



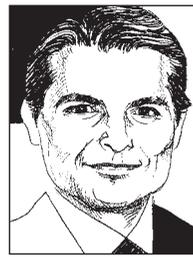
ÁLVARO NADAL
Modelo sostenible
PÁG. 8 / Nadal defiende ante la OCDE el modelo turístico español



ALEXANDRE DE JUNIAC
Una mejor regulación
PÁG. 7 / IATA pide un control más 'estricto' de las tasas aeroportuarias



JAVIER HIDALGO
Halcón digital
PÁG. 17 / Halcón Viajes estrena web con productos exclusivos



DAVID HERNÁNDEZ
La tienda más grande
PÁG. 7 / Pangea abrirá en 2018 un nuevo 'megastore' en Barcelona



MARTÍ SARRATE
Confianza en las agencias
PÁG. 10 / Las agencias venden más del 60% de los viajes vacacionales

CEAV alerta de las carencias del NDC y de la plataforma de Iberia

La decisión de Bruselas sobre los recargos de Lufthansa e IAG 'podría tardar años'

Para CEAV el NDC y la plataforma de reservas de Iberia "tiene grandes deficiencias". La Confederación considera que "no son un sustituto real del GDS,

al no disponer de la mayoría de las funcionalidades básicas imprescindibles requeridas para la comercialización del producto aéreo".



Javier Pascual dirige Aconfisa.

El SII repercute en la gestión de las agencias

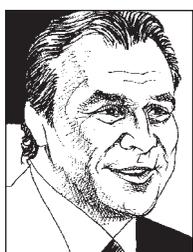
La implantación del Sistema Inmediato de Información (SII) ha traído problemas técnicos y comercial-administrativos. **Pág. 4**

Los pagos por Turismo aumentan más del 13%

Los pagos de los españoles para viajar al extranjero crecen un 13,3% hasta julio y se acercan a los 10.000 millones. **Pág. 12**

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

"Los canales que Iberia ofrece como alternativa al GDS, ya sea a través del New Distribution Capability (NDC) o de su plataforma de reservas, no son un sustituto real del GDS, al no disponer de la mayoría de las funcionalidades básicas imprescindibles requeridas para la comercialización del producto aéreo", aseguran desde CEAV. Así, la



Rafael Gallego

Lufthansa a los GDS. **Escapate en pág. 6**

Confederación carga con contundencia contra la nueva estrategia de distribución de Iberia, que se inicia el 1 de noviembre. Igualmente, Phocuswright advierte que Bruselas "podría tardar meses e incluso años antes de llegar a una conclusión" sobre los recargos de IAG y

Los 'default' se dispararon por la quiebra de Aquatravel

En 2016, la cifra de impagos de las agencias de viajes españolas a las compañías aéreas se ha disparado y roza los 993.000 euros, quintuplicando el de 2015. Aún así, solo representa el 0,021% de la producción generada. El cese de operaciones de Aquatravel es el principal responsable. En agosto de 2016, el grupo fundado por Jorge Lamirán dejó de pagar el BSP a la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) al romperse el acuerdo con Plus Ultra. Tras no lo-

grar un calendario de pagos más amplio se vio abocada en enero de 2017 al concurso voluntario de acreedores. A pesar de ello, Aquatravel intentó liquidar la deuda con las aerolíneas y del importe inicial de defaults en 2016 de casi 2,5 millones de euros, las aerolíneas recuperaron más de 1,4 millones. Así, 2015 es hasta ahora el mejor de la crisis económica en términos de impagos, ya que se cerró con un mínimo histórico de 181.000 euros adeudados. **Escapate en pág. 12**

Vueling estudia vender 'paquetes' en su portal

Sería la tercera 'low cost' en Europa que los oferta

"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", explica el director comercial de Vueling, David García. "Tenemos un equipo dedicado a la mejora continua de nuestros productos y nuestra oferta digital" y la venta de viajes combinados en su web es "algo que



David García

estamos considerando". En la actualidad, la low cost permite reservar a través de su página web hoteles y vehículos de alquiler. La primera en incorporarse al negocio de los 'paquetes' turísticos fue Ryanair con el lanzamiento en diciembre de 2016 de Ryanair Holidays. Le siguió Eurowings en marzo de 2017 con Eurowings Holidays. **Escapate en pág. 14**

Las plataformas digitales, en el punto de mira de Bruselas

El presidente del Parlamento Europeo, Antonio Tajani, se muestra muy crítico con las prácticas de Google, Airbnb y Uber. En su intervención en la Conferencia de Alto Nivel del Turismo, ha denunciado que algunas plataformas digitales que ofrecen servicios turísticos "operan en gran medida por encima o fuera de la ley", por lo



Antonio Tajani

que aboga por aplicar las "mismas reglas para todas las empresas". Respecto a la economía colaborativa, menciona a Airbnb y Uber, empresas que cotizan en bolsas de EE UU y a las que "no se les aplican" determinadas normas de seguridad y tributarias, lo que les da "una ventaja objetiva". **Escapate en pág. 12**

Puede de Diciembre
disfruta cada segundo
Del 2 al 11 Dic. 2017

<p>(desde) 1.315€ Salidas desde Madrid, Barcelona y Bilbao DEL 6 AL 10 DE DICIEMBRE</p>	<p>GRAN CRUCERO P. BAJOS</p>	<p>CRACOVIA 695€ (desde) Salida desde Asturias DEL 6 AL 10 DE DICIEMBRE</p>
<p>(desde) 1.200€ Salidas desde Madrid y Barcelona DEL 6 AL 10 DE DICIEMBRE</p>	<p>GRAN CRUCERO RHIN</p>	<p>ESLOVENIA 744€ (desde) Salida desde Madrid DEL 6 AL 10 DE DICIEMBRE</p>
<p>(desde) 1.348€ Salidas desde Madrid, Barcelona y Palma DEL 6 AL 10 DE DICIEMBRE</p>	<p>GRAN CRUCERO DANUBIO</p>	<p>CHIPRE 695€ (desde) Salidas desde Madrid y Barcelona DEL 6 AL 10 DE DICIEMBRE</p>

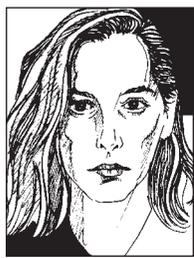
CON VISITA A MERCADILLOS NAVIDEÑOS

NOTA IMPORTANTE Los precios Incluyen: Aviación ida/ vuelta, Hoteles 3*, habitaciones dobles estándar, régimen según programa, traslados, Tasas aéreas y seguro. Consultar otras categorías de hoteles, itinerario detallado y salidas desde otros puntos. Condiciones generales en nuestros Folletos 2017. Plazas limitadas y sujetas a disponibilidad.

■ CLAVES

Alquiler turístico, ¿hemos avanzado?

ESTOS DÍAS SE ha reactivado la "polémica" sobre la regulación del alquiler turístico; y yo me pregunto, desde que en 2013, ya empezáramos a reflexionar sobre, probablemente, el conflicto más complejo al que se ha enfrentado la industria turística en los últimos tiempos, ¿hemos avanzado algo? Lamentablemente, creo que muy poco.



⇒ MÓNICA FIGUEROLA

En 2010 'Times' auguró que el "consumo colaborativo", sería una de las 10 ideas que cambiarían el mundo. Autores como Bostman y Rogers determinaban que la sociedad ya no quería poseer, sino acceder a los bienes. Los autores distinguían tres sistemas de consumo colaborativo. El sistema basado en el producto, el de redistribución y el de compartir estilos de vida. Lo que está claro es que en cualquiera de sus formatos, la "economía del acceso" se ha consolidado en el mundo como un tsunami imparable; abarcando todas las verticales de la industria.

En 2017 la *sharing economy*, representa un conjunto heterogéneo y cambiante de modos de producción y consumo por el que los agentes comparten, de forma innovadora, bienes y servicios infrutilizados, a cambio o no de un valor monetario, valiéndose para ello de plataformas sociales digitales y, en particular, de Internet. Sin embargo, nos encontramos con que ni la sociedad, ni el regulador, ni la clase política, es capaz de comprender estos nuevos modelos de negocio.

Modelos de negocio, lo suficientemente grandes y disruptivos como para que los reguladores, la administración, las empresas, la prensa y la 'Academia' lo asuman como una normalidad en la nueva era de la economía digital y sobre todo, lo regulen sin dilación con legislaciones coherentes, realistas, proporcionadas y de posible cumplimiento.

Debemos obligarnos a profundizar en la necesidad de cambiar procesos, equipos y fórmulas de regulación obsoletas, que forman parte del pasado y que deben ser imperiosamente revisadas, porque es un hecho que el turismo ha cambiado y que lo seguirá haciendo; pues lo que no cambia se estanca, y lo que se estanca se muere.

⇒ Mónica Figuerola es doctora en Turismo y profesora en la Universidad Nebrija.

La competitividad del Turismo depende en gran medida de las competencias y habilidades de su capital humano, de ahí que la actualización, la formación y capacitación del mismo sea dramático en estos momentos' señala el encargado de Desarrollo Sectorial de Turismo

TRIBUNA



⇒ RAFAEL MESA

Innovación, competitividad y habilidades digitales en Turismo

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL en la que estamos inmersos no consiste (sólo) en introducir la tecnología en los actuales procesos empresariales, sino, por el contrario, consiste en cambiar el paradigma que supone el realizar nuestras actividades en una realidad permanentemente conectada. No se trata (sólo) del uso adecuado de herramientas tecnológicas, sino una nueva manera de contemplar el servicio al cliente. Una nueva era de la industria turística se nos viene encima, el tránsito del Turismo digital al Turismo cognitivo es imparable, la inteligencia artificial se hace cargo de funciones que, hasta hace bien poco, no se concebía sino en manos de seres humanos, en muy poco tiempo hablar de "lo digital" será como preguntarle al pez por el agua, una obviedad innecesaria. En este momento ya no es suficiente con ser rápido en la reacción, es imprescindible saber responder correctamente.

La comunicación se vuelve incapaz de responder a las necesidades del servicio turístico, una vez que hemos descubierto que la información es rechazada por unilateral por parte de nuestros clientes, es necesario fomentar una constante, sostenida, atrayente y seductora conversación que nos permita colaborar y cooperar con nuestros clientes, en la búsqueda de sensaciones de compras. (Sólo) vender ya no es actividad lucrativa.

La innovación, las competencias digitales y la tecnología sólo ha de tener un único objetivo, y es el desarrollar la capacidad de poder descubrir, conocer, comprender y anticipar los deseos y las expectativas de nuestros clientes. Sabiendo que estar orientado al cliente no se trata de una dirección hacia dónde mirar sino un punto al que dirigimos y con todas nuestras energías.

