne-

gocio de la división de viajes en el mercado español en 2015 (32,2 millones de euros), NEXOTUR ha realizado una estimación de las ventas de seguros de viaje efectuadas por Allianz Worldwide Partners en nuestro país. Según la misma, la empresa concluye 2016 con una facturación 35,2 millones de euros.

Su CEO en España y regional manager del Sur de Europa, Laurence Maurice, destaca que "todas nuestras líneas de negocio lograron crecimientos en su facturación". "Ha sido un año en el que hemos avanzado con agilidad en el desarrollo de soluciones innovadoras y de nuevos modelos de negocio para dar respuesta a las necesidades de un cliente digital más experto", añade.

### InterMundial crece un 12%

InterMundial Seguros repite en tercera posición del ranking. El broker que dirige Manuel López concluye 2016 con un volumen de negocio cercano a los 29 millones de euros, lo que supone un fuerte repunte del 12% en comparación con los 25,9 millones de 2015. López reconoce que su empresa se ha beneficiado

de la reactivación que viene protagonizando el emisor español. En declaraciones a NEXOTUR apunta que "cada vez viajamos más y a destinos más lejanos, por lo que el seguro de viaje se convierte en un imprescindible".

Aunque lamenta que "seguimos por debajo de niveles europeos" en la penetración de los seguros de viajes, hace hincapié en que se viene produciendo "un crecimiento progresivo. En su opinión "las agencias son las que están acercándonos a los niveles de Europa" debido a que "son ellas las que más están trabajando en pro de que el cliente viaje asegurado porque le elimina responsabilidades y porque están obligadas a ofrecerlo".

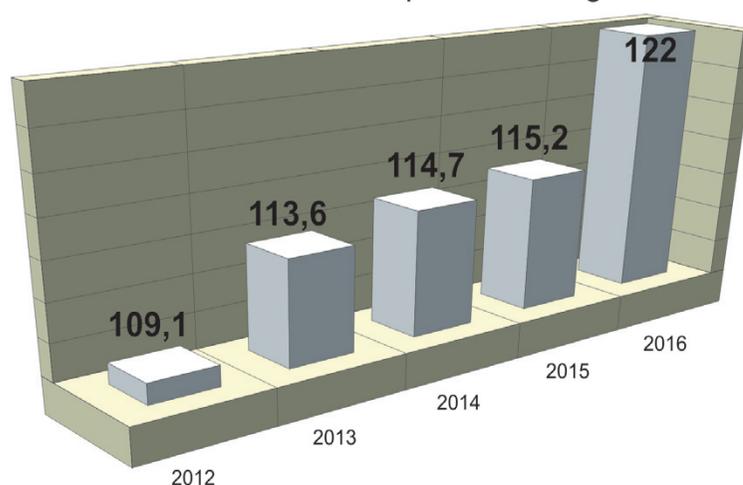
Preguntado por sus previsiones para el presente 2017, López desvela que el año "es para nosotros una apuesta integral por la calidad en la protección del viajero y la oferta de más servicios para el mismo". "En cuanto a números, nos gustaría cerrar este ejercicio con un incremento del 3% y superar los cuatro millones de asegurados", prosigue. Sobre el plan de expansión de InterMundial, que a día de hoy tiene presencia, además de en España, en México, Brasil, Colombia, Reino Unido, Francia, Portugal, Italia y Polonia, el directivo afirma que "nuestro objetivo es posicionarnos en estos países y no abrir nuevos mercados en 2017".

La cuarta plaza del 'Ranking NEXOTUR de Compañías de Seguros de Viajes' es para Europ Assistance. Tras varios años facilitando cifras no superiores nunca a 22 millones de euros, la empresa ha revisado al alza las mismas, argumentando que las anteriores únicamente hacían referencia a la venta directa. Así, su cifra aportada es de 43 millones de euros. No obstante, fuentes fiables consultadas por este periódico coinciden en señalar que dicho dato "no es cierto porque ahí incluyen asistencia al hogar y asistencia a vehículos". Por tanto, NEXOTUR ha optado por repetir el dato del año pasado: 17,8 millones de euros.

## Las empresas encadenan cuatro años seguidos al alza

La facturación de las cuatro principales compañías de seguros de viajes que operan en el territorio español (ERV Seguros de Viaje, InterMundial Seguros, Allianz Worldwide Partners y Europ Assistance) no ha experimentado caída alguna en los últimos cuatro años. Atendiendo a las cifras recabadas por este periódico, el mayor crecimiento corresponde a este último año, con una tasa del 5,9%, mientras que el segundo se produjo en 2013, con otro avance del 4,1%. En 2015 se registró el incremento más discreto (+0,4%), mientras que un año antes el volumen de negocio de las citadas empresas subió un 1% en comparación con el ejercicio anterior.

Facturación de las cuatro primeras aseguradoras



Fuente: Nexodata y empresas.

© NEXOTUR (Prohibida la reproducción total o parcial)

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

## CEAV acercará el destino Argentina al agente español

CEAV y el Ministerio de Turismo de Argentina han suscrito un acuerdo de colaboración con el objetivo de tender puentes entre ambos destinos. Incluye diversas acciones para potenciar el conocimiento de los destinos entre los agentes de ambos países. Además de la celebración de cursos de formación, recoge la participación en ferias y foros profesionales y la creación de grupos de trabajo.

## Latam Airlines supera los 2.200 millones de ingresos

Latam Airlines alcanzó un resultado operacional de 48,2 millones de dólares en el segundo trimestre de 2017, y un margen operacional de 2,1% durante el segundo trimestre. Esto supone un aumento de 2 puntos porcentuales comparado con el mismo período de 2016. La compañía ya ha valorado este resultado como "el segundo trimestre más fuerte de su historia".

## Tarragona registra buena temporada de cruceros

Tarragona está a punto de cerrar una temporada de cruceros brillante, después de ser incluida en junio en el Programa Integral para la Recepción de Cruceros. Este 2017 el puerto de Tarragona ha dado un importante salto cualitativo pasando de ser solo un "puerto de tránsito" a un "puerto base". En los últimos cinco meses, ha recibido 20 cruceros y a unos 25.000 cruceristas en cinco meses.

## Vueling crea un nuevo programa de fidelización

Vueling lanzará este otoño su nuevo programa de fidelización de cliente Vueling Club, que sustituirá el actual programa Punto. Los clientes de Vueling podrán obtener y gastar Avios para conseguir vuelos gratis con la compañía. Además, en el futuro contarán también con la posibilidad de volar a cualquiera de los 380 destinos que ofrecen las compañías del grupo IAG.

# Las acciones para frenar las reclamaciones falsas de los turistas británicos en España comienzan a surtir efecto

‘Las sanciones son extremadamente graves’, advierten desde la Asociación de Agencias de Reino Unido

Con motivo de la operación regreso de las vacaciones, la Asociación de Agencias de Viajes de Reino Unido (ABTA) y sus miembros han intensificado su campaña de

concienciación de los turistas británicos sobre los peligros de las reclamaciones fraudulentas. Según avanza la Asociación, "la gente está empezando a darse cuenta de que es un

crimen". "Las sanciones son extremadamente graves y pueden incluir grandes multas, su inclusión en un registro criminal e incluso penas de cárcel", advierten.

La campaña puesta en marcha por ABTA para intentar frenar el aumento vertiginoso de las reclamaciones fraudulentas por parte de turistas británicos, a la que se han sumado las grandes empresas turísticas del país, comienza a dar sus frutos. Según afirma, "la gente está empezando a darse cuenta de que es un crimen" que, además, "se traducirá en un aumento de los precios de los viajes a largo plazo".

El lobby británico y sus miembros están volcados en estos momentos en trasladar a sus clientes los peligros que conlleva la presentación de denuncias falsas o exageradas sobre enfermedades supuestamente contraídas durante las vacaciones. Y es que, según revela, las empresas dedicadas a la ges-

ción de las mismas aprovechan la operación regreso para bombardear a sus potenciales clientes. Para ello utilizan principalmente las redes sociales o las llamadas telefónicas, asegurando siempre que no existe ningún riesgo. Algo que ABTA desmiente: "las sanciones son extremadamente graves y pueden incluir grandes multas, su inclusión en un registro criminal e incluso penas de cárcel, ya sea en Reino Unido o en el destino donde disfrutan de sus vacaciones".

### Reclamaciones

La Asociación revela que el pasado año, solo en España, el coste para los hoteles de Mallorca fue de 42 millones de libras (45,5 millones

de euros). A nivel global, desde 2013 ha aumentado en más de un 500% el número de reclamaciones de compensación por enfermedad durante las vacaciones por parte de los turistas británicos, con decenas de miles en el último año. Sin embargo, durante el mismo periodo, los niveles de enfermedad notificados en los centros turísticos se han mantenido estables.

En palabras del director ejecutivo de ABTA, Mark Tanzer, "los turistas deben entender que hacer una reclamación fraudulenta tendrá consecuencias". "Es un crimen y corren el riesgo de terminar en la cárcel, ya sea en el Reino Unido o en el extranjero", advierte, por lo que insta a los ciudadanos británicos a ser "muy cautelosos cuando

una empresa se les acerque y les anime a hacer una afirmación deshonesta o exagerada".

Como publicó NEXOTUR, ABTA lanzó a mediados de junio su campaña 'Parar las estafas de enfermedad' con el apoyo de sus miembros y socios de la industria de viajes, y pidió al Gobierno que se ocupara de las falsas declaraciones de enfermedad. A principios de julio, el Ejecutivo británico se comprometió a abordar urgentemente la laguna legal que permite a las empresas beneficiarse indebidamente de reclamaciones falsas, si bien la Asociación entiende que esto es insuficiente y avanza que continuará trabajando estrechamente con el Gobierno y los reguladores para alentar nuevas reformas.



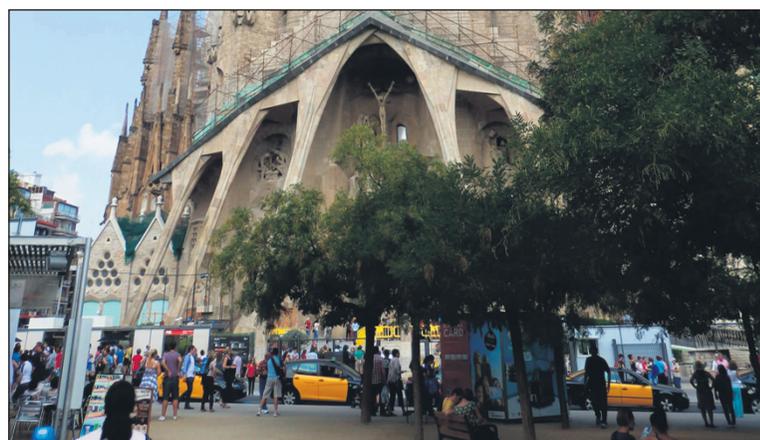
El presidente de ABTA, Mark Tanzer.

## Las reservas para viajar a Barcelona 'no se han visto afectadas' tras los ataques

No se han visto afectadas en la práctica totalidad de los mercados

El ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital, Álvaro Nadal, destaca "la magnífica imagen como destino seguro" que mantiene tanto Barcelona como el conjunto del país tras los recientes atentados terroristas. Así lo ha resaltado tras reunirse con los representantes del Sector Turístico de Cataluña, así como con el conseller de Empresa y Conocimiento, Santi Vila, y con el teniente de alcalde de Barcelona, Jaume Collboni.

Aunque aclara que "aún es pronto para hacer una valoración del efecto que van a tener los atentados", hace hincapié en la celeridad con la que la ciudad ha recuperado la normalidad. Así, el Gobierno central mantiene "un optimismo prudente y moderado en las previsiones". "Salvo casos muy aislados", enfatiza, "las reservas de plazas hoteleras en Barcelona y los 'paquetes' turísticos en la práctica totalidad de los mercados emisores no se han visto afectadas". Además, las ventas de billetes de avión para los próximos tres meses siguen creciendo.



El ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital, Álvaro Nadal.

También hace referencia a que los medios de comunicación internacionales y las redes sociales han valorado la buena imagen que ha proyectado Barcelona en el exterior a todos los niveles, desde la solidaridad, la eficacia policial o la atención a las víctimas de los ataques terroristas. Nadal ha garantizado que el Gobierno seguirá

trabajando con todas las administraciones públicas para que la imagen y el dinamismo de la ciudad no se vean alterados. En el caso concreto del segmento MICE, donde la ciudad condal ocupa la tercera posición del mundo, el ministro afirma que "no se ha registrado ninguna cancelación o cambio de sede para los próximos meses".

## Airmet congregará a unos 350 profesionales en su convención

Airmet celebrará del 27 al 29 de octubre su quinta convención anual. El evento, que tendrá lugar en el Centro de Convenciones de Terra Mítica y el Hotel Grand Luxor en Benidorm (Alicante), contará con la presencia de más de 350 profesionales, entre agentes de viajes y proveedores.

El presidente del Grupo comercial, Juan José Oliván, avanza que "nuestro objetivo, al igual que en nuestras anteriores convenciones, es que esta cita se convierta en un encuentro informativo y formativo, desarrollándose en un ambiente dinámico y divertido". Durante la misma se desarrollará un extenso programa, que arrancará la tarde del viernes día 27 con jornadas, entre las que destacan la conferencia 'Escaparatismo en las agencias de viajes' y una mesa redonda que versará sobre la facturación en las agencias de viajes y el Sistema de Suministro



Juan José Oliván

Inmediato de Información del IVA (SII).

El sábado día 28 de octubre, tras la inauguración oficial, los asistentes disfrutarán de una mesa redonda sobre las nuevas garantías y responsabilidades de las agencias de viajes. A continuación, se celebrará el workshop de proveedores para al término del mismo continuar con las sesiones plenarias de la convención. Tras un almuerzo de trabajo tendrán lugar diversas actividades, entre las que llama la atención la conferencia del exjugador de baloncesto Fernando Romay.