En un reciente estudio realizado por la prestigiosa web especializada Site Minder denominado 'Global Hotel Business Index 2017' y estudiando las áreas donde los empresarios hoteleros piensan invertir sus presupuestos se desprende que las inversiones más altas se harán durante 2017 en Revenue Management (50%); Marketing Digital (web/SEO); Estrategias en redes Sociales (44%); Amenities y renovaciones de habitaciones (43%); Tecnología para reservas (37%) y Selección de per-

sonal y programas de formación (28%). Está claro dónde están las prioridades: precios, venta y producto, las personas pasan a un segundo plano. Sin embargo la competitividad del Turismo depende en gran medida de las compe-

Turismo del siglo XXI: hoteles y aerolíneas. El 39% de los hoteles son calificados por los turistas internacionales como "innovadores" frente al 8% de las compañías aéreas. En el 89% de los hoteles la calificación de prestaciones de servicios "físicos" fueron



tencias y habilidades de su capital humano, de ahí que la actualización, la formación y capacitación del mismo sea dramático en estos momentos, toda vez que los cambios en la

industria turística son disruptivos y constantes y requiere niveles cada vez más altos de habilidades y flexibilidad ante el cambio. Las empresas y su personal han de adaptarse a las nuevas tecnologías, las nuevas demandas

del mercado, a los cambios de comportamiento de los turistas y en definitiva a las nuevas expectativas de los clientes.

Necesitamos nuevas competencias digitales para un mundo permanentemente conectado, que hace que los viajeros cambien en el uso de las tecnologías en cuanto a su toma de decisiones, más del 85% de los turistas utilizan el *smartphone* para tomar decisiones que comprometen la experiencia del viaje, por ello las estrategias de los negocios turísticos deben tener el tamaño de las cinco pulgas de la pantalla del móvil.

En el estudio realizado por IBM International 'Travel Experience Index 2016' se desprenden datos que nos ayudan a comprender en qué situación están dos importantes actores del

más altas que las puntuaciones de interacción digital y el 25% de los hoteles obtuvieron puntuaciones sobre estrategias de móviles menor o igual a 40 en una escala de 100 puntos.

Está comprobado que la mayoría de los hoteles tienen un número muy alto de personal bien entrenado, amable y capacitado para apoyar a los viajeros, sin embargo éstos están poco satisfechos con sus experiencias digitales que reciben tanto en

sus interacciones a través de los sitios webs, como en las aplicaciones móviles o incluso en sus canales sociales y digitales, denotan falta de coordinación entre todos estos canales y no son fácilmente personalizables a las preferencias específicas de los huéspedes. Sin embargo estamos viviendo un momento muy emocionante en la industria del Turismo, el servicio al cliente está en plena revolución gracias a una tecnología innovadora sustentada en la aparición de los robots y el debut de la inteligencia artificial, mediante la introducción de las máquinas que aprenden "solas" (*machine learning*), tendencia que se está generalizando para todos los destinos y en todos los ámbitos de la industria.

En un ranking de disciplinas digitales investigado en el 2º Estudio de Competencias Digitales en la Empresa Española de ICEMD los directivos, tanto turísticos como de otras actividades empresariales, dan especial relevancia a Marketing Digital y al Comercio Electrónico, situando a la experiencia del cliente, el Internet de las cosas y la comunicación digital muy por debajo, y curiosamente el *big data* y la innovación son tan sólo el 7% y el 4% de la importancia para los encuestados. No cabe duda que la operatividad comercial y la búsqueda de los resultados a corto plazo sigue siendo la tónica de la mentalidad digital de nuestras empresas.

Recientemente España ha sido galardonado por 'The Travel & Tourism Competitiveness Index 2017 Ranking' del Foro Económico Mundial como el destino más competitivo del mundo por segunda vez consecutiva. Es una situación que nos anima a seguir profundizando en aquellas áreas que facilitan el que vivir una experiencia turística en España no sea tan sólo un lugar a visitar sino una oportunidad a descubrir. En definitiva, nos encontramos en medio de una economía digital que se apoya sobre columnas sólidas y muy importantes que están consiguiendo que la industria del Turismo sea totalmente diferente en los próximos cinco a diez

años. Mediante una aplicación digital del *marketing* estamos gestionando la experiencia del cliente utilizando la tecnología *wearable* y sobre todo el creciente Internet de las cosas (IOT).

La innovación, esa modificación

sustancial de lo conocido en la búsqueda de una nueva manera de conseguir lo mismo, está sustentada en acciones de *big data*, esto es, la explotación inteligente de la información que voluntariamente estamos facilitando a las organizaciones a través de todas las interacciones digitales de nuestras redes conectadas. La web y la *app* móvil ya no son lugares donde "vamos" sino espacios desde donde "no salimos", impactados constantemente con la comunicación y la publicidad digital que revestida de información y comparativa de opciones canalizan con éxito un comercio electrónico cada vez más activo.

⇒ Rafael Mesa es encargado de Desarrollo Sectorial de Turismo en IMF Business School.

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), JOSEP MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), ILEANA SARRIAS (CIMET Y FUTURALIA), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR)
COLUMNISTAS: JULIO C. ABREU STAUD, ISABEL ALBERT PIÑOLÉ, DR. VENANCIO BOTE, ANTONIO CABALLOS, GONZALO GARCÍA, COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO, MANUEL FIGUEROLA PALOMO, ENRIQUE HERNÁEZ, JUAN CARLOS MAÑAS Y CLAUDIO MEFFERT
CONSEJO ASESOR (DIRECTORES): FRANCISCO VÁZQUEZ (CIMET), CLAUDIO MEFFERT (FUTURALIA) Y JULIO C. ABREU (NEXO BUSINESS)

NEXO
editores s.a.

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

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

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

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Cataluña y el Asociacionismo sectorial

EL ASOCIACIONISMO, AFECTADO. El conflicto catalán está entrando de lleno en el Turismo. Y no solo por la presión que soportan los hoteleros que alojan a fuerzas de seguridad del Estado o el cierre de monumentos como la Sagrada Familia por la huelga contra las cargas policiales, más la 'turismofobia', alentada por la CUP en el mes de agosto. El creciente enfrentamiento entre independentistas y los no partidarios está abriendo frentes también en nuestro Asociacionismo.

Así, mientras el vicepresidente ejecutivo de CEAV, el catalán Martí Sarrate, aseguraba que el referéndum ilegal no afectaba al Turismo y que la normalidad era absoluta en las reservas de las agencias, el presidente de la Confederación, Rafael Gallego, se hacía eco de la reducción del consumo, que ya estaba afectando tanto a la venta en agencias y receptivo como a la facturación del comercio y hostelería catalanas.

Lo más sorprendente de las manifestaciones de Sarrate es que calificó de "comentarios partidistas" los de quienes, como era el caso del presidente de los agentes de viajes, se limitaban a constatar una realidad: que las ventas y reservas se estaban viendo afectadas por la deriva independentista. Más chocante aún resulta que, por vez primera, el vicepresidente ejecutivo de la Confederación Española de Agencias pida a los partidos políticos que se unan para "echar a Rajoy", al tiempo que toma partido claramente por la independencia en Cataluña y critica el Estado de Derecho en España.

Sin entrar en política, pues no es ese nuestro objetivo, hemos de constatar que algo se ha roto en el Asociacionismo sectorial cuando, por vez primera, idearios políticos se

ponen por encima de los intereses empresariales, hasta el punto de negar lo evidente y romper la unidad sectorial.

Agentes de varias Asociaciones miembros de CEAV se han dirigido a este periódico para expresar su pesar e indignación porque la política invada el espacio sectorial.

No comprenden cómo es posible que el vicepresidente ejecutivo de una Confederación Española, cuyo sueldo pagan agentes de toda España, haga política y descalifique como partidistas aquellos comentarios que no coinciden con los suyos, mientras se posiciona frente al Gobierno de España y pide a los partidos que "echen a Rajoy" de la presidencia.

Situaciones como ésta están dándose incluso en una de las Reales Academias, en la que académicos de renombre han pedido la dimisión del presidente, catalán partidario de la independencia y, ante su negativa, han solicitado su baja como académicos, en un hecho sin precedentes.

Cabe recordar que la incorporación de ACAV a la Confederación Española exigió como *contrapartidas* el acceso del equipo humano de la Asociación catalana a la gestión de la Confederación, y la organización de las Jornadas Técnicas de CEAV, o la asunción de la revista, *workshop* y otras actividades de ACAVE. Asimismo, la representación internacional de España en ECTAA está cedida a la Confederación por la Asociación catalana.

En suma, que la Asociación catalana (que nunca ocultó su querencia nacionalista) manda en la gestión de la Confederación española. Y de aquellas aguas, estos lodos. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Los sucesos de Cataluña afectan al Turismo y, por vez primera, colocan las luchas partidarias por encima de los intereses sectoriales y afectan a la Confederación Española de Agencias de Viajes CEAV

▲ CHECK-IN / SALÓN TURNEXOMADRID

Foro sobre el SII en la agencia

El Foro NEXOTUR del Salón TurNexoMadrid se dedicará a analizar la implantación del Sistema Inmediato de Información (SII) por la Agencia Tributaria que trae de cabeza a numerosas agencias.

Uno de los más prestigiados fiscalistas españoles, Javier Pascual, director general de Aconfisa, asesoría especializada en agencias, "los problemas que se están encontrando para cumplir con el SII son técnicos, comerciales y administrativos".

Aunque solo afecta de forma directa a las sociedades que facturan más de seis millones de euros, la nueva obligación también tiene una repercusión indirecta en el resto de empresas, especialmente en las agencias, ya que los proveedores y clientes van a informar de las relaciones mantenidas con ellas y, por tanto, la Agencia Tributaria va a disponer de toda la información sobre sus operaciones y podrá comprobar la exacta correspondencia entre esta información y sus declaraciones tributarias.

A todo ello se dedicará monográficamente el Foro de TurNexoMadrid, que tendrá lugar el martes 14 de noviembre, a las 9 de la mañana, en el centro de convenciones del Hotel Mayorazgo, de Madrid, que contará con Javier Pascual como ponente, que contestará personalmente las dudas de los agentes.

Según revela Pascual, el SII "está afectando de forma particular a las agencias" debido a que "es un sector muy dinámico en el cual se realizan multitud de operaciones diferentes y a través de procedimientos diversos: intermediación o en nombre propio; productos sueltos o combinación de varios; clientes empresas o particulares; diferentes regímenes de IVA...