A partir de las 21.00 horas, habrá una actuación del conocido humorista Leo Harlem, para terminar con la clausura y una cena especial en las instalaciones de Iberia Village de Terra Mítica. El domingo por la mañana, los asistentes que lo deseen podrán disfrutar de las instalaciones de Terra Mítica.

100% Agentes

# Turnexo

## Madrid

Confirma asistencia:



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

(y reserva tu Reloj de pulsera)



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR  
**NEXO TUR**

**Martes 14 de Noviembre**  
**Hotel Mayorazgo**

**Nexopublic**  
CONSULTING



## Se crea Observatorio del Turismo en Barcelona

Este verano la Diputación de Barcelona, el Ayuntamiento de Barcelona y Turismo de Barcelona anunciaron la creación de un Observatorio del Turismo en Barcelona. El nuevo ente quiere ser un centro de investigación sobre la actividad turística dentro de la provincia de Barcelona. Quiere contribuir a la "sostenibilidad de la actividad turística en todas sus dimensiones", indican.

## OCDE reconoce a OMT su labor internacional

El Comité de Asistencia para el Desarrollo de la OCDE ha incluido este verano a la Organización Mundial del Turismo (OMT) en la lista de organizaciones internacionales aptas para la asistencia oficial para el desarrollo (AOD). Así las contribuciones financieras de los países a la Organización, como las cuotas de afiliación, pueden considerarse como asistencia oficial para el desarrollo.

## El Estado invertirá en el destino Canarias

La secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asián, y la consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, Mariate Lorenzo, se han reunido este verano para analizar cómo poder materializar la inversión de ocho millones de euros que se destinará a la mejora de las infraestructuras turísticas. De esta cantidad, tres millones irán a La Palma, La Gomera y El Hierro.

## Goldcar amplía este verano presencia a Serbia e Islandia

Goldcar incorpora dos nuevos destinos a su red europea. La compañía de alquiler de vehículos se ha establecido en régimen de franquicia en Serbia e Islandia. La sucursal serbia está ubicada en el aeropuerto Nikola Tesla de Belgrado, el más importante del país, mientras que la de Islandia se encuentra en el de Keflavik, el principal hub para transporte internacional del país.

# Asia-Pacífico, un mercado emisor de más de 4.000 millones de personas a potenciar

Amadeus y YouGov elaboran un estudio exhaustivo sobre el potencial de esta región

Amadeus acaba de presentar el "estudio más completo" sobre el mercado más grande para las agencias de viajes: el de Asia-Pacífico. El estudio, elaborado junto con

YouGov, revela cuáles son los hábitos de reserva de los asiáticos, qué canales de comunicación suelen emplear o qué importancia le dan a los prescriptores de opinión.

La zona Asia-Pacífico representa el mercado más grande del mundo, con más de 4.000 millones de personas. Así, con el objetivo de ahondar en su conocimiento y ayudar a entender las particularidades y características de esta importante área geográfica, que concentra al 60% de la población mundial, Amadeus ha realizado el que consideran "el estudio más completo llevado a cabo hasta el momento sobre los viajeros de Asia Pacífico", 'Journey of Me Insights: What Asia Pacific Travellers Want'.

Elaborado conjuntamente con YouGov, el estudio destaca que uno de los rasgos más señalados es el alto respaldo que otorgan estos viajeros a la personalización. Así, por ejemplo, el 64% de los viajeros de la zona Asia-Pacífico (APAC) estarían abiertos a compartir su información personal, a cambio de una experiencia de viaje más particularizada.

Sin embargo, esa personalización ha de ser equilibrada, con algunos límites. Así, mientras que los indonesios (80%) y los taiwaneses (78%) están ampliamente dispuestos a compartir su información personal, los viajeros japoneses no lo están tanto y únicamente tres de cada 10 de ellos están dispuestos a dar sus datos a los proveedores de viajes.

### Diversidad de perfiles

De esta manera, se observa un fuerte contraste entre sus zonas, por lo que no puede hablarse de un único tipo de viajero. Al contrario, en función del área geográfica concreta que se trate, hay una gran diversidad de perfiles, comportamientos, necesidades y preferencias.

Por ejemplo, mientras que el 70% de los viajeros japoneses nunca han utilizado los servicios de la denominada "economía colaborativa" para alojarse, casi la mitad de los viajeros indios dice que lo hace "a menudo" o "muy a menudo". Igualmente, existe una pluralidad de criterios en el uso de los idiomas. Así, el 84% de los viajeros de Singapur piensa que es importante encontrar personal de servicio en el destino que hable un



Estos viajeros otorgan un alto respaldo a la personalización.

idioma que entiendan, un asunto que sólo preocupa al 4% de los viajeros de Hong Kong.

### En busca de lo genuino

Otra conclusión que se deriva del informe es que los viajeros de la zona APAC buscan sobre todo la autenticidad, lo genuino. De ahí que, a la hora de inspirarse y planificar sus rutas, los viajeros de Asia-Pacífico prefieren, por ejemplo, las recomendaciones *online* o las comentarios boca-a-boca de sus conocidos, frente a las imágenes rutilantes de los folletos de viajes o los *feeds* de las cuentas personales de las *celebrities*.

La conexión con los viajeros de una manera oportuna e intuitiva se muestra igualmente importante para este público. La gran mayoría de estos viajeros estarían interesados en recibir recomendaciones en cualquier momento de su trayecto. Sin embargo, no sucede lo mismo con el tipo de recomendaciones, que varían según el país de que se trate. Los malasios, por ejemplo prefieren sugerencias de viaje que les sirvan para ahorrar dinero, mientras que los viajeros vietnamitas, en su caso, valoran en mayor medida las recomendaciones que ayudan a garantizar su seguridad.

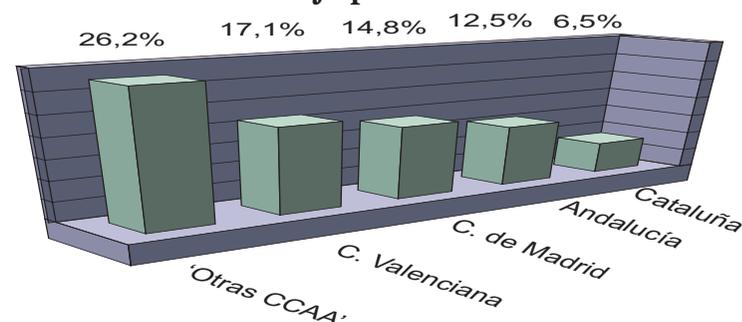
También hay variaciones a la hora de elegir los canales más adecuados para la recepción de la información. El 62% y el 70% de los

viajeros australianos y neozelandeses prefieren recibir actualizaciones y recomendaciones sobre su viaje por correo electrónico, mientras que los viajeros chinos prefieren ser contactados a través de servicios de mensajería como WeChat (41%). Casi la mitad de todos los viajeros tailandeses querrían ser contactados a través de los medios de comunicación social.

Para el presidente de Amadeus Asia Pacific, Albert Pozo, "los viajeros son la base de los viajes, y hoy en día no hay viajero tan importante como el viajero de Asia-Pacífico". "Sin embargo, la ironía es que, cuando hablamos del viajero de Asia Pacífico, en realidad no existe como tal", explica a la vez que añade que "a diversidad que vemos a través de las nacionalidades en esta región es asombrosa". "Más que eso, nuestra investigación ha demostrado que las preferencias, comportamientos y demandas de los viajeros varían enormemente de un país a otro", concluye.

El informe 'Journey of Me Insights: What Asia Pacific Travellers Want' se ha llevado a cabo en 14 mercados de Asia Pacífico, incluyendo Australia, China, Hong Kong, India, Indonesia, Japón, Corea, Malasia, Nueva Zelanda, Filipinas, Singapur, Taiwán, Tailandia y Vietnam. El tamaño total de la muestra ha sido de 6.870 adultos en Asia Pacífico que han viajado a nivel internacional en los últimos 12 meses.

### Porcentaje por Comunidad



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

© NEXOTUR

## Los turistas extranjeros aumentan un 10% en julio

El Turismo receptivo en España sigue con su buena racha y parece que seguirá batiendo las marcas que ya consiguió en 2016, cuando se alcanzó el record de más de 75 millones de visitantes extranjeros. Y es que en julio de 2017 han llegado al país 10,5 millones de turistas internacionales, lo que supone un crecimiento del 10,1% respecto al mismo mes del año pasado. Sobre el acumulado anual, España ya roza los 47 millones de visitas, un aumento del 11,3% en comparación con los siete primeros meses de 2016, según la Encuesta de movimientos turísticos en fronteras (Frontur).

En el primer mes del verano, época en la que tradicionalmente domina el Turismo de 'sol y playa', destaca el crecimiento de Comunidades autónomas de interior, así como de las más pequeñas. En la Comunidad de Madrid aumentan un 14% las llegadas internacionales en el último mes analizado, cuatro puntos por encima de la media del país, llegando a las 590.000. Aún mejor es el dato acumulado de la capital, ya que en lo que lleva de año aumenta un 20% y se sitúa en los 3,9 millones de turistas no residentes.

### Comunidades de interior

Todavía más espectacular es el crecimiento de las Comunidades que Frontur no desglosa en su estudio (aquellas que no son Andalucía, Baleares, Canaria, Cataluña, Valencia y Madrid). Estos destinos crecen un 26,2% en julio, mucho más que cualquiera de las Comunidades que el informe sí cita, y alcanzan los 1,1 millones de turistas. En los siete primeros meses, estos destinos acumulan un incremento del 14,9%, también por encima de la media nacional, con más de cuatro millones de visitas.

Estos datos van en la línea de los esfuerzos por diversificar los beneficios del Sector por todo el territorio español, que tradicionalmente se concentra en los destinos de costa. También ayuda a la desestacionalización, la otra gran preocupación del Sector Turístico, porque las llegadas a estas Comunidades no dependen tanto del clima ni están tan asociadas a los meses de verano.

Además, puede estar ligado a un aumento del gasto, ya que, por ejemplo, la Comunidad de Madrid atrae a un gran número de turistas de compras, con un gran poder adquisitivo y que dejan mucho más dinero en el país que quienes vienen a practicar un Turismo de costa. Esto lo demuestra el hecho de que sea la única Comunidad cuyos principales mercados emisores son de fuera de la Unión Europea, se trata de América (sin Estados Unidos) en primer lugar, acaparando un 21,4% del total de visitantes, y de 'Resto del mundo' es segundo, con un 14,6% del mercado madrileño. Frente a Madrid, las nacionalidades predominantes de las Comunidades que más turistas reciben son de países cercanos, que tienden a hacer un menor gasto; Reino Unido (en el caso de Alemania, Canarias y Comunidad Valenciana) Francia (en Cataluña) y Alemania (en Baleares).

A pesar del gran incremento de estas Comunidades, en números globales siguen arrasando los destinos tradicionales. Cataluña es el primer destino para los turistas en julio, con el 24,3% del total. Le siguen Baleares (23,6%) y Andalucía (13%). A Cataluña llegan más de 25 millones de turistas, un 6,5% más que en julio del año pasado, la cifra de Baleares es similar, creciendo un 5,3%. Por su parte, Andalucía crece un importante 12,5% y llega a los 1,4 millones de turistas internacionales.

## El terrorismo no frena los grandes destinos europeos

Londres y Barcelona, dos ciudades que han sufrido recientemente ataques terroristas, son los destinos internacionales más buscados para escapadas cortas y urbanas. Según los datos de Google, el número total de búsquedas para viajar a la capital británica ha aumentado un 17% en lo que va de año. Les siguen Roma, París y Ámsterdam.

## Colombia apuesta por el Turismo para su economía

El Turismo traerá grandes beneficios para Colombia, como asegura la presidenta de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato), Paula Cortés Calle. El sector del Turismo es la apuesta que tiene el Gobierno de Colombia para "dinamizar la economía y aumentar la inversión extranjera". El Turismo representa el 2,8% del PIB en el país.

## MCI roza los seis millones de beneficio durante 2016

El organizador de eventos para profesionales MCI aumentó en un 91% su beneficio neto en 2016 alcanzando un total de 5,8 millones de euros respecto a los 3,04 millones de euros de 2015. La compañía también registró un aumento del 4% en su volumen de negocio, llegando a los 418,3 millones de euros (402,5 millones en 2015), y de un 5% en su margen bruto de operaciones.

## Bodegas MGWines Group obtienen la 'Q' de Calidad

Tras pasar las auditorias del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), que certifican el cumplimiento de los requisitos técnicos que la norma de la marca de garantía 'Q' de Calidad Turística requiere, las cinco bodegas de MGWines Group han obtenido recientemente esta acreditación. El ICTE reconoce así la implantación del sistema de gestión del grupo.

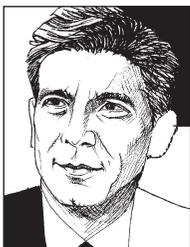
# Ciudadanos: 'El Turismo en Madrid funciona, pero no gracias al Gobierno'

El sector privado 'es, en gran medida, el impulsor del Turismo en la región'

El partido político Ciudadanos critica las carencias de la política turística del Gobierno de la Comunidad de Madrid. Su secretario de la Comisión de Cultura y

Turismo, Ricardo Megías, lamenta que la importancia que da el Ejecutivo al Sector "es poca, si tenemos en cuenta las evidencias".

Por ejemplo, hace referencia a que "el Turismo ni siquiera tiene una consejería de la que depender", lo que a su juicio "nos sirve perfectamente para situarnos en contexto, para darnos una visión de la política del Gobierno regional en este Sector". También carga contra "la escasa inversión



Ricardo Megías

que se realiza, situando a la Comunidad de Madrid a la cola, en comparación con el resto de Comunidades".