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Gabriel Escarrer

El presidente y fundador de Meliá International Hotels, uno de los hoteleros más prestigiados del mundo, está siendo el objetivo de un acoso institucional sin precedentes. Escarrer expresó su opinión sobre la tasa turística que planea



implantar el Gobierno de Baleares, que comparte la hotelería y el conjunto del Sector Turístico, a raíz de lo cual el Gobierno balear y la izquierda radical han multiplicado sus descalificaciones contra esta gloria nacional de la hotelería.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / DENUNCIA DE CEHAT

Chantaje a hoteleros catalanes

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) manifiesta su más enérgica y absoluta repulsa al "chantaje e intimidación sufridos por varios hoteles del Maresme, por parte de determinadas organizaciones y administraciones públicas", en una referencia implícita al acoso y expulsión de clientes alojados en los mismos, por ser estos agentes pertenecientes a los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado.

En consecuencia, la cúpula de la Hotelería en España exige "el cese de cualquier manifestación y actitud violenta sucedida en las inmediaciones de los mencionados hoteles". Asimismo, la Organización que preside el catalán Juan Molas solicita "una profunda reflexión por parte de las autoridades competentes" con el objetivo de volver "a la normalidad y a la concordia como base indispensable para la convivencia de todos los ciudadanos".

La reacción de la Confederación Hotelera se produce tras la incorporación del ministro de Turismo al *gabinete de crisis* creado por el Gobierno de España ante el acoso sufrido por miembros de la Policía y la Guardia Civil en Cataluña, tras las cargas policiales contra la celebración del referéndum ilegal del pasado domingo 1 de octubre.

El Sector Turístico está viéndose afectado por la situación que se vive en Cataluña y varios organizadores de congresos y de otros eventos están replanteándose su celebración en Barcelona, al igual que crece la preocupación de los turoperadores a corto y medio plazo, que ya expresaron a raíz de los actos vandálicos contra turistas.

Los problemas que se están encontrando las agencias para cumplir con el SII son de dos tipos: uno técnico y otro de carácter comercial y administrativo / La Agencia Tributaria va a disponer de más información sobre sus operaciones y podrá comprobar la correspondencia entre esta información y sus declaraciones / Lo que está claro es que supone un problema de gestión

«El SII está afectando de manera particular a las agencias de viajes»

Javier Pascual / Director general de Aconfisa

La implantación del Sistema Inmediato de Información (SII) por parte de la Agencia Tributaria, medida que se hizo efectiva el pasado 1 de julio, trae de cabeza a numerosas agencias. El director de Aconfisa, Javier Pascual, da su visión experta sobre esta cuestión a raíz de los problemas que han generado los cambios contenidos en la nueva normativa nacional.

P.- ¿En qué consiste el Sistema Inmediato de Información (SII)?

R.- Esta nueva obligación entró en vigor el pasado 1 de julio de 2017 y afecta a las empresas que facturan más de seis millones de euros. El SII consiste en informar a la Agencia Tributaria, a través de la plataforma habilitada al efecto, de todas las facturas que se emitan y se reciban, en un plazo determinado que es de ocho días hábiles hasta el 31 de diciembre de 2017 y cuatro días a partir de enero de 2018.

P.- ¿Cómo está afectando el SII a las agencias de viajes?

R.- El SII está afectando de forma particular a las agencias de viajes ya que es un sector muy dinámico en el cual se realizan multitud de operaciones diferentes y a través de procedimientos diversos: intermediación o en nombre propio; productos sueltos o combinación de varios; clientes empresas o particulares; diferentes regímenes de IVA, etc. También hay que tener en cuenta

que las agencias de viajes trabajan con proveedores extranjeros que tienen su propia legislación en materia mercantil y fiscal. Todo lo anteriormente expuesto ha ocasionado que en el Sector se hayan dado una serie de

prácticas, sobre todo en materia de facturación entre proveedores y agencias, y de éstas a sus clientes, que no siempre se atenían a las normas fiscales establecidas.

La Agencia Tributaria, supongo que por entender esta complejidad, ha tenido cierta condescendencia con el cumplimiento de las obligaciones formales, siempre y cuando pudiera revisar y entender la correcta liquidación de los impuestos. El SII, que supone un fino filtro de toda la información, impide esta condescendencia y obliga a ajustarse a las normas fiscales, sobre todo en materia de facturación.

Los problemas que se están encontrando las agencias para cumplir con el SII son de dos tipos: uno técnico, por la necesidad de adaptar sus programas de gestión, problema compartido con el resto de las empresas, y otro de carácter comercial y administrativo ya que hay que acoplar las operaciones realizadas a la normativa fiscal existente, siendo necesario

cambiar prácticas consolidadas en el Sector y que ya no sirven.

P.- En principio solo están obligadas a remitir la información cuatro días las empresas que facturen más de seis millones de euros. ¿Entonces por qué perjudica también a las que facturen menos de esta cantidad?

R.- De lo expuesto en la respuesta anterior se deduce la correspondiente a esta pregunta. Aunque no se esté obligado al SII, los proveedores y clientes van a informar de las relaciones mantenidas con la agencias de viajes y, por tanto, la Agencia Tributaria

va a disponer de más información sobre sus operaciones y podrá comprobar la correspondencia entre esta información y sus declaraciones. Igualmente, si los proveedores, la mayor parte de los cuales si están sometidos al SII, cambian la forma de relacionarse, en concreto de facturar, con la agencia de viajes, esto condiciona la forma en que esta tiene que facturar a su cliente y, por tanto, las declaraciones fiscales correspondientes.

P.- ¿Supone un gran perjuicio para las agencias este cambio normativo?

R.- Lo que está claro es que supone un problema de gestión, que resulte perjudicial o no económicamente hablando, dependerá de las soluciones que se impongan. Por ejemplo, muchas mayoristas están forzando a los minoristas a comprar por precios netos —Régimen Especial de Agencias de Viajes (REAV)— en lu-

gar de a comisión. Esto tiene múltiples implicaciones tanto desde el punto de vista de la responsabilidad como desde el del cálculo del volumen de operaciones, ya que si compramos a precios netos tenemos que vender en REAV lo que incrementa la facturación, que antes era la comisión y ahora el total del Precio del Venta al Público (PVP). Esto puede ocasionar que algunas agencias de viajes se vean incluidas en el futuro en el SII sin que haya aumentado su operativa. Esto también puede afectar al precio de los seguros de responsabilidad.



Otra implicación económica muy importante cuando se pasa de actuar como comisionista a trabajar a precios netos (REAV) es que, si el viaje está sujeto a IVA (dentro de la Unión Europea), no se puede trasponer una comisión del 10% si, por ejemplo, hay un descuento del 10%. Después de liquidar el IVA, la mayorista ganaría más con la segunda opción y la minorista menos. Es decir, hay que renegociar las condiciones.

P.- ¿Hay un cierto caos en el Sector de agencias? ¿Por qué?

R.- Efectivamente, se está produciendo un desconcierto en el Sector,

en primer lugar ocasionado por las prisas con que la Agencia Tributaria ha implantado el sistema. Realmente en tres o cuatro meses ha readaptado la normativa aplicable y ha intentado dar soluciones a los problemas sectoriales; ha publicado hasta siete versiones de lo que denomina preguntas frecuentes SII y hasta poco antes de su entrada en vigor no ha estado definida operativamente la plataforma informática.

P.- ¿Las Organizaciones empresariales del Sector han intentado frenar estos cambios?

R.- Aunque es cierto que han existido grupos de trabajo en los que han participado las Asociaciones profesionales del Sector, no se ha conseguido que se contemplen todas sus demandas y pienso que ha prevalecido la urgencia por la implantación. Con más tiempo se habrían encontrado mejores soluciones. Pero además de la responsabilidad de la administración tributaria, también es verdad que el Sector no ha conseguido unificar criterios. Los proveedores más importantes y poderosos han aplicado cambios unilaterales y que no siempre coinciden.

De nuevo, la agencia les ha llevado a buscar soluciones para sus problemas sin coordinarse con el resto del Sector. También hay que tener en cuenta que muchos operadores actúan desde fuera del Territorio de aplicación del IVA y, por tanto, no están sometidos a su regulación. La normativa del IVA en las agencias de viajes es terriblemente compleja incluso para los profesionales que nos dedicamos a ello, así que imagínense lo que supone para los agentes de viajes que necesitan de una operativa rápida y definida.

P.- ¿Qué servicio puede prestar Aconfisa a las empresas afectadas?

R.- En general podemos decir que una agencia de viajes debe de contar con la colaboración de una asesoría especializada por la complejidad de los diferentes regímenes de IVA que aplica, pero ahora con el SII esta especialización resulta imprescindible. Aconfisa, además de colaborar en el cumplimiento del resto de las obligaciones mercantiles, fiscales o laborales, puede suponer una ayuda importante en la adaptación al SII y a todos los cambios que se están produciendo y que hemos esbozado en las anteriores preguntas.

En concreto, podemos establecer cuál es la forma adecuada de realizar las operaciones de la agencia, sirviendo de interlocutor con las empresas que explotan los programas de gestión que hay en el mercado o con el propio departamento informático para aquellas que poseen un programa de gestión propio. Igualmente, podemos intermediar con los proveedores para establecer una forma de funcionar que resulte justa y conveniente. En definitiva, podemos defender sus intereses económicos y dar una seguridad jurídica a sus operaciones.

Las prisas con las que la Agencia Tributaria ha implantado el SII ha ocasionado un desconcierto

La normativa del IVA en las agencias es terriblemente compleja incluso para profesionales

El Sector no ha conseguido unificar criterios

Aunque es cierto que han existido grupos de trabajo en los que han participado las Asociaciones profesionales del Sector, no se ha conseguido que se contemplen todas sus demandas y pienso que ha prevalecido la urgencia por la implantación. Con más tiempo se habrían encontrado mejo-

res soluciones. Pero además de la responsabilidad de la administración tributaria, también es verdad que el Sector no ha conseguido unificar criterios. Los proveedores más importantes y poderosos han aplicado cambios unilaterales y que

no siempre coinciden. De nuevo, la urgencia les ha llevado a buscar soluciones para sus problemas sin coordinarse con el resto del Sector. También hay que tener en cuenta que muchos operadores actúan desde fuera del Territorio de aplica-



© JAVIER PASCUAL

ción del IVA y, por tanto, no están sometidos a su regulación. La normativa del IVA en las agencias de viajes es terriblemente compleja incluso para los profesionales que nos dedicamos a ello, así que imagínense lo que supone para los agentes de viajes que necesitan de una operativa rápida y definida.



Únete

Formar parte de una gran empresa nunca fue tan sencillo.

En Viajes Carrefour creemos en ti y tu negocio, por eso estaremos encantados de reunirnos contigo y analizar cuál es la mejor opción para potenciar tu negocio.

Ya son **más de 600 agencias** las que se benefician de nuestros modelos. No te quedes fuera y súmate a la opción que ha renovado las agencias de viajes y revolucionado el sector con las alternativas más **beneficiosas para el asociado.**

91 217 02 04
unete@carrefour.com
www.viajes.carrefour.es/franquicias



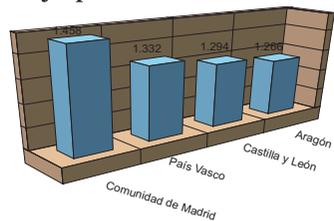
Viajes

ESCAPARATE

Aumentan los viajes al extranjero casi un 8%

Los españoles cada vez viajan más al extranjero. Han realizado en la primera mitad del año un total de 7,3 millones de viajes al extranjero, lo que supone un aumento interanual del 7,8%. **Pág. 22**

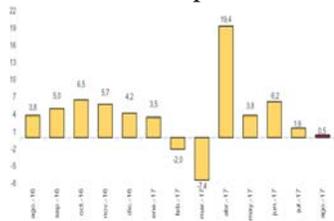
Viajes por cada 1.000 habitantes



Las pernoctaciones se estancan durante agosto

En agosto se han registrado 46,7 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros, tan solo un 0,5% más que en el mismo mes de 2016. Las de extranjeros crecen un 1,5% y las de residentes caen un 1,2%. **Pág. 25**

Tasa de variación de pernoctaciones



Más de diez millones de turistas este mes de agosto

España ha recibido en agosto 10,4 millones de turistas internacionales, un 4% más. En el acumulado del año la cifra asciende a 57,3 millones, un 9,9% por encima de los resultados de 2016. **Pág. 10**

PRONTUARIO

Tal y como vienen, se van (I)

Las autoridades de algunos destinos turísticos de éxito, 'chulitos' ellos, han decidido abanderar la 'turismofobia'. El resultado es que no hace mucho he visto en prensa una fotografía de un grafiti en el barrio de Sant Antoni barcelonés, donde se lee "guiri go home".

En esa ciudad y en algunas otras de nuestro país esto se demuestra poniendo pegas a la construcción de nuevos hoteles o a la

hora de modernizar de los existentes al parecer. Los obstáculos continúan en la circulación o aparcamiento de buses y otros vehículos turísticos, tasas y reglamentos enrevesados,

guías aficionados incontrolados, alquileres enloquecidos y muchos otros etcéteras, de los que todos los profesionales hablan, sin que casi nadie les escuche.

Mientras esas mismas autoridades son laxas con todo lo relativo a la llamada 'economía colaborativa', tras la que se ocultan a veces emporios situados fuera de nuestras fronteras, que es hacia donde se dirigen los beneficios e impuestos principales que ellas generan. Actividad que por otra parte atraen, digamos, a unos viajeros menos interesantes económicamente para los ingresos del país, pero que sí aumentan el número de las sacrosantas estadísticas, cuando se les puede contabilizar.

Pero mientras, cada uno a lo suyo. La política y la prensa en general que no necesariamente la española, hablan del peligro de la actividad, de lo temporal de sus puestos de trabajo, de las molestias de los ciudadanos, de la excesiva ocupación de calles, y espacios. ¡Ah!, y también se exhiben en sus queridísimos datos, para explicarnos que si van o vienen tantos de aquí o allá.

Antonio Caballos García es agente de viajes.

El NDC de Iberia y su plataforma de reservas 'son productos inacabados e ineficientes'

CEAV reitera su 'total oposición' a la nueva estrategia de distribución de International Airlines Group

CEAV avisa de las carencias del New Distribution Capability (NDC) de Iberia y de su plataforma de reservas. A menos de un mes de

que comience a aplicarse el recargo a las reservas vía GDS, la Confederación aclara que las nuevas opciones de reserva que ofrecerá la

aerolínea "no son un sustituto real del GDS". "Tiene grandes deficiencias, especialmente notables en los viajes corporativos", advierte.

CEAV carga con contundencia contra la nueva estrategia de distribución de Iberia, que verá la luz el próximo 1 de noviembre. A raíz de la información publicada por NEXOTUR sobre el retraso en el lanzamiento del 'portal' de reservas para profesionales por parte de International Airlines Group (IAG), la Confederación sostiene que el motivo del mismo es que "la compañía aérea no tiene preparada técnicamente su plataforma". Esta es su conclusión tras "los múltiples contactos mantenidos con Iberia y las respuestas dadas a las más de 30 cuestiones técnicas y operativas".

Según argumenta, "los canales que Iberia ofrece como alternativa al GDS, ya sea a través del New Distribution Capability (NDC) o de su plataforma de reservas, no son un sustituto real del GDS, al no disponer de la mayoría de las funcionalidades básicas imprescindibles requeridas para la comercialización del producto aéreo, tales como histórico PNR, descuentos a residentes, familia numerosa, perfiles, etc."

Grandes deficiencias

También afirma que el modelo NDC "tiene unas grandes deficiencias, especialmente notables en los viajes corporativos, sin ofrecer las funcionalidades necesarias para dar respuesta al modelo de negocio de las agencias y alejándose mucho de los modelos tecnológicos actuales". Por tanto, entiende que "supone un retroceso en el tiempo, en lugar de avanzar en el nivel de la prestación de servicios y eficiencia y en los niveles de productividad de nuestros equipos profesionales".

Para CEAV, tanto el NDC de Iberia como su plataforma de reservas "son productos inacabados e ineficientes". Además, advierte que "ni siquiera estarán disponibles con antelación suficiente para que las agencias puedan realizar, a su cos-

ta, los desarrollos necesarios ya no de conexión, sino de integración en sus sistemas de mid y back office, con carácter previo al 1 de noviembre, fecha marcada unilateralmente por IAG" para aplicar el recargo del 9,5 euros por componente de tarifa en reservas vía GDS.

Por último, critica que tengan que ser las agencias de viajes las que "deban asumir todos los costes del desarrollo necesarios para acceder a sus contenidos, así como de sus necesarias y continuas actualizaciones". Por todo ello, la Confederación reafirma su "total oposición a una medida que entendemos deja a



El recargo de Iberia y British entrará en vigor el próximo 1 de noviembre.

las agencias de viajes en una posición de desventaja, no sólo en términos de competitividad sino tam-

bién de productividad y eficacia, sin tener en cuenta el valor añadido que ofrecemos al consumidor".

La decisión de Bruselas sobre los recargos de Lufthansa e IAG 'podría tardar años'

'La Comisión Europea no ha anunciado un calendario', lamenta la

Frente a la esperanza que ha generado en buena parte del Sector el pronunciamiento de la comisaria de Transportes de la Unión Europea, Violeta Bulc, sobre los polémicos recargos a los GDS de Lufthansa e International Airlines Group (IAG), Phocuswright muestra una visión mucho más pesimista. Concretamente, advierte que "la Comisión Europea podría tardar meses e incluso años antes de llegar a una conclusión en ambos casos", mientras que el suplemento de 9,5 euros por componente de tarifa de Iberia y British Airways entrará en vigor el próximo 1 de noviembre.

La consultora también hace hincapié en que, a pesar de las palabras de Bulc en el Parlamento Europeo, "no hay noticias nuevas" sobre la investigación de las prác-



Violeta Bulc

ticas llevadas a cabo por Lufthansa. "La Comisión Europea no ha anunciado un calendario" y la comisaria de Transportes "sigue mostrándose muy silenciosa" sobre la queja presentada en junio por cerca de una treintena de Organizaciones empresariales de agencias contra los recargos a los GDS en general, lamenta. Por otro lado, tras analizar el contenido y funcionalidades de los canales directos de Lufthansa, Phocuswright concluye que "siguen siendo muy limitados pese a encontrarnos en 2017".

Esperanzas en el Sector

Como adelantó NEXOTUR, tras aproximadamente dos años de inacción por parte de la Comisión Europea, Bulc reveló recientemente

te en una comparecencia en el Parlamento Europeo la existencia de una investigación para determinar si Lufthansa viola con su nueva estrategia comercial algún artículo del Código de Conducta de los sistemas centralizados de reservas (CRS). Este fue el argumento utilizado por ECTAA en el verano de 2015 para intentar frenar la aplicación de un recargo de 16 euros por parte del grupo aéreo alemán.

En su intervención en la Eurocámara, la comisaria de Transportes únicamente ha avanzado que los servicios de la Comisión Europea están llevando a cabo una evaluación y que tomarán una decisión una vez se concluya la misma. No obstante, fuentes del Sector consultadas por este periódico albergan esperanzas de que Bruselas, "a pesar de las enormes presiones recibidas desde el sector aéreo", les dé la razón y adopte medidas contra Lufthansa.

Pangea abrirá en 2018 'megastore' en Barcelona

"Cada vez encontramos con mayor frecuencia sellos, reconocimientos y todo tipo de distintivos de calidad en servicios turísticos vacíos de contenido y que carecen de todo rigor en su proceso de concesión". Así lo afirma la directora técnica del Instituto de la Calidad Turística Española (ICTE), M^a Cruz Cádiz, quien remarca que "la 'Q' es el único sello se encuentra acreditado" por ENAC.

En 2018 Ryanair seguirá cancelando algunos vuelos

Ryanair anuncia nuevas cancelaciones. Tras el caos que ha provocado la supresión de 2.100 vuelos en la recta final de la temporada de verano, ha avanzado que los cambios en la planificación no se quedan ahí. En concreto, a partir de noviembre dejará inoperativos 25 de los 400 aviones que componen su flota, mientras que a partir de abril de 2018 dejará de utilizar diez de sus 445 aeronaves.

Mapa Tours espera crecer un 20% este 2017

Los puentes animan la venta en el último trimestre del año. Así lo destaca Mapa Tours, cuyo director comercial, Óscar Sanz, avanza que "teniendo en cuenta los buenos resultados de este verano y el número de reservas que se están registrando para los puentes, esperamos cumplir nuestra previsión y que durante este 2017 aumenten las reservas en más de un 20%".

El Club de Empresas de Asturias suma miembros

El Club de Empresas de Turismo de Negocios de Asturias ha ampliado recientemente su oferta de empresas y servicios especializados en turismo de negocios con la incorporación de dos nuevas empresas de catering —Deloya Gastronomía Catering y Paladea & Co—, la empresa de servicios para eventos y espectáculos Pronorte Sonido y Gráficas Posada.

IATA pide una 'regulación más estricta' de las tasas aeroportuarias que tenga en cuenta a los viajeros

Los ingresos de los pasajeros por billetes de avión se han duplicado

Las compañías aéreas protestan por el incremento de las tasas aeroportuarias. Cada vez un mayor porcentaje del coste del billete va a parar a manos de los aeropuertos. Es por ello que piden una "regulación más estricta".