En su opinión, "el Turismo funciona, pero no gracias al Gobierno regional, sino a pesar del Gobierno regional". "Si hoy podemos hablar de una estrategia, no es porque ellos hayan querido dar un impulso al Sector, sino porque Ciudadanos lo puso como condición dentro de los puntos que cerraban el acuerdo de investidura", remarca el diputado en la

Asamblea de Madrid. También afirma que "si el borrador del proyecto de ley de los presupuestos generales del 2017 cuenta con un incremento de más del 50% en Turismo, no es porque el Gobierno haya caído en la cuenta de la necesidad de invertir más, sino porque Ciudadanos ha impuesto esta línea roja en las negociaciones de los presupuestos".

### Dar más voz a las Organizaciones

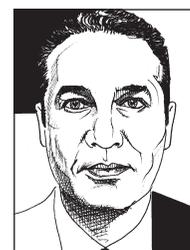
Para Megías, el sector privado "es, en gran medida, el impulsor del Turismo en la región y, lejos de sentirse apoyado, en muchos casos lo único que encuentran en el camino son trabas". Por este motivo considera prioritario la constitución de una mesa regional de Turismo, ya que "sería

una gran oportunidad para sentar en la misma mesa y abrir el diálogo entre las asociaciones empresariales y a las administraciones públicas". "Esperamos de verdad que se cree esta mesa más pronto que tarde, porque las organizaciones empresariales del Sector tienen mucho que decir y mucho que aportar", añade.

A nivel nacional, el diputado de Ciudadanos subraya el papel "vital" del Turismo para la economía española. "Inmersos en una crisis sin precedentes en nuestro país, el Sector ha sabido estar a la altura de las circunstancias no sólo dando la cara, sino además, salvando los muebles de una maltrecha economía como la nuestra", recuerda. Por tanto, considera "paradójico que la cartera de Turismo comparta ministerio con agenda digital", más aún cuando el país "presume de ser una de las grandes potencias turísticas del mundo".

# Azul Marino y Kuoni ya no tienen alianza estratégica

Hace poco más de un año, exactamente en mayo de 2016, Kuoni y Azul Marino decidían unir fuerzas en busca de un mejor posicionamiento. Mediante la firma de una alianza estratégica, acordaban que Viajes Azul Marino, la división minorista del grupo vasco, pasaría a ser Kuoni Premium Seller o agencia oficial de Kuoni, mientras que el turoperador vendería, a través de sus tiendas de Madrid, Barcelona y Valencia, el producto propio del Grupo Azul Marino.



Carlos López y



Juan del Hoyo

sado año". Argumenta que "nos dimos cuenta de que ambas empresas teníamos objetivos diferentes en dicho acuerdo".

Ambas empresas confiaban en que la alianza les permitiría dar continuidad con su estrategia de crecimiento, especialización y adaptación al mercado. También esperaban aprovechar las sinergias y ser más competitivos al ampliar el catálogo de productos en condiciones "muy ventajosas", informaron tras la firma. Asimismo, hicieron hincapié en que el acuerdo redundaría en beneficios no solo para ambos grupos, "sino también para los viajeros, ya que van a tener acceso a un portafolio realmente diferencial y muy ventajoso, un aspecto que resulta clave en mercados especialmente competitivos como los actuales".

### Diferentes objetivos

No obstante, según ha confirmado a NEXOTUR el director general de Kuoni España, Carlos López, el acuerdo "se rompió amistosamente a finales del pa-

# D'Ilario: 'El futuro del 'business travel' es crear un viaje centrado en el viajero con soluciones amigables con el cliente'

HRS analiza las últimas tendencias del sector MICE y presenta su solución Meetago

El proveedor hotelero HRS ha organizado recientemente un encuentro en el hotel The One de Barcelona en el que ha reunido a profesionales de la industria de viajes corporativos y donde se han analizado las últimas tendencias en el Sector MICE y se han presentado las características de su herramienta Meetago.

Durante el encuentro se ha destacado la evolución de los viajes corporativos en España desde 2014, año en el que se produjo la recuperación. En los dos últimos años, según datos de la Global Business Travel Association (GBTA), el gasto de viajes de negocios en España ha crecido entre un 7% y un 8% anual. Asimismo, a nivel mundial, el gasto total de viajes de negocios ha alcanzado los 20.800 millones de dólares en 2016 y está previsto que alcance los 22.000 millones de dólares en 2017.

El director general de HRS para España y Portugal, Marco D'Ilario, ha comentado las últimas tendencias en el Sector. "Se está experimentando una transición de solo ahorro a una solución centrada en el viajero. La gestión de viajes tradicional estaba centrada en el ahorro de costes, en el cuidado y seguridad, en la transparencia y control de costes, y en el suministro de contenido completo. Sin embargo, el futuro es ofrecer soluciones amigables con el cliente, creando un viaje centrado en el viajero", ha afirmado D'Ilario.

Por otro lado, se ha resaltado el crecimiento de las reservas online en el mundo corporativo, acercándose a las cuotas de viajes de negocio offline. Además, Marco D'Ilario ha señalado que "una gestión de viajes eficaz requiere un enfoque de extremo a extremo que alinee los intereses tanto de empresa

como viajero. Como expertos hoteleros, ofrecemos servicios de punta a punta para sus necesidades individuales, de reuniones y grupos".

### La solución Meetago

Durante el encuentro, Oliver May, Global LEAD MICE de HRS, ha realizado una presentación de la herramienta Meetago, una solución que permite solicitar presupuestos de salones o salas en las cadenas hoteleras y hoteles independientes alrededor del mundo, especificando los requisitos necesarios en cada ocasión: capacidad, localización, servicio de catering, etc. Además, ofrece la posibilidad de reservar las habitaciones necesarias para que se hospede el equipo.

Con Meetago se pueden seleccionar hasta cuatro hoteles en la lista de resultados según las preferen-



El encuentro de HRS se ha celebrado en el hotel The One de Barcelona.

cias de búsqueda, mostrando sólo los lugares con disponibilidad suficiente. Además, en el caso de que el hotel tenga que declinar la solicitud, el usuario recibirá un correo electrónico con nuevas ofertas y alternativas acordes a las preferencias. Esta herramienta es válida para grupos, congresos, trainings, lanzamiento de productos, etc.

## Los hoteles de lujo en la nueva página de Sofitel

S O F I T E L

Sofitel presenta una nueva versión de su página *web* modificando total-

mente su diseño y estructura de accesos, mientras mantiene la información sobre la cadena y sus hoteles, así como su completo sistema de gestión de reservas.

## Mansal presenta 'online' servicios de transporte



La empresa Autocares Mansal presenta una *web* de propósito limitado en la

que incluye una descripción muy general de la empresa, su flota y sus servicios discretos de transporte terrestre, aunque sin sus tarifas, para lo que ofrece un formulario.

## Información de Turismo sobre los Picos de Europa



Incatur presenta una nueva versión *responsive* de su *web* que, actualizan-

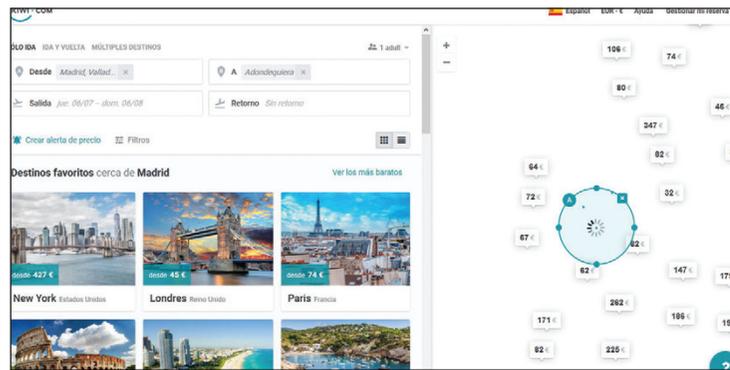
do su diseño, mantiene la información sobre todo tipo de actividades relacionadas con el Turismo en la comarca de Picos de Europa, sin ningún tipo de gestión de reservas.

## Escasa información en la nueva web de Eslovaquia



Eslovaquia.sk presenta una nueva versión *responsive* de su página de

Turismo en la que mejora sensiblemente su diseño, pero que por el momento no ofrece ninguna información de interés sobre los atractivos y servicios turísticos en el país.



Amadeus está desarrollando una solución personalizada para el 'portal'.

## Kiwi.com se alía con Amadeus antes de iniciar su expansión

Como paso previo a la puesta en marcha de un plan de expansión, que contempla la apertura de oficinas por todo el mundo este año, Kiwi.com se ha asociado con Amadeus. Gracias a la tecnología de búsqueda del proveedor de soluciones tecnológicas, la agencia online podrá calcular 750 millones de combinaciones de vuelos, lo que supone una notable ampliación que le permitirá dar un servicio de mayor valor y rapidez a sus clientes.

Amadeus está desarrollando una solución personalizada para

complementar los algoritmos de búsqueda de Kiwi.com. "Esto requiere una capacidad de búsqueda y una potencia de procesamiento de datos enormes y podría suponer un ahorro de hasta el 50% para los viajeros en algunas rutas", asegura la agencia. Su consejero delegado, Oliver Dlouhý, explica que "uno de nuestros ambiciosos planes es multiplicar por diez nuestra presencia en el mercado, y Amadeus era el único socio tecnológico capaz de proporcionarnos esta solución".

# La venta directa 'online' de proveedores turísticos aumenta a pasos agigantados

Los hoteles crecen por segundo año consecutivo por encima del 40%

Las ventas directas efectuadas a través de Internet por parte de hoteles, compañías aéreas y empresas de transporte terrestre de viajeros crecen a doble dígito en el

conjunto de 2016. Esta tendencia contrasta con el retroceso del 3,5% experimentado por las agencias de viajes online en el mismo año.

La creciente apuesta de los proveedores turísticos por la venta directa *online* da sus frutos. Los establecimientos hoteleros protagonizan el mayor crecimiento en los dos últimos años. Según los datos recabados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), su cifra de negocio asciende a 788,8 millones de euros en el global de 2016. Se trata de un incremento del 44,7% en comparación con los 545 millones que facturaron en 2015, cuando también experimentaron un notable crecimiento del 47,9%.

### Las aerolíneas, en cabeza

Las compañías aéreas son los proveedores turísticos que más aprovechan sus canales de venta directa online. Cierran 2016 con un vo-

lumen de negocio de 2.820,4 millones de euros, lo que supone un incremento del 11,3% en comparación con los 2.533,1 millones de 2015, ejercicio en el que también experimentaron un repunte interanual del 13,9%. Las empresas de transporte terrestre de viajeros, por su parte, protagonizan un crecimiento del 20,4% en 2016, con una cifra de negocio de 1.006,4 millones de euros. Un año antes sus ventas subieron un 9,5%, hasta los 835,9 millones.

El comportamiento de estos tres subsectores turísticos contrasta con el frenazo sufrido por las agencias de viajes *online* (OTAs) 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%. Esta tendencia difiere de los espectaculares crecimientos que



En el aéreo sube más de un 11%.

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.

# La perfilación de clientes, potenciada con tecnologías que rastrean las redes sociales, es algo más que real en la actualidad, según Trivago

La tecnología puede servir para ofrecer estancias hoteleras personalizadas destaca un estudio del 'portal'

Trivago ha presentado este verano las cuatro tendencias tecnológicas que revolucionarán la industria hotelera. Éstas no solo afectarán a los "hoteles tecnológicos", sino a todo establecimiento que quiera "resultar competitivo en la industria turística y hotelera actual", subrayan.

La tecnología puede servir, por ejemplo, para ofrecer estancias hoteleras personalizadas según los gustos y las necesidades de cada huésped. Con esto se potencia la fidelización de los clientes mucho más que ofreciendo estancias iguales a todos.

La perfilación de clientes, potenciada con tecnologías que rastrean las redes sociales, es algo más que real en la actualidad. Según Trivago, las redes sociales están ayudando a los hoteles a saber qué restaurantes recomendar, qué ofertas especiales promocionar y qué actividades locales proponer, antes incluso de que los huéspedes lleguen al establecimiento.

La capacidad de atrapar el máximo de reservas directas con una presencia *online* firme y un motor de reserva competitivo es, quizá, la prioridad número uno en la industria hotelera. Los metabuscadores están demostrando ser un soporte fundamental para los hoteles y se podría decir que también el canal publicitario más importante para aumentar su visibilidad *online*.

### Gestión en la nube

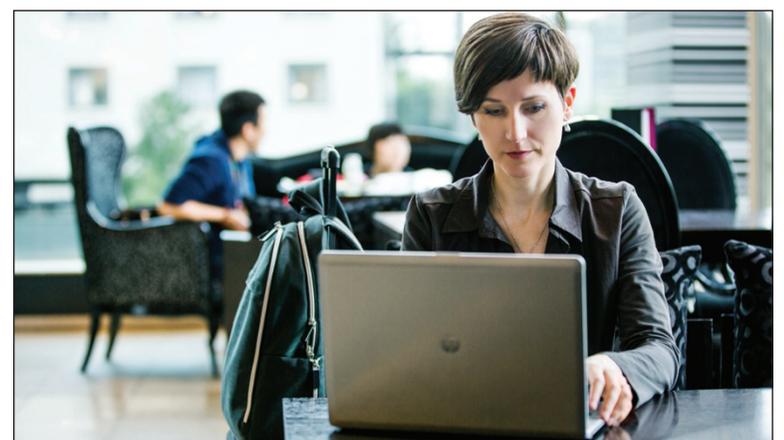
Otra gran tendencia es el desplazamiento de los sistemas de gestión hotelera hacia la nube. Los avances de la tecnología en la nube han logrado que resulte más asequible e intuitiva, lo que ha conllevado una democratización real de los sistemas de gestión hotelera.