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) reclama a la Unión Europea una regulación "más estricta" que tenga en cuenta los monopolios aeroportuarios y se centre en los intereses de los pasajeros. De esta manera, su preten-

sión es que exista un mayor control sobre las tasas aeroportuarias.

Evitar monopolios

Según argumenta, en el periodo comprendido entre 2006 y 2016, mientras el coste medio del billete de avión se ha mantenido prácticamente estable, la proporción de ingresos de las compañías aéreas obtenidos por su venta ha pasado del 90% al 79%. En cambio, la parte destinada a los aeropuertos me-

dante el cobro de tasas se ha duplicado en los mismos años.

El lobby aéreo defiende que si las tasas aeroportuarias hubiesen permanecido constantes en el periodo analizado, los consumidores se habrían beneficiado de una rebaja media de 17 euros por trayecto. Esto, a su vez, habría representado una mejora de la competitividad de Europa, generando 50 millones de pasajeros adicionales y creando 238.000 puestos de trabajo, añaden.

Para el director general de IATA, Alexandre de Juniac, la directiva europea sobre tasas aeroportuarias "ha fallado a los viajeros y a su propia competitividad al permitir que aumenten". "Es necesaria una regulación que evite que los monopolios aeroportuarios se queden con el dinero de los pasajeros para recompensar a sus inversores", prosigue, al tiempo que solicita una normativa "equilibrada" que tenga en cuenta los intereses de "viajeros, inversores, ciudadanos y economías".



El director de IATA, Alexandre de Juniac.

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

- ✓ Contabilidad
- ✓ Socio-Laboral
- ✓ Fiscal
- ✓ Jurídico-Mercantil

¿ESTÁS SEGURO DE ESTAR CUMPLIENDO CORRECTAMENTE LAS OBLIGACIONES DEL S.I.I.?



Augusto Figueroa, 39-1^º
28004 Madrid

☎ 91 521 53 15 - 521 46 92
aconfisa@aconfisa.es
www.aconfisa.es

Pullmantur crea submarca con destinos exclusivos

Pullmantur Cruceros presenta la submarca Pullmantur Cruceros Destinos Exclusivos 2018, que incluirá "rutas diseñadas con mucho mimo y dirigidas a maximizar la experiencia de los huéspedes tanto en tierra como a bordo", según la crucerista. De cara a la próxima temporada, los itinerarios que forman parte de la misma son Expedición al Círculo Polar y Rincones Secretos del Mediterráneo.

American Airlines descarta penalizar a los GDS

"American Airlines no tiene planes actuales de cobrar un cargo similar" al anunciado por Iberia y British Airways de 9,5 euros por componente de tarifa reservado vía GDS. Incide en que sus vuelos podrán ser reservados y vendidos a través de cualquier canal de venta sin coste añadido. Aclara que los vuelos de código compartido con ellas "no se verán afectados por el nuevo cargo".

Pilotos y controladores podrán hablar en español

USCA y SEPLA celebran el compromiso de la Dirección General de Aviación Civil para modificar del Decreto que prohibía hablar por radiofrecuencia en español a pilotos y controladores. Ambas instituciones han trabajado intensamente para conseguir que se hiciera uso de las excepciones contenidas en el Reglamento Europeo, como habían hecho otros países de la UE.

Los turistas gastan más pese reducir su estancia

El destino España avanza en la consecución de uno de los grandes retos tanto del sector privado como de las administraciones: incrementar la rentabilidad del turista. El desembolso medio de los viajeros internacionales asciende de media hasta agosto a 1.055 euros, un 3,9% más. Y eso que la duración de los viajes cae un 1,6% en relación a 2016, hasta las 7,7 noches.

Delegados de 60 países asistirán a la cuarta edición de la Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes

‘Se abordarán temas de gran actualidad y de poderosa repercusión’, subraya Rafael Gallego

Valencia recibirá a más de 130 profesionales del Sector de agencias a partir del 1 de noviembre con motivo de la Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes. Duran-

te la misma se entregarán los distintivos turísticos de CEAV y que este año han recaído sobre el recientemente fallecido Pablo Piñero, fundador del Grupo Soltour y sobre la Funda-

ción Turismo de Valencia. Como ha destacado el presidente de CEAV, "se abordarán temas de gran actualidad y de poderosa repercusión para el Sector de las agencias".

Comienza la cuenta atrás para el arranque de la cuarta edición de la Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes. El evento organizado por CEAV, que tendrá lugar del 1 al 3 de noviembre en Valencia, superará los 130 profesionales del Sector llegados de cerca de 60 países de todos los continentes.

Turismo y políticas de inmigración y protección de fronteras, el impacto de la economía digital en la intermediación turística o el futuro de la distribución aérea son algunos de los ejes centrales de las jornadas de trabajo. Además, tendrá lugar la ceremonia de entrega de los distintivos turísticos que de forma anual concede la Confederación y que este año han recaído sobre el recientemente fallecido Pablo Piñero, fundador del Grupo Soltour y sobre la Fundación Turismo de Valencia.

En palabras del presidente de la Confederación, Rafael Gallego, "se abordarán temas de gran actualidad

y de poderosa repercusión para el Sector de las agencias en los que los asistentes serán mucho más que meros espectadores". Según avanza, "podrán tener una participación directa ya que están planteados como foros abiertos al diálogo y a la búsqueda de soluciones basadas en la puesta en común de experiencias". "Por este motivo, una parte fundamental de la cumbre es un panel de experiencias en el que los asistentes podrán poner en común las últimas iniciativas en la búsqueda de la innovación", concluye.

Valencia acoge la Cumbre

Durante el acto de presentación, el secretario autonómico de Turismo, Francesc Colomer, ha reconocido "la gran oportunidad que supone la celebración de esta cumbre para que actores turísticos de primer nivel, como son las agencias de viajes, puedan conocer de cerca nues-

tro relato y prescribirlo". En este sentido, confía en que suponga "una importante proyección internacional de un relato que, más allá del 'sol y playa', pone el acento en los valores de la hospitalidad, el Turismo ético y sostenible y un estilo de vida que expresa la esencia del mediterráneo".

En términos similares se ha pronunciado la primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia, Sandra Gómez, quien resalta que el evento "no solo nos permite posicionar la ciudad como sede de reuniones a nivel internacional, sino que también es un momento presentar nuestra oferta complementaria a cientos de prescriptores turísticos". Por su parte, la diputada de Turismo de la Diputación de Valencia, Pilar Moncho, ha calificado la cumbre de "excelente oportunidad para mostrar al mundo el paradigma valenciano como modelo de gestión turística colaborativa, tanto en el



Acto de presentación de la cumbre.

ámbito institucional como con los agentes privados del sector".

En la presentación se han dado cita directivos de la talla del director general de Amadeus España, Fernando Cuesta; el director de ventas de Iberia, Víctor Moneo; el presidente de MSC Cruceros, Emiliano González; la directora de Turismo de Aon Risk

Solutions, Katia Estace; y el gerente de ventas de Iberia, Guillermo González Vallina. En representación de CEAV también han acudido su gerente, Mercedes Tejero, y su vicepresidenta de relaciones internacionales, Eva Blasco, mientras que la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) ha enviado a su gerente, José Luis Méndez.

NexoBusiness vuelve a reunir un año más a los profesionales del Sector MICE

Presentará una selección de proveedores para la organización de eventos y viajes de negocios

El próximo jueves, 19 de octubre, se celebrará en el hotel Eurostars Madrid Tower, la décima quinta edición del Salón Profesional del Viaje de Empresa y Convenciones, Congresos e Incentivos, NexoBusiness 2017, un encuentro que reunirá a numerosos profesionales del Sector procedentes de toda España.

El encuentro, organizado por el Grupo NEXO y convocado por el Periódico CONEXO, concentrará una selección de proveedores de diferentes segmentos turísticos, que mostrarán su oferta para la organización de reuniones y eventos, así como para viajes de negocios.

Por otro lado, previo al Salón, tendrá lugar un año más ReuniónLab, un foro que analizará las últimas tendencias en el mercado congresual, eventos y business travel, que este



La celebración de ReuniónLab reúne a numerosos profesionales del Sector.

año contará con la colaboración de la Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE) y de la asociación Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA).

El salón es exclusivo para compradores, agentes de viajes especializados y organizadores de reuniones, y pueden inscribirse de forma gratuita en www.nexobusiness.com.

Nadal defiende ante la OCDE el modelo turístico español

El ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital, Álvaro Nadal, ha subrayado en la reunión del consejo del Comité de Turismo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), celebrada en París, que la sostenibilidad "es cla-



Álvaro Nadal

ve en el modelo turístico español". También que España "está alineada con las cinco prioridades establecidas por la Organización Mundial del Turismo (OMT)" en este Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo.

Nadal ha defendido que el Gobierno trabaja para lograr un crecimiento turístico desconcentrado y desestacionalizado que busca diversificar la oferta y atraer un nuevo perfil de turista con mayor propensión al gasto en el destino. Para

ello, apuesta por la reconversión de los destinos maduros, la digitalización del Sector y el apoyo a los destinos emergentes.

En relación a la inclusión social, el empleo y la reducción de la pobreza, el ministro hace hincapié en las medidas

adoptadas para combatir la estacionalidad en las contrataciones vinculadas al Turismo, así como en los programas de ayudas a las escuelas de formación. Respecto al tercer pilar de la OMT, el uso eficiente de los recursos y la protección del medio ambiente, Nadal ha anunciado el lanzamiento de una Línea de Eficiencia Energética dotada de 100 millones de euros, de los que 30 millones irán dirigidos, por primera vez, al sector de la hostelería.



Ofrece a tus clientes vacaciones en otoño o en invierno. Delujo cuando quiera.

Reserva ahora

Islas Canarias y Agadir

desde **525€**

TASAS
INCLUIDAS



Vuelo opcional ida y vuelta
desde Madrid o Barcelona.

Islas del Caribe

desde **1.069€**

TASAS
INCLUIDAS



Vuelo de ida y vuelta
desde Madrid incluido.

**Crucero
Islas Canarias
y Agadir.**

A bordo del
Horizon.

Nov. 2017 - Abr. 2018

**Crucero Islas
del Caribe y
Barbados o
Santa Lucia.**

A bordo del
Zenith.

Oct. 2017 - Abr. 2018

Se revisarán los derechos de los pasajeros de tren

La Comisión Europea presenta una propuesta para actualizar las normas sobre los derechos de los viajeros de ferrocarril, para mejorar la protección de los mismos en caso de retrasos, cancelaciones o discriminaciones. La propuesta se centra entre otros aspectos en aplicación uniforme de la normativa en toda la Unión Europea y la mejora de la provisión de información a los viajeros.

El Puente de Todos los Santos, el más barato

El Puente de Todos los Santos es el más barato de año para viajar y el de la Constitución el más caro, según un estudio de Kiwi.com. Para el Puente de Todos los Santos, los destinos más económicos serían, a nivel internacional, Bruselas (Zaventem), y en España, Vigo (Peinador). En el de la Constitución, los destinos serían más internacionales, desde Latinoamérica hasta Los Ángeles.

Las ventas de escapadas deportivas suben un 250%

Los turistas ya no se conforman con tumbarse en la playa en una hamaca al sol. Las cifras publicadas por Weekendsk.es, arrojan que las reservas de 'paquetes' con noches de hotel y experiencias se han convertido en tendencia este verano, sobre todo, los packs de deporte y aventura, cuyas ventas han aumentado un 253% con respecto al verano pasado.

Lorca podrá terminar su centro de congresos con BEI

El presidente de la Región de Murcia, Fernando López Miras, ha anunciado en Lorca que la Comunidad financiará con siete millones de euros la segunda fase y finalización de las obras del Centro de Ferias y Congresos de Lorca, en el barrio de Santa Quiteria, y la culminación de la renovación urbana del barrio, tras la autorización de financiación por parte del Banco Europeo de Inversiones (BEI).

Cataluña sigue creciendo en la recepción de turistas extranjeros este verano pese a las adversidades

Todas las Comunidades autónomas registran crecimiento de menor intensidad esta temporada estival

Cataluña se mantuvo en agosto como el primer destino de los turistas internacionales. Rozó la cifra de 2,6 millones de llegadas, un 2,3% más que en 2016. Y ello a pesar de los

ataques terroristas y la turismofobia. En total, España ha recibido durante el mes de agosto 10,4 millones de turistas internacionales, lo que supone un repunte interanual del

4%. Mientras tanto, en los ocho primeros meses del año la cifra asciende a 57,3 millones, un 9,9% por encima de los resultados del mismo periodo de 2016.

El destino Cataluña siguió creciendo en agosto. A pesar de los posibles efectos adversos de los terribles ataques terroristas, los brotes de turismofobia y la cobertura mediática del desafío independentista, la Comunidad registró en dicho mes un aumento del 2,3% en las llegadas de turistas internacionales, rozando la cifra de 2,6 millones. Se mantiene así en primera posición por delante de Baleares y Andalucía, que completan el podio.

El incremento es más moderado que el de los meses anteriores. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en los ocho primeros meses el aumento es del 8%, con un total de 13,7 millones de viajeros procedentes del extranjero.

No obstante, la ralentización no es solo cosa de Cataluña. La tasa interanual experimentada en agosto por las otras cinco primeras Comunidades de destino es inferior a la del periodo acumulado. Las mayores subidas corresponden a Madrid y Andalucía, con variaciones del 8,4% y del 5%, respectivamente. Les siguen Canarias (+4,9%), Comunidad Valenciana (+4,7%) y Baleares (+2,6%). Las 11 Comunidades restantes protagonizan un crecimiento medio del 5,6% en relación a agosto de 2016.

Acumulado del año

En total, España ha recibido en agosto 10,4 millones de turistas internacionales, lo que supone un repunte interanual del 4%. Mientras tanto, en

los ocho primeros meses del año la cifra asciende a 57,3 millones, un 9,9% por encima de los resultados de 2016.

Respecto a los mercados emisores, llama la atención que tres de los países europeos más afectados por la amenaza terrorista, como son Francia, Alemania y Bélgica, son los que muestran el comportamiento más negativo. El primero ha sido el punto de origen de dos millones de viajeros en agosto, un 5,4% menos que en 2016.

Alemania, por su parte, registra una caída del 3,3%, con 1,3 millones, mientras que Bélgica aporta 303.989 turistas, un 3,5% menos que en el mismo mes de hace un año. Del resto de países, cabe destacar los fuertes incrementos de Estados Unidos (+23,4%), Países nórdicos (+29,2%) y Suiza (+34%).



Cataluña, Baleares y Andalucía ocupan las tres primeras posiciones.

Las agencias de viajes venden más del 60% de los viajes de ocio y el 84% en los viajes de negocios

El informe realizado por la Universidad de Barcelona, ACAVE y Amadeus se ha presentado en el XVII Foro ACAVE

Los consumidores confían principalmente en las agencias a la hora de contratar sus viajes. Según se desprende de un informe realizado por la Universidad de Barcelona, ACAVE y Amadeus, un 64% afirma acudir reservar sus escapadas de ocio a través de una agencia, ya sea física o virtual, mientras que en el segmento de negocios el porcentaje se dispara al 84%.

Los principales motivos por los cuales los españoles prefieren contratar en una agencia convencional son trato personalizado, profesionalidad y seguridad, y en el caso de los que se decantan por una agencia virtual lo hacen por la comodidad y el precio. Esto explica que los 'paquetes' se continúen comercializando principalmente puntos de venta físicos, mientras que los servicios sueltos tienen un mayor peso en los online.

El estudio se ha presentado durante el XVII Foro ACAVE, celebrado en el Gran Teatre del Liceu de

Barcelona bajo el título Impactos Turísticos. El encuentro ha constado de tres sesiones donde expertos de diferentes subsectores turísticos han abordado cuestiones como la sostenibilidad en el mundo de las agencias, el comportamiento de los consumidores en la contratación de los viajes y el Turismo como elemento de desarrollo de las ciudades y de la economía.

Diálogo sobre modelo turístico

El presidente de la Asociación, Martí Sarrate, ha defendido durante el mismo la necesidad del diálogo sobre el modelo turístico a seguir con todos los actores principales implicados. "Es muy importante en estos momentos que podamos debatir sobre el modelo turístico que queremos, un modelo que tiene que ser responsable y sostenible, pero sin olvidar que el Turismo es uno de los principales motores de nuestra economía", ha



El encuentro ha constado de tres sesiones con expertos de diferentes subsectores.

subrayado. Asimismo, ha reconocido que "el Turismo tiene algunos aspectos negativos y otros muchos positivos", por lo que considera "muy importante que se adopte una

gestión público-privada que minimice cualquier impacto negativo que pueda generar esta actividad y concienciar a la ciudadanía de que el Turismo es cosa de todos".

Premio a la excelencia técnica en el desarrollo de normas

El Comité Internacional de Normas de Calidad Turística, liderado por la Asociación Española de Normalización (UNE), ha recibido el Premio Lawrence D. Eicher, el máximo reconocimiento a la excelencia técnica en el desarrollo de normas. Este organismo se encarga de elaborar normas mundiales de calidad para el Turismo y sus servicios relacionados dentro de la Organización Internacional de Normalización (ISO).

Como ha destacado el director de normalización de UNE, Javier García, "este prestigioso premio reconoce un trabajo que se materializa en documentos que apoyan tanto al Sector del Turismo como a los usuarios". "El liderazgo español en materia de calidad turística internacional es coherente con la potencia de nuestro sector turístico, el cual cuenta con el impulso clave del Instituto para la Calidad Turística en España (ICTE)", añade.

Pepe Pascual
Gerente de GrupoTodomoto

“Para ser líder,
a veces hay que dar
un giro de 180°”

Vodafone Digital Solutions

Con Vodafone Office 365 tendrá acceso rápido y seguro a toda la información de su empresa, para ofrecer a sus empleados una nueva forma de trabajar.

Vodafone, su partner en la era digital.

observatoriovodafone.com

El futuro es apasionante.

Ready?



vodafone

ICTE ultima preparativos de su próximo congreso

El aumento exponencial de los flujos turísticos a nivel mundial lleva aparejado una serie de retos y oportunidades a los que tanto las administraciones públicas como el sector privado deben hacer frente. Sobre esta cuestión girará el IV Congreso Internacional de Calidad Turística, que tendrá lugar en Colombia del 17 al 26 de noviembre y cuya sede principal será Cali.

Monarch suspende vuelos al entrar en bancarrota

Monarch Airlines ha dejado de operar tras entrar en bancarrota a principios de octubre. Un total de 110.000 clientes británicos se quedaban entonces varados en el extranjero. La cifra de reservas canceladas se han elevado a 300.000. La *low cost* británica es muy popular entre los turistas ingleses que vuelan de vacaciones a España, donde 12 aeropuertos se han visto afectados.

Samsung e Iberia premian la fidelidad de sus clientes

Coincidiendo con la llegada a España del nuevo Galaxy Note8, Samsung e Iberia han firmado un acuerdo de colaboración para desarrollar la campaña 'Bienvenido a bordo Galaxy Note8'. Se trata de una iniciativa sin precedentes, que a través de diferentes actividades pretende agradecer a los usuarios de ambas marcas su fidelidad y confianza.

Fycma, compromiso con la seguridad de información

El Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) ha pasado satisfactoriamente la auditoría anual de seguimiento relativa al Sistema de Gestión de Seguridad de la Información según la norma ISO 27001 de la Asociación Española de Normalización y Certificación (Aenor), que constata el compromiso del recinto en continuar regulando la protección de la información.

Los impagos de las agencias de viajes se quintuplicaron en el ejercicio de 2016 debido a la quiebra de Aquatravel

Las compañías aéreas han recuperado el 60% de las cantidades inicialmente impagadas

El concurso de Aquatravel provoca que el volumen de defaults de agencias de viajes a compañías aéreas rompa en el ejercicio de 2016 con años de

tendencia descendente. En total, la cifra de impagos registrada asciende en el global del año a 993.000 euros, frente a los 181.000 de 2015. Re-

presentan únicamente el 0,021% de la producción. Detrás de este llamativo incremento está el cese de operaciones de Aquatravel.

Tras haber caído a mínimos históricos tras un continuado descenso tanto de los casos de *defaults* como del volumen de los mismos, la cifra de impagos de las agencias de viajes españolas a las compañías aéreas se ha disparado en 2016. Según ha podido saber NEXOTUR, rozan los 993.000 euros en el conjunto del año, lo que supone quintuplicar el importe de 2015. Si bien representan únicamente el 0,021% de la producción generada.

Es necesario precisar que detrás de este llamativo incremento está el cese de operaciones de Aquatravel. El grupo fundado y liderado por Jorge Lamirán presentó en enero de 2017 concurso voluntario de acreedores, al que se vio abocado al no poder hacer frente a la deuda contraída con la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), que se negó a negociar un calendario de pagos más amplio, lo que terminó por estrangular a la empresa. Los problemas de Aquatravel comenzaron en agosto de 2016, cuando se produjo el primer impago del BSP de IATA como consecuencia de la ruptura del acuerdo con Plus Ultra.