Por eso, los hoteles independientes ya no tienen que depender, como antes, de unas opciones poco prácticas y accesibles únicamente

dentro del propio hotel. Ahora, tanto los hoteles tecnológicos como los más tradicionales están reubicando su gestión hotelera en la nube, algo que está impulsando la eficiencia de sus operaciones diarias.

Los sistemas de gestión hotelera en la nube son fáciles de usar y se puede acceder a ellos desde prácticamente cualquier lugar. Son la mejor opción para aquellos hoteleros que quieren automatizar y optimizar su actividad diaria, mejorar sus servicios, minimizar su impacto ecológico, ahorrar tiempo y dinero, y romper las cadenas que los atan al escritorio. En otras palabras, son la opción ideal para prácticamente cualquier hotelero.

El análisis de grandes bancos de datos, también llamado "big data", es también clave en el sector hotelero. Los datos son lo que permite a los hoteles captar la atención de los viajeros, posicionarse estraté-



Los metabuscadores se han convertido en un soporte fundamental.

gicamente y establecer tarifas competitivas a lo largo del año. En definitiva, son lo que les garantiza "una existencia próspera y longeva", aseguran desde Trivago.

Pero unos datos inaccesibles o sin procesar resultan prácticamen-

te inútiles. Por eso, estas soluciones tecnológicas capaces de extraer los datos relevantes de las profundidades de Internet para luego transformarlos en análisis claros y completos representan un auténtico tesoro para los hoteleros.



**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](http://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***

# MOSTRADOR



Norwegian opera un nuevo 787-8 Dreamliner

## Norwegian opera nueva ruta directa de Barcelona a Miami

Norwegian ya tiene operativa una nueva ruta que une Barcelona y Estados Unidos. La compañía vuela desde el segundo de los dos Boeing 787-8 Dreamliner que estará basado de manera permanente en El Prat. Este avión no solo permitirá operar la ruta a Miami sino también incrementar el número de frecuencias semanales en los otros tres vuelos. En lo que respecta al itinerario entre El Prat y Fort Lauderdale (Miami), opera con dos frecuencias semanales, todos los martes y sábados y pasará a tener una tercera

frecuencia para la temporada de invierno, desde el 28 de octubre.

Los vuelos en las cuatro rutas están ya disponibles hasta mediados de agosto de 2018, es decir, a un año vista. Entre el 5 de junio de 2017 (fecha de inicio de sus vuelos de largo radio en El Prat) y mediados de agosto de 2018, Norwegian habrá operado más de 391.000 plazas entre la ciudad catalana y Estados Unidos. En el pasado, la aerolínea ha tenido una ocupación del 90% en los vuelos al país americano.

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

## Kuoni propone para este otoño viajes a Maldivas y Mauricio

Son ocho destinos con precios muy variados, desde los 1.090 a los 2.610 euros

La agencia Kuoni pone a disposición de sus clientes cuatro hoteles en las islas Maldivas y otros cuatros en Mauricio por nueve noches. Con el vuelo incluido,

la oferta abarca todas las posibles preferencias de los clientes, con estancias que van desde el régimen de 'todo incluido' al de alojamiento y desayuno.

Kuoni ha presentado su oferta para la temporada de otoño a las islas Maldivas y Mauricio. La propuesta de la agencia se concreta en ocho lujosos hoteles ubicados en estos destinos, por lo que los 'paquetes' incluyen los vuelos en clase turista, los traslados desde el aeropuerto, seguros de asistencia y documentación y los regímenes del hotel en el régimen que se especifique en cada uno de ellos. Las tasas excluyen el suplemento de carburante, de unos 400 euros.

Para las islas de Maldivas, la agencia oferta vuelos con Turkish Airlines a cuatro destinos. Con régimen de 'todo incluido', aloja en el cuatro estrellas Adaaran Select Hudhuranfushi durante nueve días y seis noches por un precio que va desde los 1.800 euros. Para los turistas que prefieran un régimen de alojamiento y desayuno cuenta con los hoteles Kurumba Maldives



Kuoni ofrece estancias en cuatro hoteles de Maldivas.

desde los 1.825 euros y el Lux South Ari Atoll, ambos de cinco estrellas, o el Reethi Beach Resort, de cuatro. Todos con salidas desde Madrid, Barcelona, Málaga, Bilbao y Valencia hasta el 22 de octubre.

Para las islas Mauricio, Kuoni ofrece salidas diarias desde Bilbao, Madrid y Barcelona hasta el 21 de

diciembre con Air France y estancia de nueve días y seis noches. Los hoteles disponibles son el Long Beach Golf & Spa Resort y Sugar Beach Golf & Spa Resort, desde los 1.185 y 1.090 euros. Y el Ambre Resort & Spa y el Trou Aux Biches Resort & Spa, por 1.130 y 1.685.

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

## Renfe y Parques Reunidos sacan a la venta un 'paquete' de tren+ocio a Parque Warner

Los billetes se venden en las máquinas autoventa de Cercanías y en la web de la compañía ferroviaria

El Parque Warner fomentará sus visitas gracias a un acuerdo de su propietaria, Parques Reunidos, con Renfe, para ofrecer una entrada

combinada de billete de cercanías y de entrada a este parque de atracciones. Además, amplía la posibilidad del 'paquete' de Tren+Ocio con

la opción de adquirir desde la página web de Renfe el billete de Ave, Larga o Media Distancia desde cualquier punto de España.

Renfe y Parques Reunidos han llegado a un acuerdo para ofrecer un 'paquete' de Tren+Ocio al Parque Warner de Madrid. Esta oferta conjunta incluye el billete de tren de Cercanías Madrid de ida y vuelta, desde cualquier origen hasta la estación de Atocha, más el traslado en autobús desde esta estación hasta el parque, así como la entrada al centro de ocio.

Esta oferta, que tiene un precio de 33 euros, puede adquirirse en todas las máquinas autoventa de Cercanías Madrid. Además, también se puede comprar en la web de Renfe en el apartado de RenfeViajes, esto tiene un precio de salida de 30 euros, a lo que hay que sumar el precio del tren desde el lugar de origen que se desee.

Los horarios de los autobuses que saldrán desde Atocha todos los días, entre el viernes 14 de julio al domingo de 10 de septiembre

(con salida de la parada de autobuses discrecionales de la calle Méndez Álvaro, en la estación de Atocha) serán a las 10:30, 11:30 y 12:30 horas. El regreso desde el parque en San Martín de la Vega, a las 21:00, 22:00 y 23:00 horas. De cara al futuro, las dos empresas se plantean ampliar los horarios dependiendo de la demanda.

### Compra anticipada

Además dentro de esta oferta de Tren+Ocio los clientes también pueden adquirir en RenfeViajes, a un precio con importantes descuentos, el 'pack' incluyendo el billete de tren en Ave, Larga o Media Distancia hasta Madrid. El precio de este billete depende de la anticipación con la que se compra y el punto del que se salga.

En el Parque Warner se puede disfrutar de todo un parque temá-



Presentación oficial del 'paquete' de Tren+Ocio al Parque Warner.

tico con montañas rusas como la de Tom y Jerry, el área Gotham City y diferentes atracciones, en las que pasar una jornada de ocio junto a personajes infantiles como Bugs Bunny, Piolín o Silvestre.

Renfe y Parques Reunidos esperan ampliar esta oferta, exten-

diéndola a otros atractivos de Madrid y otras ciudades de similar forma. Entre los lugares que se plantean cubrir en un futuro está el Zoo Aquarium, el Parque de Atracciones de Madrid o al resto de parques de España.

✉ [www.renfe.es](http://www.renfe.es)



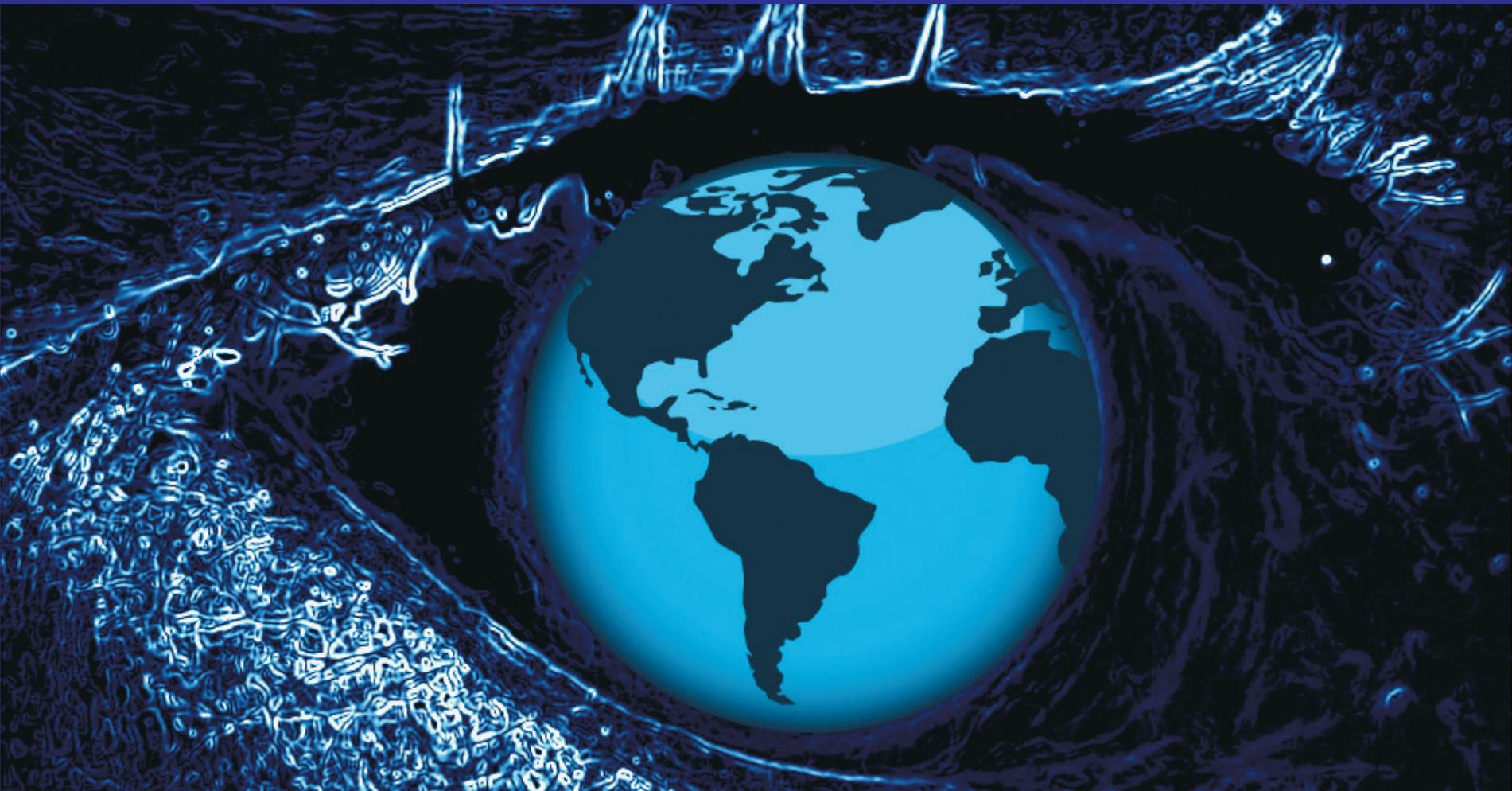
España crece como destino para España.

## Beijing Airlines unirá Madrid con Qingdao

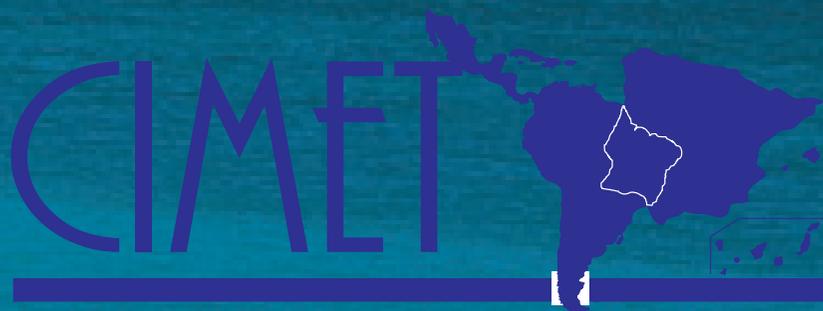
A partir del 31 de octubre, la aerolínea Beijing Capital Airlines unirá la ciudad china de Qingdao con Madrid en una ruta directa. Este nuevo vuelo será operado por un Airbus 330-200, con tres frecuencias por semana. Todos los martes, jueves y sábados saldrá de Madrid a las 23:55 horas, mientras que la ruta contraria, desde Qingdao, se hará a las 14:25 estos mismos días.

Este itinerario amplía la conexión a otros destinos internacionales desde la capital española, ya que en el hub de Qingdao se pueden hacer trasbordos a destinos como Melbourne. En los últimos meses, España está aumentando su conectividad con el país asiático.

✉ [www.beijingcapitalairlines.es](http://www.beijingcapitalairlines.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



# Hurtigruten recorre de nuevo este otoño los fiordos noruegos en un crucero con un total de 34 paradas

El itinerario de Kirkenes a Bergen está disponible desde 1.108 euros por persona, con pensión completa y tasas incluidas

La ruta 'Rumbo Norte' es la propuesta de Hurtigruten para los meses de otoño para viajar por fiordos noruegos recorriendo alguna de las ciudades más bellas del país y que al-

bergan varios monumentos declarados Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, como Bergen o Bryggen. La historia y la cultura del país impregnarán tanto los puertos de destino

como el recorrido en el crucero. Además, el crucerista puede completar a su gusto el recorrido con una amplia oferta de excursiones opcionales para los gustos más variados.