Pese al incremento de los impagos en 2016, cabe destacar que podría haber sido mucho mayor de no ser por los esfuerzos de Aquatravel para liquidar la deuda con las aerolíneas. Precisamente, el importe inicial de *defaults* en 2016 era de prácticamente 2,5 millones de euros, de los cuales más de 1,4 millones (el 59,4% del total) fueron recuperados por las compañías aéreas.

El peor año, 2009

Echando la vista atrás, 2015 es hasta ahora el mejor año de la crisis económica en términos de impagos. Se cerró con un mínimo histórico de 181.000 euros adeudados, cifra que está a años luz de las alcanzadas en años anteriores, las cuales llevaron a IATA a modificar los criterios locales que rigen su relación con las agencias y reducir la frecuencia del envío de fondos al BSP.

Como desveló el periódico NEXOTUR, 2009 fue el peor año. El cese de operaciones de la agencia online Terminal A dejó un agujero en IATA de unos 40 millones de euros. En dicho ejercicio la cifra



Los impagos se han quintuplicado en un año.

total de *defaults* se situó en 56,9 millones de euros. En 2010, un año más tarde, ascendieron a 9,3 millones, lo que supuso una caída interanual del 83,6%. También en 2011 y 2012 se rebajó la cuantía adeudada por las agencias a las aerolíneas a 6,2 millones y 5,3 millones, respectivamente.

Un año más tarde, la quiebra de Orizonia elevó de forma notable la

cuantía de los impagos hasta los 22,5 millones de euros (+324%), poniéndose fin a tres años de descensos. Vibo (antes Viajes Iberia), que carecía de avales a pesar de la complicada situación que atravesaba el grupo turístico, quebró en 2013 adeudando a IATA unos 16 millones de euros. Mientras tanto, en 2014 se rebajó la cifra en un 76%, hasta los 5,4 millones.

Los pagos por Turismo crecen un 13% hasta julio

Los pagos efectuados por los españoles para viajar al extranjero vuelven a experimentar un fuerte crecimiento. Según los datos del Banco de España, ascienden a 2.104 millones de euros en julio, lo que supone un repunte interanual del 12,2% (228 millones más).

La tasa del periodo acumulado es todavía más positiva. En los siete primeros meses del año el desembolso realizado por los residentes en España es de 9.954 millones de euros, lo que supone un aumento del 13,3% en comparación con 8.786 millones alcanzados en el mismo periodo del ejercicio anterior.

Nuevo récord

A no ser que entre los meses de agosto y diciembre se produzca un desplome sin precedentes de los pagos, el año 2017 se cerrará con un nuevo récord histórico. Hasta el momento, la mejor cifra corresponde a 2016, cuando el gasto en viajes al extranjero se situó en 18.264 millones, un 16,7% por encima del anterior récord correspondiente a 2015, cuando se llegó a los 15.654 millones euros.

El presidente del Parlamento Europeo se muestra muy crítico con las prácticas de Google, Airbnb y Uber

Tajani: 'Las plataformas digitales operan en gran medida por encima o fuera de la ley'

Las plataformas digitales que ofrecen servicios turísticos están en el punto de mira del Parlamento Europeo. Su presidente, Antonio Tajani, denuncia que "operan en gran medida por encima o fuera de la ley", por lo que aboga por aplicar las "mismas reglas para todas las empresas". "Muchas de ellas ocupan posiciones dominantes en el mercado y pagan muy pocos impuestos, mientras que trasladan enormes sumas de dinero desde la Unión Europea a Estados Unidos o China", lamenta.

Durante su intervención en la Conferencia de Alto Nivel del Turis-

mo, celebrada en la Eurocámara, Tajani ha señalado a Google, entre otras empresas. "Algunos de sus negocios de publicidad controlan el 90% de las reservas en línea, cobrando tarifas que están afectando a los hoteles, los cuales no tienen otra opción que aceptar sus condiciones", asegura, al tiempo que añade que "esto reduce los márgenes de las pymes, a las que les resulta más difícil invertir y pierden competitividad". "Se trata de las mismas pymes que están sobrecargadas por los Estados y las autoridades regionales o locales, mientras que las plataformas

digitales se gravan mínimamente en un solo Estado miembro, privando a las autoridades fiscales de enormes sumas de dinero", prosigue.

Igualdad de condiciones

En relación a la economía colaborativa, Tajani hace referencia a Airbnb y Uber, empresas que cotizan en bolsas de Estados Unidos y a las cuales "no se les aplican" determinadas normas de seguridad y tributarias, lo que les da "una ventaja objetiva". "Sus competidores, las microempresas del Turismo y el trans-

porte local, no tienen más remedio que cumplir con las normas sobre empleo, protección del consumidor, seguridad, impuestos y otras condiciones vinculadas a las licencias, que afectan a estos gigantes de Internet en menor medida", sostiene.

Como conclusión, el presidente del Parlamento Europeo subraya que "el mensaje es claro: además de fomentar las economías de escala y la innovación, el mercado de la Unión Europea debe ser un lugar en el que se apliquen las normas de competencia y se garantice una igualdad de condiciones para todos".



El presidente del Parlamento Europeo, Antonio Tajani.



American Airlines 

**LA LLAMAMOS
PREMIUM ECONOMY**

**ALICIA LA LLAMA
SUEÑO**

Marca España analiza la imagen del país

La Mesa del Turismo se ha reunido con el Alto Comisionado para la Marca España, Carlos Espinosa de los Monteros, para analizar los temas del Sector que afectan a ambos organismos. En la reunión, Espinosa de los Monteros ha expuesto la evolución positiva de la percepción de España en el exterior. El encuentro ha servido para pasar revista a los retos que tiene el Turismo español.

Goldcar estrena oficina en la provincia de Málaga

Goldcar ha abierto una nueva oficina en Marbella. Con esta nueva sucursal, ubicada en el Centro Comercial Camojan Corner, la compañía ya cuenta con tres en la provincia de Málaga. Las otras dos oficinas se encuentran en el aeropuerto y en la estación del AVE. Continúa de esta manera su expansión por España, donde ya cuenta con 40 oficinas.

Novedades de MCB en su 'networking' anual

El Madrid Convention Bureau (MCB) ha celebrado en el hotel Puerta América de Madrid el evento anual de *networking* para empresas asociadas, junto a una sesión formativa previa sobre el 'Método Harvard de Negociación para profesionales de M&E'. En la sesión se han abordado los aspectos básicos que cualquier profesional debe considerar a la hora de afrontar una negociación.

Benicàssim tendrá Palacio Villa Elisa para eventos

El Ayuntamiento de Benicàssim ha aprobado el proyecto de obra del Palacio Villa Elisa para convertirlo en un centro de uso social, congresual y formativo. El proyecto contempla la actuación sobre toda la parcela de 4.263 metros cuadrados y los dos edificios que contará con una superficie construida entre ambos de casi 2.000 metros cuadrados.

El aéreo sigue siendo el primer gasto para el 'business travel' pero pierde peso

Iberia ocupa el primer puesto entre las compañías aéreas más demandadas

Los billetes de avión comprenden el 64,11% del gasto total de los viajeros de negocios, según un estudio de Diners Club Spain. Respecto al uso de agencias desta-

ca que en los últimos años se han decantado en mayor medida por la contratación de dos agencias en lugar de una, pasando del 14,43% al 19,65% en cinco años.

El gasto de los viajeros de negocios se genera principalmente en la compra de billetes de avión, concretamente se lleva el 64,11% del total —aunque pierde peso—, según el estudio 'Benchmarking del mercado español' realizado por Diners Club Spain sobre los gastos efectuados por las empresas en sus viajes corporativos en 2016 a través de la herramienta de pago Travel Account.

Entre las principales conclusiones del informe (quinto año consecutivo), destaca que febrero ha sido el mes que mayor actividad de pago ha registrado (9,68%), por delante de mayo (9,61%) y octubre (9,59%). Respecto al tipo de gasto, el destinado a las líneas aéreas es el más importante, pero ha seguido una tendencia descendente desde 2013, registrando en 2016 un 64,11%, cinco puntos porcentuales menos que hace tres años, cuando se situó en el 69,15%.

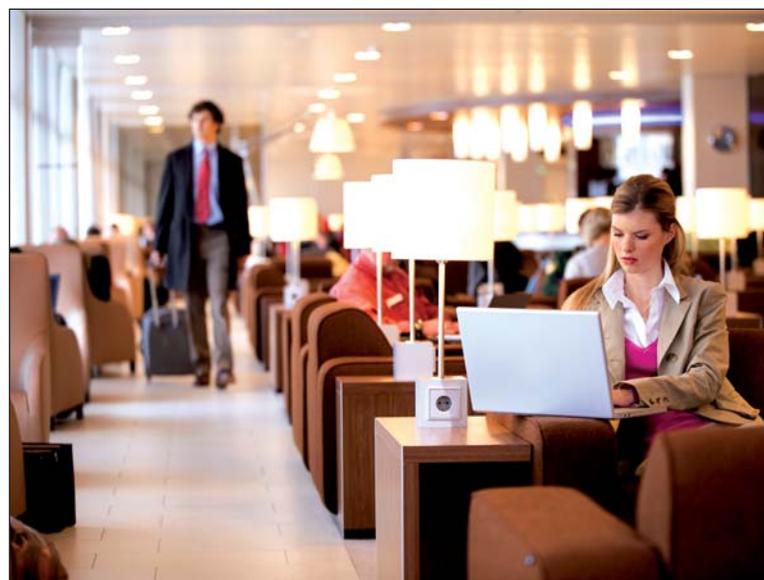
El estudio señala que el motivo de esta disminución es que las principales aerolíneas, sobre todo las europeas, han reducido significativamente los precios de estos viajes en los últimos cuatro años como síntoma de la crisis. Por ejemplo, destaca el caso de Air Europa, que lo ha hecho en un 25% de 2012 a 2016.

Por otro lado, los gastos en hoteles han aumentado su peso a través de la Travel Account, pasando del 4,68% en 2012 al 9,46% en 2016, y, en menor medida, en la utilización de ferrocarriles y el alquiler de vehículos.

Gasto en aerolíneas

Entre las compañías aéreas más demandadas para viajes corporativos, Iberia ha ocupado el primer puesto por quinto año consecutivo, por delante de Vueling y Air Europa, aunque la aerolínea bandera de España ha continuado perdiendo cuota de mercado en números de vuelo, llegando a bajar en cinco años casi 10 puntos porcentuales.

Asimismo, Iberia, Air Europa y Vueling —en este orden— han sido las aerolíneas con mayor factura-



Febrero ha sido el mes que mayor actividad de pago ha registrado.

ción, pero Iberia ha seguido perdiendo volumen de forma notable, registrando un 41,28% en 2016, casi un 20% menos que en 2012. Por su parte, Air Europa se ha mantenido estable y Vueling ha ganado en facturación, pasando de un 2,53% en 2012 a un 6,31% en el último año.