Hurtigruten, la empresa crucerista noruega especializada en rutas por los fiordos de ese país, ya ha comenzado la temporada de otoño. Con días algo más cortos y temperaturas más suaves que en la época de verano, los meses de septiembre a diciembre se caracterizan por los brillantes colores, tonalidades rojas, naranjas, amarillas en un paisaje donde la pureza del aire se une con las primeras nevadas y un infinito juego de colores. Por eso, el grupo ofrece ahora la ruta 'Rumbo Norte'.

El itinerario, con un total de 34 paradas, comienza en Bergen, ciudad declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, junto con Hammerfest, la ciudad más septentrional de Europa. En Bergen, punto de partida del Expreso del Litoral, el pasajero de Hurtigruten descubrirá una ciudad única llena de historia y cultura, con variedad de museos y sitios de interés como el Muelle (Bryggen), uno

de los barrios europeos más conocidos de la Edad Media y que figura en la lista de la Unesco sobre los monumentos culturales mundiales más dignos de conservación. Además, por quinto año consecutivo, durante septiembre y octubre, Hurtigruten recorrerá Hjørundfjord, una maravilla natural de 35 km de longitud y el gran atractivo de la temporada otoñal en Noruega.

## Cultura noruega

El precio por una Cabina I2 por cada viajero está disponible desde los 1.108 euros. Es la llamada 'Tarifa Select', que incluye las tasas portuarias y la pensión completa, pero no las bebidas a bordo. Además, el crucero oferta amplio abanico de excursiones opcionales, el viajero podrá descubrir en Ålesund, uno de los mayores acuarios del norte de Europa y ascender al monte Aksla para contemplar las bellas

vistas de la ciudad. En Trondheim se incluye la visita al aire libre a la isla/museo de Munkholmen, a tan solo dos kilómetros de la ciudad, conocida también por su famosa catedral de Nidaros, centro de las ceremonias de coronación de los reyes noruegos. En Ørnes, se abrirá ante los ojos del huésped el espectáculo natural del bello glaciar Svarfisen, el segundo más grande de Noruega en extensión, que también tendrá la oportunidad de realizar un recorrido a través de la historia hasta la lejana época vikinga.

Acercarse a la población local, descubrir su cultura y aprender sus formas de vida ancestrales es otro de los puntos fuertes del viaje. Los pasajeros podrán conocer desde dentro el otoño sami y aprender cómo la población local se prepara para vivir en el largo y crudo invierno del Ártico cosechando, almacenando alimentos, cazando y pescando en su estilo tradicional.



El crucero de Hurtigruten en ruta por los fiordos noruegos.

A bordo, el pasajero también podrá degustar la gastronomía local en cubierta como la carne de reno, o las bayas, ya que es la estación de recolección de este fruto. La música también formará parte de Hurti-

gruten en otoño en todas sus facetas: tanto en sus barcos como en algunos de los puertos de parada. La música sami, típica de Noruega, estará presente en todo el recorrido.

✉ [www.hurtigrutenspain.com](http://www.hurtigrutenspain.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**

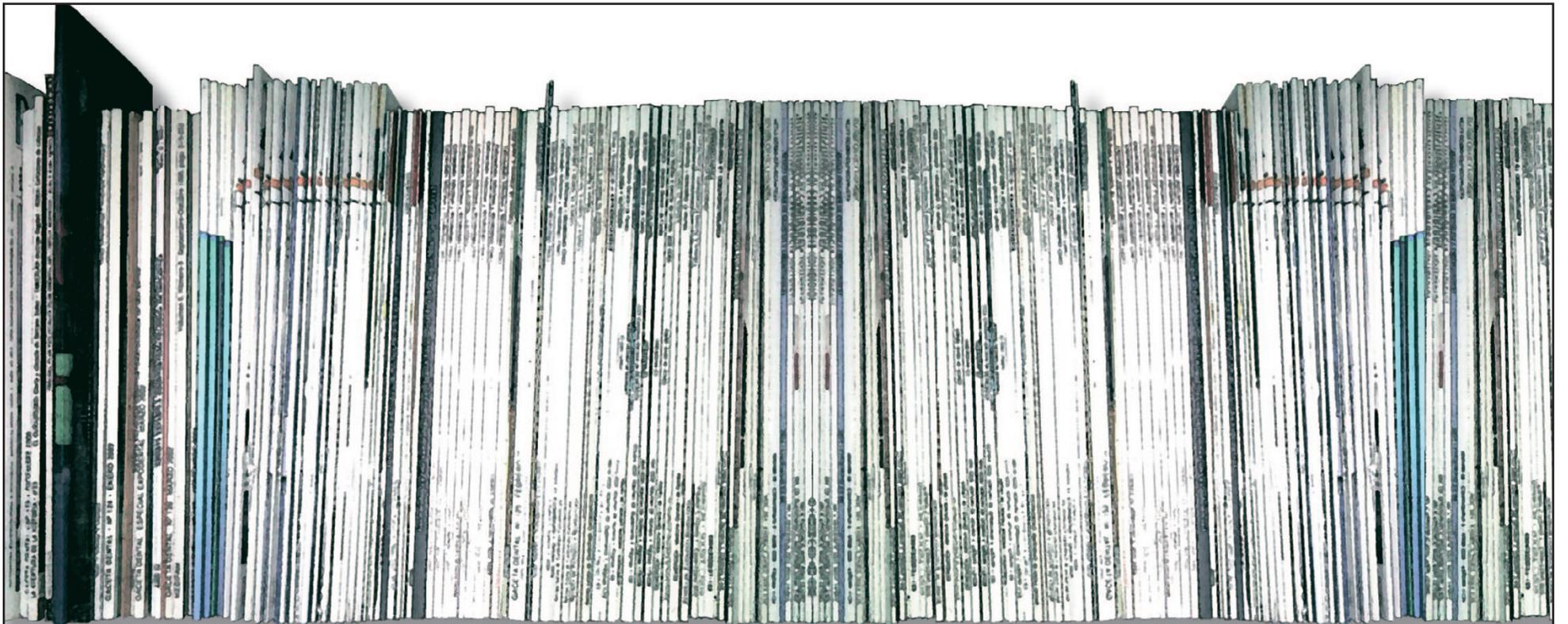
☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13/28014 Madrid

E-mail: [atencion-clientes@nexotur.com](mailto:atencion-clientes@nexotur.com) / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid



**De Profesional a Profesional**



# Transferencia del conocimiento

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

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

# publicaciones profesionales y generales

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

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

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

**FIPP**

Federación Internacional de Prensa Periódica

**FAEP**

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



**Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas**

## ■ CLUB NEXOTUR

# Descuentos de hasta el 30% en los hoteles de la cadena Accor

Accor Hoteles ofrece a los agentes miembros del Club NEXOTUR un descuento del 30% sobre tarifa oficial. La cadena hotelera dispone en la actualidad de más de 1.600 establecimientos

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

en todo el mundo, con marcas de referencia como Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio. Más información y reservas en [www.travelagencies.accorhotels.com](http://www.travelagencies.accorhotels.com).

## ■ FAM TRIP



Participantes en un viaje de familiarización por la isla.

## Mallorca acogerá un fam trip tras IBTM

El Mallorca Convention Bureau (MCB) tiene previsto organizar un viaje de familiarización destinado a organizadores de reuniones y eventos que vayan a asistir a la próxima edición de la feria IBTM World, que tendrá lugar en Barcelona del 28 al 30 de noviembre de 2017. Brindará la oportunidad a los participantes de conocer in situ las ventajas que ofrece la isla.

# Air Europa iniciará el próximo 30 de octubre los vuelos entre las islas Canarias

Las rutas se activarán progresivamente y se operarán más de 30 vuelos diarios

Con el objetivo de fortalecer y reforzar su presencia en Canarias, Air Europa iniciará el próximo 30 de octubre su operativa interislas, un proyecto que se irá ejecutando en el plazo de un año con el aumento progresivo de frecuencias y la incorporación de nuevas rutas. La primera fase del proyecto, con el que la división aérea de Globalia favorece y aumenta la movilidad de residentes y ciudadanos, consiste en la puesta en marcha desde finales de octubre de los vuelos entre Las Palmas de Gran Canaria y Tenerife Norte; entre Las Palmas y Fuerteventura y entre Las Palmas y Lanzarote.



### Implementación por fases

Posteriormente, iniciará una segunda fase que, de acuerdo a las previsiones, entrará en vigor en marzo de 2018, e incluirá un aumento de frecuencias de las rutas ya activadas en el momento inicial y la incorporación de una adicional entre Tenerife Norte y La Palma. Esta última contará con siete vuelos de lunes a viernes; cinco los

Inicialmente conectará Las Palmas con Tenerife, Fuerteventura y Lanzarote.

sábados y seis los domingos. La tercera y última fase se iniciará en octubre del próximo ejercicio y se centrará fundamentalmente en la apertura de conexiones entre Tenerife y Lanzarote; Tenerife y Fuerteventura; y Tenerife y El Hierro, respectivamente. También se

llevará a cabo un incremento de dos nuevas frecuencias entre Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria. Una vez Air Europa haya completado la implantación de sus vuelos interislas, operará más de 30 vuelos diarios.

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

# Expertos en Consultoría de Transporte por Carretera

## De Profesional a Profesional



Solicite Información, pre-Estudio y datos sobre Ayudas y Subvenciones a [direccion-tecnica@nexopublic.net](mailto:direccion-tecnica@nexopublic.net)

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

# Nexopublic

CONSULTING

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



# El Sector ha cambiado y la Información también

**Concurso  
MISS CATALUÑA**  
PATROCINADO POR  
**Laurendor**  
CON AUTORIZACION DEL  
MINISTERIO DE  
INFORMACION Y TURISMO



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

PREMIOS EN OBJETOS  
CONSISTENTES EN  
JOYAS, MUEBLES, RELOJES DE ORO, RADIOS, MAQUINAS  
FOTOGRAFICAS, ETC. POR UN VALOR GLOBAL DE  
**UN MILLON DE PESETAS**  
SOLICITE EN SU PERFUMERIA LAS BASES DE ESTE SENSACIONAL CONCURSO

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



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

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



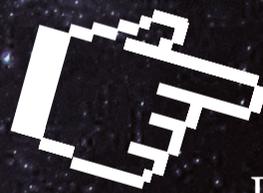
El MICE, producto clave en Comunidad Valenciana



La política turística de Málaga da resultado en 2016



Oviedo Congresos incorpora a nuevas empresas asociadas



**Date de alta  
en Conexo.net**

Diario *online* de Congresos,  
Reuniones e Incentivos

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

# CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00  
 📠 91 369 18 39

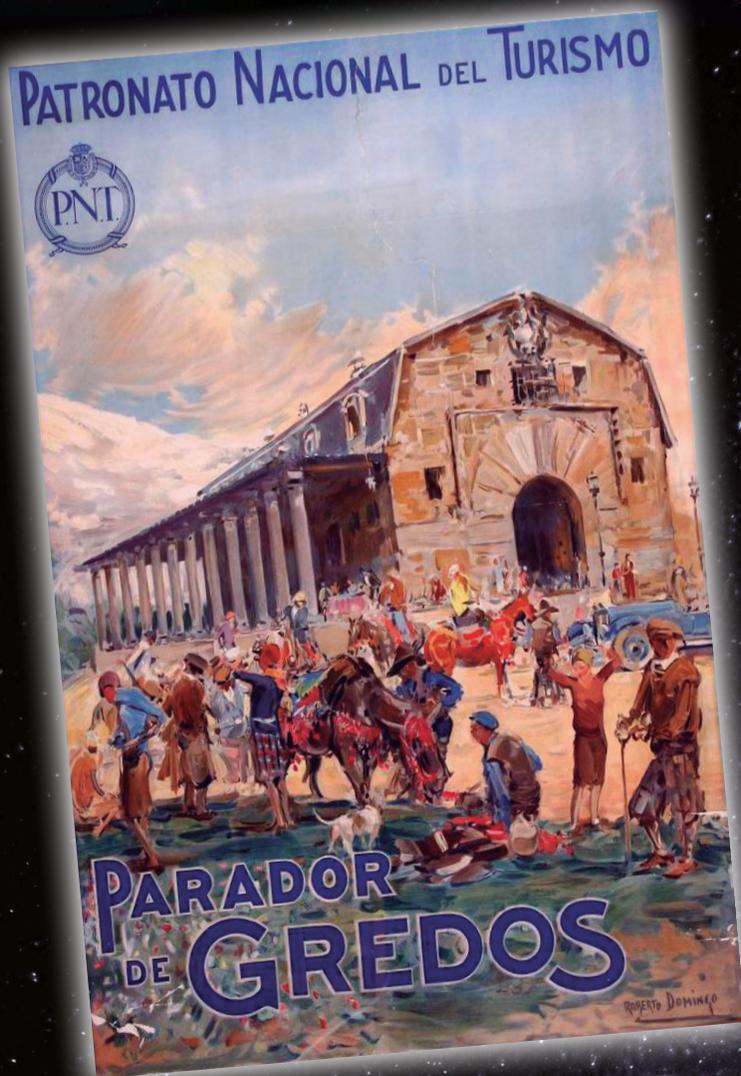
Lope de Vega, 13  
 28014 Madrid

## EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

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



# El Sector ha cambiado y la Información también



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

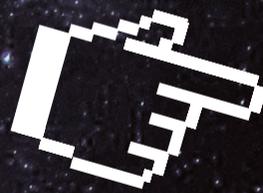
**Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo**  
El Hotel Semáforo de Fisterra acaba de abrir sus puertas en el Faro de Finisterre, el segundo punto más visitado de Galicia y que ahora se rehabilita para ser un hotel restaurante "de ensueño".

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

**Los destinos existosos a finales de 2016**

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

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



**Date de alta en  
Nexohotel.com**

Diario *online* de Hotelería

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

# HOTELERÍA

## Gasto extra por la 'última habitación disponible', con un salto del 5% al 11%

Un 44% de los hoteles cobra un extra por incluir una cláusula de última habitación disponible

"Las tarifas de última habitación disponible han sido el estándar de oro para los acuerdos hoteleros desde la década de los 80 y nunca nadie había cues-

tionado realmente este hecho" desata el director de Soluciones de Hotel de CWT, Eric Jongeling. "No obstante, ahora las hemos analizado en detalle

y parece que el oro ha perdido parte de su brillo", subraya. Así un informe muestra diferencias de entre un 5% y un 11% en algunos mercados.

La división de consultoría de Carlson Wagonlit Travel, CWT Solutions Group, ha publicado este verano un informe en el que se evidencia la existencia de un salto de un 5% entre el valor percibido de las tarifas de última habitación disponible y el real. "Esto puede traducirse en pérdidas anuales millonarias para las empresas debido a una percepción errónea del valor de las tarifas de última habitación disponible", han destacado desde CWT.

Como ejemplo, han señalado que en una empresa con un gasto en sus hoteles preferentes de 20 millones de dólares estadounidenses, esto podría representar cerca de un millón de dólares de gasto extra.

"Las tarifas de última habitación disponible han sido el estándar de oro para los acuerdos hoteleros desde la década de los 80 y nunca nadie

había cuestionado realmente este hecho. No obstante, ahora las hemos analizado en detalle y parece que el oro ha perdido parte de su brillo", ha señalado Eric Jongeling, director de Soluciones de Hotel. "Nuestro informe muestra diferencias de entre un 5% y un 11% en algunos mercados, de ahí que los gestores de viajes deban tener esto en cuenta al negociar tarifas globales", ha añadido.

### Algunos datos importantes

El informe, para el que se analizaron 7.300 reservas de hotel realizadas en 2016 en 97 países, refleja que un 44% de los hoteles cobra un extra por incluir una cláusula de última habitación disponible; que existe un 12% de probabilidades de que un viajero no pueda beneficiarse de la tarifa negociada, incluso si esta



Se han analizado 7.300 reservas de hotel en 2016 en 97 países.

de última habitación disponible; que si una empresa puede elegir entre varios hoteles en un determinado mercado, esto invalida la necesidad de incluir una cláusula de

última habitación disponible; y que el valor percibido difiere considerablemente entre los hoteles *premium* y los económicos, así como entre las ciudades.

## Bluesock Hostels llegará a Madrid y Lisboa el próximo año 2018

La marca Bluesock Hostels del Grupo Carrís ha anunciado este verano que inaugurará sus establecimientos de Lisboa y Madrid a lo largo del primer semestre de 2018. La línea para *millennials* del grupo hotelero va a comenzar a expandir por diversas ciudades de Europa el modelo de *hostel premium* inaugurado con el Bluesock Hostels Oporto. Esta ciudad portuguesa será la base para la puesta en marcha durante el primer semestre del año que viene de los establecimientos en Madrid y Lisboa.

En ambos casos, los inmuebles elegidos se encuentran estratégicamente situados en pleno centro de la ciudad. En concreto, en la capital de España se situará en el número 6 de la Gran Vía. El emplazamiento elegido para el *hostel* madrileño, que tendrá una capacidad de más de 250 habitaciones, responde a la filosofía de la cadena. Está situado en el corazón de la ciudad, a escasos metros de un lugar tan emblemático como la Plaza de la Cibeles.

### En pleno centro de la ciudad

Su emplazamiento permite que desde él se pueda llegar "sin te-



Bluesock Hostels Oporto

ner que recurrir a ningún tipo de transporte privado o público a zonas tan turísticas como la Puerta del Sol, la Plaza Mayor y el Palacio Real o museos de fama internacional como El Prado y el Thyssen-Bornemisza", recuerdan desde la cadena hotelera.

Por su parte, el *hostel* de Lisboa estará situado en un moderno edificio. Este establecimiento de 300 plazas estará, eso sí, ubicado en pleno centro de la capital portuguesa, en las inmediaciones de la emblemática Avenida. Liberdade, una vía arbolada con un ancho de 90 metros inspirada en los Campos Elíseos de París.

### ■ PRODUCTO

Iberostar abre su segundo establecimiento en Estados Unidos en Miami Beach

Iberostar Hotels & Resorts abre en Miami Beach su segundo hotel en Estados Unidos. Ubicado en un edificio histórico, la cadena lo reformó a través de una inversión de 43 millones de dólares. Este nuevo hotel de cuatro estrellas está ubicado en el 1610 Collins Avenue, en pleno corazón de South Beach. El Iberostar Berkeley cuenta con 96 habitaciones totalmente reformadas entre las que se incluyen 20 premier con terraza, un solárium con vistas a la Avenida Collins y el restaurante de autor BLT Steak para desayunos, almuerzos y cenas. Este hotel *pet-friendly*, cuenta además con una sala de *fitness*, entre otras instalaciones.

TripAdvisor premia a 175 hoteles de Meliá con el Certificado de Excelencia

Meliá Hotels International está de enhorabuena. 175 hoteles de la cadena han recibido el Certificado de Excelencia TripAdvisor este verano. Para la firma hotelera se trata de una cifra que "acredita la experiencia positiva y satisfacción de miles de clientes en los hoteles del grupo". Como aseguró el vicepresidente y CEO de Meliá Hotels International, Gabriel Escarrer, "estamos realizando un esfuerzo muy importante para posicionar nuestras marcas apostando por la diferenciación, la experiencia del cliente y la personalización del servicio; atributos muy demandados entre los perfiles de viajeros actuales".

El Gran Hotel Miramar de Hoteles Santos reconocido por Condé Nast Traveler

El Gran Hotel Miramar de Hoteles Santos ha sido incluido por Condé Nast Traveler en su lista Hot List anual de mejores hoteles en los cinco continentes. Así, 90 años después de su inauguración, a cargo de Alfonso XIII, y 50 años tras su clausura en 1967, el Gran Hotel Miramar de Málaga ha reabierto sus puertas a los huéspedes como primer cinco estrellas gran lujo de la ciudad y claro referente del Turismo de calidad en Andalucía y España. Así lo ha reconocido la publicación Condé Nast Traveler, que ha incluido al establecimiento en su Hot List anual, en la que propone un recorrido por los cinco continentes a través de una selección de los hoteles más significativos en todo el mundo.



La totalidad de sus hoteles los opera ya en régimen de alquiler.

## B&B Hotels facturó 13 millones de euros en el primer semestre

En el primer semestre del año B&B Hotels ha facturado 13 millones de euros, en parte "gracias a los 20 hoteles que ya operan en España" y por seguir "fiel a su filosofía" como destacan desde el grupo hotelero. Otro hitos que han ayudado al despegue de la cadena hotelera han sido la adquisición de Sidorme Hotels en octubre de 2016, junto con la apertura de nuevos hoteles como el B&B Hotel Puerta del Sol en Madrid y el B&B Hotel Vigo, que han impulsado las ventas.

Este incremento ha provocado a su vez un aumento del 18% en el resultado operativo de los hoteles (GOP) de la cadena. Esto ha permitido al grupo hotelero multiplicar por 15 el EBITDA obtenido en el

mismo periodo de 2016, hasta alcanzar los 3,4 millones de euros.

B&B Hotels ha obtenido además una mejora del REVPAR del 57%, habiendo incrementado tanto la ocupación (OCC) un 45%, como el precio medio (ADR) en un 9%. Además, en este primer semestre del año, la cadena hotelera ha vendido ocho hoteles que tenía en propiedad al fondo francés CORUM AM, de forma que la totalidad de sus hoteles los opera en régimen de alquiler. Como explica el director general de España y Portugal del Grupo B&B HOTELS, Jairo González, "se trata de un excelente comienzo para este primer semestre de 2017, que pretendemos mejorar todavía más al finalizar el año".

# AEHM: El auge de las viviendas de alquiler de uso turístico sin regular como causa de la 'turismofobia'

La asociación señala a la expansión del número de pisos turísticos sin regular y al aumento del volumen de viajeros

"No tenemos la menor duda de que si hay algo que genera la congestión de los destinos es el crecimiento descontrolado de la oferta ilegal de vivien-

das con los problemas que de ellos se deriva, como la gentrificación en los barrios céntricos de Madrid o el incremento de los precios de las vivien-

das", apuntaban desde la AEHM este verano. Para la asociación el aumento de esta oferta ilegal responde a la ausencia de una normativa eficaz.

La Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) se ha posicionado este verano ante lo que llamó "el crecimiento descontrolado de las viviendas de alquiler de uso turístico (VUT) sin regular". Para la AEHM esta situación ha sido la principal causante de la 'turistificación' de los destinos y de impulsar la 'turismofobia' en grandes ciudades.

El sector ha vinculado este rechazo "extremo" que se está manifestando en ciudades como Barcelona con la expansión del número de pisos turísticos sin regular y con un aumento del volumen de viajeros, que cada vez hacen más uso de las plataformas P2P. Desde la AEHM han asegurado que estas plataformas "permiten a los propietarios de viviendas de alquiler publicar su anuncio de manera indiscriminada, independientemente de que sean legales o no, ya que no se les exige ningún requisito".

"No tenemos la menor duda de que si hay algo que genera la congestión de los destinos es el crecimiento descontrolado de la oferta

ilegal de viviendas con los problemas que de ellos se deriva, como la gentrificación en los barrios céntricos de Madrid o el incremento de los precios de las viviendas", apuntaron desde la AEHM.

## Ausencia normativa

Así, la asociación ha querido recordar que el sector, además de fomentar la actividad económica de la región, cumple con el Plan de Ordenación Urbana, está sujeto a más de 400 normas, supera los estándares de calidad mínimos exigidos, cumplen con las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y dinamizan el comercio local.

Para la AEHM, el aumento de esta oferta ilegal responde a la ausencia de una normativa eficaz; una regulación que viene reclamando el sector desde hace más de un año y medio a la Comunidad de Madrid (CAM), organismo competente en esta materia. En este sentido, la asociación ha tachado de "regresiva" la memoria del nuevo decreto elabora-



El aumento de esta oferta ilegal responde a la falta de una normativa eficaz.

do por Cristina Cifuentes hace unas semanas al considerar que es mucho más permisivo que el de 2014, aunque a día de hoy confían en que sus peticiones sean tenidas en cuenta. De esta manera, han criticado que las viviendas de alquiler de uso turístico son las causantes del incre-

mento del empleo precario e ilegal en la gran mayoría de los casos.

La AEHM ha informado de que el número de plazas en viviendas de alquiler de uso turístico sin registrar supera a las legales algo que, a su juicio, atenta contra la sostenibilidad del destino e impulsa la turismofobia.

## Las pernoctaciones extrahoteleras en julio se acercan a los 21 millones

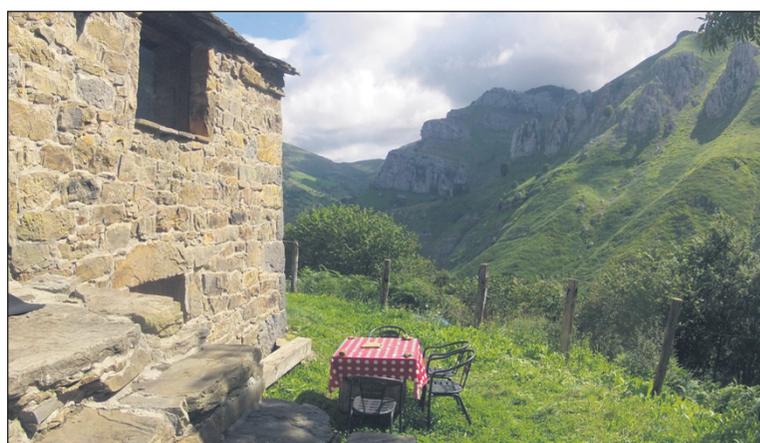
Se incrementan más de un 5%, con un aumento del 6% de las de residentes

Las noches en alojamientos extrahoteleros —como apartamentos, *campings*, alojamientos de turismo rural y albergues— superaron los 20,9 millones en julio, un 5,4% más que en el mismo mes de 2016. Las pernoctaciones de residentes aumentan un 6% y las de no residentes un 4,9%.

En el segmento de los apartamentos turísticos, las noches crecieron un 4% en julio impulsadas por las de los residentes, que crecieron un 6,1%, frenando la bajada del 3,1% de no residentes. La duración de la estancia en apartamentos ha sido de 6,5 noches, un 1,5% menos que en julio de 2016.

Canarias ha sido el destino preferido en apartamentos, con más de tres millones de pernoctaciones, y un aumento del 0,4% respecto a julio de 2016. Islas Baleares alcanzó la mayor ocupación, con el 87% de los apartamentos ofertados.

Las noches en *campings* también han crecido en julio a un ritmo del 6,8%. Las de residentes aumentan un 6,6% y las de no residentes un 7,1%. Durante julio se han ocupado el 47,7% de las parcelas ofertadas, un 3,7% más que en el mismo mes de 2016. El grado de ocupación por parcelas en fin de semana ha alcanzado el 51,6%, con un aumento anual del 3,1%.



Las pernoctaciones de no residentes crecen un 4,9%.

Las pernoctaciones en alojamientos de Turismo rural presentan un aumento anual del 7,6% en julio. Las de residentes han subido un 3,8% y las de no residentes un 16,8%. En los alojamientos de Turismo rural se ocupan el 29,5% de las plazas, con un aumento del 3,2% respecto a julio de 2016. El grado de ocupación en fin de semana se sitúa en el 42,4%, con una subida anual del 11,1%.

Por Comunidades, el Principado de Asturias es el destino preferido, con 200.402 pernoctaciones, un 12,1% más que en julio de 2016. Islas Baleares es la Comunidad que alcanza el mayor gra-

do de ocupación, con el 63,7% de las plazas ofertadas. Respecto a los albergues, estos registraron en julio un aumento anual del 5,7%, subiendo un 5,1% las de residentes y un 7,4% las de no residentes.

En cuanto a los precios del sector, el Índice de Precios de Apartamentos Turísticos (IPAP) aumentó un 6,9% respecto a julio de 2016, mientras que el Índice de Precios de Campings (IPAC) se incrementó un 1,3% en tasa anual. Respecto al Índice de Precios de Alojamientos de Turismo Rural (IPTR), éste registró un incremento del 3,1% en julio.

## Los precios de los hoteles en septiembre serán mucho más bajos

Septiembre será "una opción asequible" según un análisis realizado por TripAdvisor. Basándose en datos de comparación de precios de los últimos 30 días, el 'portal' observa que las tarifas de los hoteles españoles bajan en septiembre frente a agosto. De media, los hoteles españoles son un 19% más baratos en septiembre que en agosto, llegando a bajar hasta un 43% en Cantabria. Durante el mes de agosto, la tarifa media por noche en España es de 191 euros, mientras que en septiembre la tarifa media por noche será de 154 euros.

Algunos de los destinos preferidos para el verano son las islas españolas y los destinos mediterráneos, según el Informe de Tendencias de Verano, realizado por TripAdvisor en junio de 2017. Baleares y Canarias ambas muestran una bajada en los precios de los hoteles en septiembre, de hasta un 30% en Baleares y de un 19% en las Islas Canarias. En otras regiones con turismo de playa como la Región de Murcia, Comunidad Valenciana y Andalucía, los precios bajarán un 30%, 25% y un 13%, respectivamente.

## PRODUCTO

Internos Global Investors ha comprado el Vincci Selección Posada del Patio

El fondo europeo de inversión inmobiliaria Internos Global Investors ha adquirido este verano el Hotel Vincci Selección Posada del Patio, en Málaga, por 26,75 millones de euros. El hotel, uno de los dos únicos de categoría cinco estrellas que existen en Málaga ciudad, dispone de 106 habitaciones, 17 de ellas suites, así como de zona de desayunos, restaurante y bar, cuatro salas de reuniones, piscina en la azotea, gimnasio, biblioteca y un espectacular patio, todo repartido en una superficie total aproximada de 11.300 metros cuadrados distribuidos en siete plantas, incluyendo dos plantas bajo rasante. El hotel destaca por su "riqueza cultural y artística", al disponer de parte de los restos de la antigua muralla árabe de la ciudad.

TUI Alemania premia a 25 establecimientos RIU por ser sostenibles

TUI Alemania ha galardonado con el premio 'Campeón Medioambiental 2017' (TUI Umwelt Champion) a 25 hoteles de la cadena RIU ubicados en España y Portugal, México y Marruecos. Los premios se conceden a alojamientos que destacan por su "compromiso con el medioambiente y la sostenibilidad". Desde su primera edición en 1996, la misión principal de los TUI Umwelt Champion ha sido reconocer a aquellos hoteles que mejor cumplen los requisitos técnicos y de organización en relación a una gestión hotelera sostenible y responsable, por ejemplo con medidas de ahorro en energía y agua. Los hoteles galardonados están sujetos a un método de valoración por puntos por parte de auditores oficiales.

Ibiza lanza campaña para 'concienciar' a los turistas sobre el alquiler

El Consell D'Eivissa quiere concienciar a los turistas de la importancia que tiene el Turismo para la isla. Por eso han instado este verano a los visitantes de la isla que reserven el alojamiento a través de "proveedores reglados y de confianza" a través de una campaña pública. En esta situación, el Consell d'Eivissa reconoce que no tiene competencias en la regulación de los precios de los alojamientos. No obstante, manifestó esta semana su "rechazo al intrusismo y a la oferta ilegal del alquiler del alojamiento en la isla". Por este motivo, por segundo año consecutivo, el Consell pone en marcha una nueva campaña dirigida a paliar la proliferación de este tipo de prácticas y a velar por el cumplimiento de la ley vigente.

# BOOKING

## NEXOTUR

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

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

### Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	☎ 902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	☎ 902-355444/968-355444 Fax 902-355443
TUI SPAIN Mesena, 22, 2º MADRID	☎ 91-7597125 info@tuispain.com
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	☎ 91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	☎ 93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	☎ 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Morería, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputació, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 358358/91-7244777 Fax 91-6549947
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	☎ 93-425.30.66 Fax 93.425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5422071
HVALATRAVEL.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
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	☎ 902-361926 Fax 93-4827131

NIZA TOURS-VIAJES NIZA Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4º MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	☎ 91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	☎ 91-5612373 Fax 91-5614242
PAISAJESTRANSVIA TOURS Albacete, 19 VALENCIA	☎ 96-3414400 Fax 96-3423777
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	☎ 91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	☎ 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	☎ 91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA	☎ 93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID	☎ 91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	☎ 96-3944625 Fax 96-3942381
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	☎ 91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Vía, 81 2º BILBAO	☎ 902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164102/91-7242422 Fax 91-6239817
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 Ordas, 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 Diputación, 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	☎ 91-7545602 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](http://www.mesoneroromanos.com)

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

**POSITIVO FRANCÉS NATIVO ANGLORICANO: GLOBISH SPANISH COACH**

**Busqueda activa de EMPLEO**

Excelente **PROFESOR** Management y Marketing **ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE** Suiza ("La primera del mundo")

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

**GARANTIZO RESULTADOS GRATIS 1ª hora**

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



"La información profesional que me interesa está en CONEXO"

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

# CONEXO

INCENTIVO &

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

MARZO 1999  
NUMERO 12 / II AÑO

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

100/249

250/499  
PARTICIPANTES

+ 1.000  
PARTICIPANTES

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

DEPTO. PUBLICIDAD  
Lópe de Vega, 13  
28014 Madrid

91 369 41 00  
(16 LINEAS)

91 369 18 39

grupo@nexo.es

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

# Incatgur actualiza el diseño de su página sobre los Picos de Europa

Incatgur presenta una nueva versión *responsive* de su web que, actualizando su diseño, mantiene la información sobre todo tipo de actividades relacionadas con el Turismo en la comarca de Picos de Europa, pero sin ningún tipo de gestión de reservas.



www.picosdeeuropa.com

La Asociación de Empresarios de Picos de Europa (Incatgur) presenta una nueva versión de su web en la que moderniza su diseño, ahora válido para todo tipo de terminales, manteniendo la información sobre los atractivos y servicios relacionados con el turismo en esta comarca asturiana, incluyendo su descripción y la de su entorno y un formulario para solicitud de información, con solo su dirección de correo y el enlace con su web para reservar. Por otro lado, solo ofrece una versión en castellano, sin las versiones parciales en otros siete idiomas que había en la anterior.

## INFORMACIÓN

Desde el área de empresas y desde un buscador en la primera pantalla se accede a la relación y un mapa de situación de sus establecimientos asociados por tipo de empresa y lugar. Ha ampliado sensiblemente la descripción de las características del seleccionado.

## RESERVA

Mantiene en la primera pantalla el formulario para solicitar una reserva genérica, pero no aparece el que existía en la ficha del alojamiento en la versión anterior. También ofrece las formas de contacto con el establecimiento y el enlace con su web cuando existe.

## GENERAL

La página mantiene la información sobre Incatgur y sus objetivos y asociados, además de una descripción muy completa del Parque Nacional de los Picos de Europa, su plano, historia, cultura, todas las actividades turísticas que ofrece al viajero y una app para móviles.

### ▲ Lo Mejor / Información

Ofrece al viajero una información muy completa sobre la comarca, sus establecimientos y sus atractivos turísticos.

### ▼ Lo Peor / Reservas

Sólo ofrece un formulario para solicitar alojamientos. El resto de la gestión se debe hacer directamente con el establecimiento.

## INCATUR / Centrales

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de Incatgur, aunque no contempla ninguna gestión desde las agencias, puede resultar de un cierto interés para los profesionales de Turismo por el amplio conjunto de información que ofrece sobre la comarca, incluyendo el teléfono y el enlace con las páginas los proveedores.



# Nueva versión de la 'website' de Eslovaquia con poca información

Eslovaquia presenta una nueva versión *responsive* de su página de Turismo en la que mejora sensiblemente su diseño, pero que por el momento no ofrece ninguna información de interés sobre los atractivos y servicios turísticos que ofrece el país.



www.eslovaquia.sk

Dado que seguimos sin encontrar una página oficial de Turismo en Eslovaquia hemos analizado la nueva versión de www.eslovaquia.sk, creada por una persona de nombre español residente en ese país que ofrecía información en castellano sobre el país e incluía un amplio conjunto de sus temas de interés para un viajero en Eslovaquia que no aparece en esta versión, mientras sigue sin incluir ninguna referencia a alojamientos ni restaurantes. Ya solo ofrece sus servicios de guía en castellano en Eslovaquia para los turistas y en Sudamérica para grupos de eslovacos.

## INFORMACIÓN

La versión actual, a pesar de la mejora de su diseño, por el momento no incluye ninguna información sobre los atractivos turísticos en el país y ya no presenta el buscador de temas de interés para un viajero ni las limitadas descripciones que existía en la versión anterior.

## RESERVA

Sigue sin ofrecer información sobre alojamientos ni otros servicios turísticos en Eslovaquia ni ningún tipo de gestión de reservas y, sorprendentemente, ha sustituido las ofertas de paquetes de viajes en el país, por algún anuncio no traducido de muy difícil comprensión.

## GENERAL

Esta versión no incluye la información sobre costumbres, economía y sociedad en el país que ofrecía la anterior ni el área dedicada a los eslovacos residentes en el extranjero. Ha añadido un blog con poca información por el momento y el enlace con su página en Facebook.

### ▲ Lo Mejor / Nuevo Diseño

Ha sustituido una página de diseño obsoleto por otra de presentación muy cuidada y válida para terminales móviles.

### ▼ Lo Peor / Información

No mantiene la limitada información de sus atractivos turísticos, y sigue sin la de servicios como hoteles o restaurantes.

## ESLOVAQUIA / Destinos

### Ponderación de los Valores

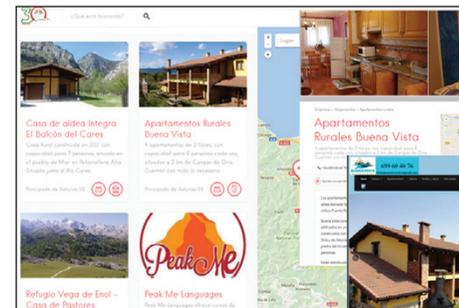
Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
10	% DEL PRODUCTO									
6	ACTUALIZACIÓN									
10	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	ENLACE CON OTROS PORTALES									
6	GESTIÓN ALOJAMIENTOS									
6	GESTIÓN TRANSPORTES									
4	GESTIÓN OTROS SERVICIOS									

## EVALUACION NEXOTUR.COM

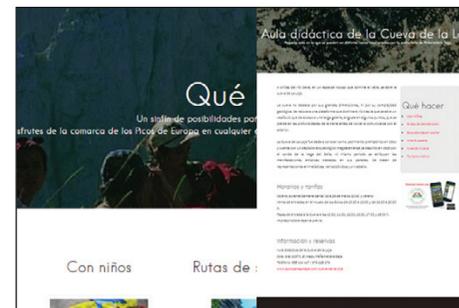
A pesar del desarrollo de una nueva versión de esta página de Turismo en Eslovaquia, mejorando su diseño —ahora válido para todo tipo de terminales—, resulta de muy poco interés para las agencias porque no incluye ninguna información sobre sus atractivos y servicios turísticos.



**Entrada /** En un nuevo formato, compatible para móviles, presenta el acceso a sus áreas de información y sus recomendaciones.



**Producto /** Desde un buscador por destino y tipo, presenta una relación con un mapa y una amplia descripción del seleccionado.



**Reserva /** Para la gestión de reservas ofrece un formulario, las formas de contacto con el establecimiento y el enlace con su web.



**Entrada /** Con un nuevo diseño, muy mejorado, mantiene el acceso a sus áreas de información general sobre Eslovaquia.



**Producto /** Por el momento no incluye información de sus atractivos turísticos, limitándose a ofrecer noticias y un blog.



**Reserva /** No incluye información sobre alojamientos u otros servicios excepto algunas empresas y viajes a otros países.

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

## Agencias y turoperadores suelen exigir una experiencia previa mínima de dos años

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

■ **Mapa Tours.** Madrid. El turoperador busca personal para su nuevo departamento de larga distancia, especializado principalmente en destinos de Asia y de América. Los requisitos imprescindibles son una experiencia mínima de dos años en departamento de reservas y cotizaciones de un turoperador o minorista especializada en este producto y conocimiento de Sabre o Amadeus. Se valorarán conocimientos del sistema Dometour.

■ **Divertia Smile Company.** Madrid. Esta agencia de viajes especializada en congresos busca una persona especializada en eventos corporativos. Quien sea seleccionado será el encargado de propuestas, elaboración de presupuestos, gestión y coordinación con proveedores, presentación de las propuestas, costes, facturación y relaciones con los clientes. Se requiere flexibilidad de horarios, disponibilidad para viajar y nivel alto de inglés.

■ **World Travel Bitakora S.A.** Madrid. El turoperador necesita la incorporación

inmediata de un agente de *booking* para este departamento de la empresa.

■ **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.

■ **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 los objetivos.

■ **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 de mañana.

■ **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 ofimática. El idioma japonés será valorable.

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Nueva 'web' de Paradores

↑ La nueva versión de la página de Paradores mantiene, con una presentación muy amigable, una completa **información** y gestión de reservas para usuarios y agencias, aunque ya no presenta los servicios de radio y televisión que ofrecía en la versión anterior.

↑ Es de gran **utilidad** para clientes y agencias de viajes.

↑ Dispone de un área especial para la **reserva** desde las agencias.



<http://www.paradores.es>

## Coches y furgonetas

↑ La nueva página de Alquimóvil, disponible desde todo tipo de terminales, mantiene la completa **información** de sus vehículos, tarifas y oficinas, y un sistema bien diseñado de gestión de reservas, de las que ahora permite su mantenimiento posterior.

⇒ Su **utilidad** está limitada por su escasa cobertura.

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



<http://www.alquimobil.com>

## Autocares en Galicia

↑ Arriva Noroeste presenta una nueva versión de su *web* en la que **informa** sobre los horarios y las tarifas de sus líneas de transporte regular en Galicia, mientras ofrece una información muy limitada y un formulario de consulta sobre sus servicios a medida.

⇒ Su **utilidad** está limitada por su escasa información.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece un formulario.



<http://www.arriva.es>

## Turismo Rural en España

↑ La nueva página *responsive* de Turismo Rural sigue enfocada a ofrecer la **descripción** de alojamientos rurales en Europa occidental y Sudamérica, aunque ha incluido, además del enlace con la *web* del establecimiento, un formulario de reserva.

⇒ Es una página de **utilidad**, aunque tiene una cobertura limitada.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece un formulario.



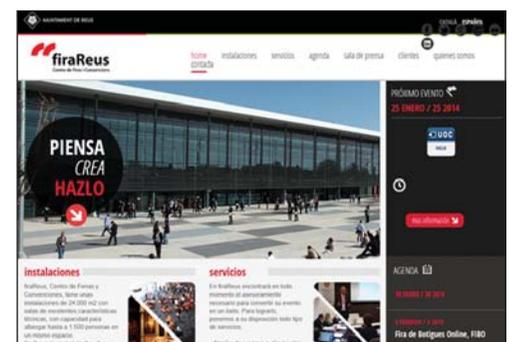
<http://www.turismorural.com>

## Congresos en Reus

↑ La nueva página de firaReus mantiene, con un nuevo diseño, la **información** sobre el centro y las características de sus espacios, incluyendo una nueva agenda de eventos, pero de sus servicios sigue ofreciendo sólo una relación y un formulario de consulta.

⇒ Su **utilidad** está limitada por la escasa información de sus servicios.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece un formulario.



<http://www.firareus.com>

## Turismo en Colombia

↑ Colombia vuelve a modificar su página oficial de Turismo para ajustar su diseño a las nuevas tendencias manteniendo gran parte de la **información** anterior, con una nueva estructura de accesos, aunque sigue sin una gestión de reservas de alojamientos.

⇒ Es una *web* de **utilidad** para viajeros y profesionales de Turismo.

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



<http://www.colombia.travel/es>

## LEGISLACIÓN

## Licitación

Adif

✓El Boletín Oficial del Estado publica el 3 de agosto de 2017 una resolución de la Entidad Pública Empresarial Administrador de Infraestructuras Ferroviarias, por la que se anuncia la licitación del contrato de servicios de agencia de viajes de Adif y Adif-Alta Velocidad, en régimen de pedido abierto. El límite para la obtención de la documentación e información es el 15 de septiembre, con número de expediente 2.17/03112.0017. El plazo de ejecución es de 12 meses y admite una prórroga de otros 12 meses. El presupuesto base de licitación es de 3.575.000 euros (importe total) y el valor estimado es de 6,5 millones.

✓El Boletín Oficial de la Junta de Andalucía publica, con fecha de 21 de agosto de 2017, la cancelación de la inscripción en el Registro de Turismo de Andalucía de las agencias Moraymar y Viajes Solidarios S.L., según la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento.

Boletín Oficial del Estado  
www.boe.es

## CURSO

## Seguridad en los pagos de hoteles

HackHotel ayuda a hoteleros a manejar la información bancaria

Una de las grandes preocupaciones del sector hotelero y sus trabajadores es el buen manejo de la información bancaria y financiera que manejan de sus clientes. Algo que se ha ido incrementando en los últimos años, con métodos de pago más rápidos, a distancia, y que en muchas ocasiones se hacen a través de intermediarios *online*. Por ello, el primer Congreso Nacional sobre Seguridad Hotelera, que tendrá lugar los próximos diez y 11 de octubre en Santa Cruz de Tenerife, aborda este y otros muchos temas relacionados con la seguridad. Está organizado por diversas entidades públicas y privadas relacionadas tanto con el sector hotelero como con la segu-

ridad; la empresa S21sec, Policía Nacional, Guardia Civil, Fiscalía, la Confederación, Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y el Ayuntamiento de Tenerife.

La conferencia central, '¿Podemos estar seguros?: Métodos de pago', será impartida por el experto Alexis Alonso en el auditorio Inés Jiménez (de la fotografía). Alonso señala la importancia de que la facilitación del pago a los clientes no interfiera con la seguridad de los mismos. Asimismo, la clausura del evento será llevado a cabo por Xabier Mitxelena, fundador y vicepresidente del Consejo de Administración de S21sec.



## LIBROS

## Antropología del Turismo actual

'El viaje imposible. El Turismo y sus imágenes'. Gedisa

El autor del libro, Marc Auge, estudia el comportamiento de los viajeros y muestra cómo hoy en día ya no se buscan realidades nuevas, algo que es difícil de encontrar en un mundo tan global, sino escenarios codificados por distintas formas de ficción. "Con el ojo atentamente fijado en el objetivo de la cámara, en vez de contemplar la realidad, los turistas transforman un mundo en imágenes que está, él mismo, invadido por las imágenes", así describe el escritor el comportamiento de los turistas que si bien buscan "el viaje del descubrimiento", realizan viajes que se han convertido en la persecución de vivencias de realidades imaginarias previamente garantizadas. Es decir, que al viajar estamos tan condicionados por la información con la que contamos de antemano que, según el autor, es lo único que nos esperamos encontrar al llegar.

## CALENDARIO

## Turismo de naturaleza

●El 12 y 13 de septiembre la Asociación Panameña de Hoteles (Apatel), realiza la tercera edición del Congreso Regional de Hotelería y Turismo; que reunirá en Panamá a 12 conferencistas internacionales reconocidos en todo el mundo, cuyas conferencias apoyarán al desarrollo de la Región como un destino turístico innovador y competitivo.

●El cuarto Congreso Nature & Sports Euro'Meet (ENOS 2017), tendrá lugar del 27 al 29 de septiembre en la Seu d'Urgell, en la provincia de Tarragona. Se trata de la mayor convección sobre Turismo deportivo en la naturaleza y al aire libre de Europa. La ultramaratoniana Emma Roca es la responsable de abrir el congreso, una excelente oportunidad para organizar jornadas de trabajo, *workshops* y encuentros entre las asociaciones, las organizaciones, las federaciones de deportes, los agentes turísticos y otros grupos relacionados con el mundo de los deportes en el medio natural, para compartir sus diferentes estrategias.

**N** BOLSA DE TRABAJO  
*nexotur.com*

¿Necesita  
un profesional?

Ofertas y Demandas  
de Empleo para  
Profesionales de  
Agencias de Viajes

Cumplimente  
AHORA sus demandas  
y ofertas de empleo  
en tiempo real

¿Busca trabajo?

Inserte ahora sus ofertas y demandas

en Internet, en la web: [www.nexotur.com](http://www.nexotur.com)

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración

## SUBEN

### Akbar Al Baker



El Consejero Delegado de Qatar Airways, Akbar Al Baker, ha sido elegido presidente de la Junta de Gobernadores de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), entrando en el cargo en junio de 2018.

### Mark Okerstrom



El Consejo de Administración de Expedia ha aprobado el nombramiento de Mark Okerstrom como sucesor de Dara Khosrowshahi como presidente y consejero delegado. También se unirá a la Junta Directiva, en la que continuará Khosrowshahi.

### Boris Darceaux



Air France-KLM ha nombrado a Boris Darceaux nuevo director General para España y Portugal, en sustitución de Bruno Georgelin. Carceaux entró en la compañía en 1999 y ha desempeñado los puestos de director general en países clave como Bélgica y Luxemburgo.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Pablo Piñero	3
Entrevista / Mónica Figuerola	4
Escaparate	6-14
Gestión	15
Mostrador	17-21
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluonet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 4 AL 10 DE SEPTIEMBRE DE 2017



## LA SEMANA

### El Turismo representa el 13% del empleo en España

En el segundo trimestre de 2017 se alcanzó la cifra de 2.527.306 ocupados vinculados a las actividades turísticas, lo que supone un aumento interanual del 1,8% (44.322 empleados más). En un contexto global la economía española generó 512.300 ocupados adicionales respecto al mismo trimestre del año anterior, de los cuales el 8,7% fue fruto del Turismo. Los trabajadores del Sector Turístico representaron el 13,4% del empleo total en la economía española. En el segundo trimestre de 2017 aumentaron los asalariados un 4,1%. Por el contrario, los autónomos retrocedieron un 7,4%. Los mayores repuntes corresponden a La Rioja (+28,4%), Cataluña (+11,9%) y Galicia (+11,8%).



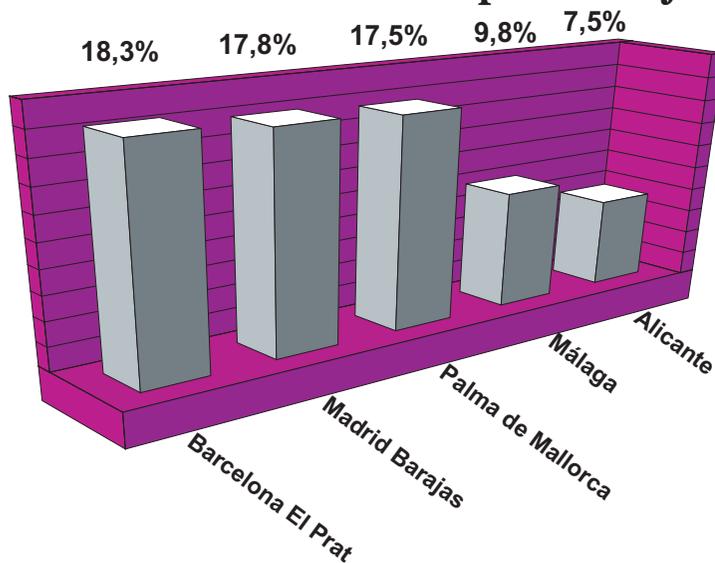
## INDICADOR DE EXPECTATIVAS

## COYUNTURA

### El Prat gana pasajeros con las 'low cost'

Las llegadas internacionales por vía aérea son muy diferentes según el tipo de aerolínea que escojan los pasajeros. Las de 'bajo coste' aterrizan, principalmente en el aeropuerto de Barcelona El Prat, mientras que las líneas tradicionales lo hacen en Madrid-Barajas. Además, mientras que en el primer tipo de compañía los británicos suponen más de la tercera parte de su mercado, en las tradicionales se reducen a menos de la mitad.

### Cuota de mercado de los aeropuertos en julio



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

© NEXOTUR

de las tres que se anotaron en junio, cuando Barcelona congregó el 19% de llegadas y Madrid el 18,7%.

Julio es, además, un buen mes para el aeropuerto de Palma de Mallorca, que, debido a ser un destino muy unido al Turismo de 'sol y playa' tiene un pico de actividad muy

alto en los meses de verano, pero baja de manera reseñable el resto del año. La ciudad balear completa el podio por tercer mes consecutivo, con un 17,5% y 1.792.427 llegadas, muy cerca de las de Madrid.

Los aeropuertos de Málaga y Alicante también repiten como el

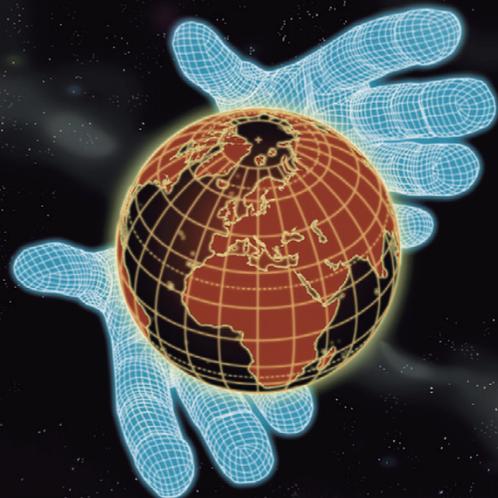
cuarto y quinto con más llegadas, con el 9,8% y el 7,5%, respectivamente. Siendo otro ejemplo de destinos que son más utilizados por aerolíneas de 'bajo coste' que por las tradicionales, y beneficiándose, por tanto, del incremento de las primeras en los meses de verano.

### Origen de los turistas

Si los aeropuertos de destinos varían según el tipo de compañía, el mercado de origen de los visitantes lo hace aún más. Así, el principal país emisor de turistas para España, Reino Unido (que acapara el 27,5% de las llegadas por vía aérea en julio), se decanta muy mayoritariamente por las compañías de 'bajo coste'. De hecho, los británicos suponen más del 37% de la cuota de mercado de estas líneas, mientras que si se miran los datos de las tradicionales caen a segunda posición, con el 15,7% del mercado.

A las llegadas desde Alemania les ocurre precisamente lo contrario. Son el primer país emisor de turistas que llegan en una compañía tradicional a España (21,3% del total de países), pero se quedan en tercer puesto en el ranking de las 'low cost', con un 11,2%. Y es que, además del mercado británico, en este segmento le supera el italiano, que supone el 11,4% del mercado de estas aerolíneas, a pesar de que en las tradicionales apenas supera el 4%, por debajo de Francia y Suiza.

También cabe destacar el aumento de Suecia como mercado emisor por vía aérea. Este país ha experimentado un crecimiento interanual del 18% en el séptimo mes del año.



## Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana en tu email

**NEXOTUR.com**

AGENCIAS DE VIAJES

Ciudadanos quiere hacer una Carta del Turismo Sostenible

La Proposición No de Ley del grupo Ciudadanos de la Asamblea de Madrid incluye cinco medidas para favorecer la sostenibilidad del Sector. Una de ellas es impulsar una conferencia mundial sobre este Turismo.

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?