Destinos y ferrocarril

Sobre los destinos más demandados por los clientes de negocio, el estudio de Diners Club Spain refleja que Madrid ha sido la ciudad con mayor número de viajes, aunque ha registrado un leve descenso, por delante de Barcelona y Londres, que han crecido. Además, en 2016 ha aparecido por primera vez Lisboa en el Top 10, ocupando el noveno puesto y desplazando a Sevilla fuera del ranking. A nivel nacional, se ha generado una tendencia similar: mientras Madrid ha mostrado un ligero descenso en los últimos cinco años, Barcelona ha crecido en casi tres puntos.

El estudio también analiza la actividad en relación a la contratación del tren para viajes de negocios, que ha descendido levemente y de forma generalizada. Entre la clasificación de ciudades destino de Renfe, destacan aquellas con conexiones de Alta Velocidad Espa-

ñola (AVE), como Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia y Zaragoza.

Alojamiento y agencias

Observando las reservas de alojamiento a través de Travel Account, un 60% de las transacciones realizadas por las empresas ha correspondido a estancias de una noche, frente al 20% de estancias de dos noches. Madrid se ha mantenido en el primer puesto del ranking a lo largo de todo el periodo de estudio, casi doblando el porcentaje que ha presentado Barcelona, en el segundo puesto. Sevilla, en tercer lugar, y Valencia, en el quinto, han ido perdiendo importancia con el paso del tiempo, mientras que otras ciudades han desaparecido del Top 10, como Granada en 2013, Pamplona en 2014 y Santa Cruz de Tenerife en 2015. Londres sigue siendo la única ciudad de hotel extranjera que aparece en la clasificación.

Para finalizar, el informe arroja datos sobre la utilización de las agencias de viajes por parte de los clientes de Diners Club Spain. De esta forma, en los últimos años las compañías se han decantado en mayor medida por la contratación de dos agencias en lugar de una, pasando del 14,43% al 19,65% en cinco años.



Ahora permite reservar a través de su página web hoteles y vehículos de alquiler.

Vueling estudia como otras 'low cost' lanzarse a vender 'paquetes'

Vueling podría ser la siguiente compañía aérea de 'bajo coste' en lanzarse a la venta de viajes combinados. Según revela en una entrevista concedida a NEXOTUR su director comercial, David García, "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", argumenta, al tiempo que explica que "tenemos un equipo dedicado a la mejora continua de nuestros productos y nuestra oferta digital".

En estos momentos, la *low cost* de International Airlines Group (IAG) permite reservar a través de su página web hoteles y vehículos de alquiler. Además, García recalca que "es posible contratar también algunos de los servicios exclusivos de la aerolínea 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 o simplemente todavía no se sabe quién volará". También hace 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".

La primera compañía aérea en incorporarse al negocio de los 'paquetes' turísticos fue Ryanair. En diciembre de 2016 creó Ryanair Holidays, marca que inició su andadura en Reino Unido y Alema-

nia, para posteriormente ir expandiéndose por el resto de mercados en los que opera. La web dejó de estar poco después de su lanzamiento debido a la ruptura del acuerdo firmado con Logitravel, uno de sus *partners* junto a World2Meet, si bien a principios de 2017 reanudó su actividad tras la firma de una nueva alianza con la empresa alemana HLX Touristik.

Otros casos

En el momento del lanzamiento de Ryanair Holidays, el director de *marketing* de la compañía aérea, Kenny Jacobs, subrayó que "las tarifas bajas de Ryanair transformaron los desplazamientos aéreos en Europa y ahora vamos a transformar el mercado de los viajes organizados, ofreciendo a nuestros clientes la combinación imbatible de nuestras tarifas bajas, una amplia gama de opciones de alojamiento y traslados". "Los consumidores han estado pagando demasiado por 'paquetes' turísticos durante años", afirmaba.

Le siguió Eurowings en marzo de 2017 con el lanzamiento de Eurowings Holidays en colaboración con Tropo, turoperador alemán que se encarga de la gestión de los datos y de procesar la información. El director general de la filial de Lufthansa, Oliver Wagner, destacó entonces que "con este nuevo servicio de viajes combinados ahora nuestra oferta es mucho más atractiva". "Con Eurowings no solo se puede volar barato sino también reservar un viaje completo", prosiguió, resaltando que "el cliente sólo paga por lo que realmente necesita, aunque puede agregar servicios adicionales en el transcurso de la reserva".

La Coruña junto a Iberia potencian los congresos

El alcalde de La Coruña, Julio Ferreiro, ha firmado junto a los representantes de la Cámara de Comercio de La Coruña e Iberia el convenio que formaliza el acuerdo alcanzado entre el Consorcio de Turismo con estas dos organizaciones para la promoción de la ciudad como destino para la inversión empresarial, el Turismo y la captación de congresos.

Qatar Airways realiza un gran pedido a Boeing

Qatar Airways ha anunciado el pedido de dos Boeing 747-8 Cargo y cuatro 777-300ERs, valorados en 2,16 mil millones de dólares. Este nuevo pedido, signo de la continua expansión y la contribución de la aerolínea a la economía estadounidense, se suma a su flota actual que alcanza casi los 100 aviones Boeing de fuselaje ancho y a su pedido de más de 100 aviones Boeing adicionales.

Más de 80 actores en Iberian MICE Forums

La pasada edición del Iberian MICE Forums, celebrada en Cartagena (Murcia) del 3 al 7 de septiembre, ha reunido a más de 80 profesionales del Turismo de Reuniones e Incentivos del mercado nacional e internacional, que realizaron más de 1.600 reuniones comerciales entre ellos. La próxima edición tendrá lugar en Lisboa del 16 al 18 noviembre con sede en el hotel Pestana Palace Lisboa.

BEON trabaja en su expansión internacional

BEON Worldwide sigue trabajando en su plan estratégico dirigido a su expansión internacional. Con oficinas en España, Italia y Portugal, el grupo empresarial está ultimando los detalles para realizar la apertura de una oficina en París a finales de este año. En Italia (Roma) y Portugal (Lisboa), destinos donde la compañía ya existen oficinas, trabaja en la ampliación de la estructura.

Los costes en la Industria de Reuniones serán mayores en 2018 en todo el mundo, según CWT Meetings Events

Londres, Barcelona y Berlín son los destinos más populares en la actualidad para este segmento

"Los costes de las reuniones y eventos están aumentando a nivel mundial en los mercados clave", asegura la vicepresidenta sénior y máxima responsable global de CWT

Meetings & Events, Cindy Fisher. La compañía espera que, "con un incremento previsto del 3,7% de las tarifas hoteleras y del 3,5 % de las aéreas para el año que viene, es proba-

ble que la tendencia alcista se mantenga", amplía. El 'Informe de tendencias futuras en materia de reuniones y eventos 2018' repasa las principales claves en el sector.

La Industria de Reuniones y Eventos mundial ha visto crecer sus costes en 2017 y seguirá la misma línea en 2018 dada la evolución del mercado, según detalla el 'Informe de tendencias futuras en materia de reuniones y eventos 2018' realizado por CWT Meetings & Events, la división MICE de Carlson Wagonlit Travel (CWT).

La vicepresidenta sénior y máxima responsable global de CWT Meetings & Events, Cindy Fisher, ha concretado que "los costes de las reuniones y eventos están aumentando a nivel mundial en los mercados clave". La compañía espera que, "con un incremento previsto del 3,7% de las tarifas hoteleras y del 3,5 % de las aéreas para el año que viene, es probable que la tendencia alcista se mantenga", ha añadido Fisher.

El estudio detecta que la capacidad de la industria aérea a nivel mundial crecerá en torno al 7% en 2017 y al 6% en 2018. Además, la segmentación de las tarifas aéreas está provocando un mayor interés de los viajeros, ya que puede elegir desde tarifas básicas y restringidas en clase Turista hasta otro tipo de

tarifas mejoradas con opciones de servicio. En cuanto al sector hotelero, se sigue con la tendencia iniciada por los proveedores de ejercer presión sobre los responsables de compras para que opten por precios dinámicos en lugar de tarifas fijadas negociadas.

Por otro lado, el informe de CWT Meetings & Events realiza una serie de recomendaciones en función de las condiciones actuales de la industria. En primer lugar, aconseja a las empresas y asociaciones establecer objetivos claros desde el principio y utilizarlos para definir el presupuesto de viaje o evento. Señala que hay que poner mayor énfasis en la implicación de los asistentes y realizar mediciones de la misma. Respecto al presupuesto, empezar por el valor que puede generar la reunión o evento y establecer un ROI claro y visible, ya que es clave para una inversión continuada y para lograr el éxito de las reuniones.

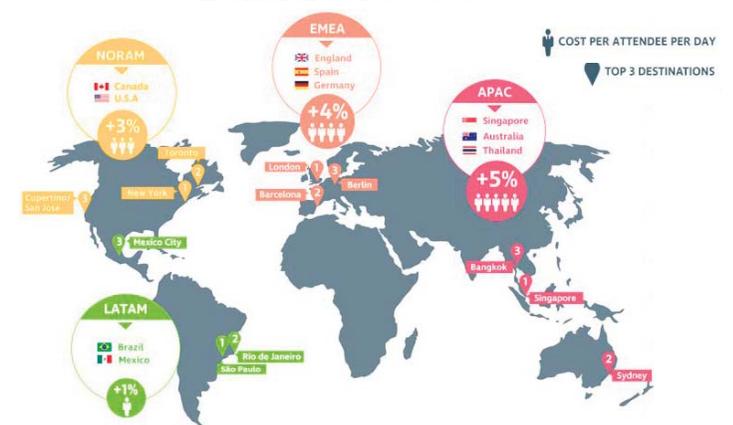
Posteriormente, hay que dar protagonismo a la experiencia de los asistentes y simplificar el proceso tanto como sea posible. El uso de las tecnologías es importante

también con el objetivo, por ejemplo, de facilitar la conversación o crear experiencias personalizadas y sencillas para los asistentes. Por último, CWT Meetings & Events se fija en la seguridad y la prevención. En este sentido, recomienda planificar teniendo en cuenta la cantidad de riesgo —físico y cibernético— para cada situación y no importunar a los asistentes.

Situación por regiones

A nivel mundial los costes de las reuniones y eventos serán mayores en 2018, siguiendo la misma línea de 2017, aunque con algunas diferencias entre regiones. En Europa, Oriente Medio y África (EMEA) los costes han crecido un 4% este año y, teniendo en cuenta la evolución de los mismos y los condicionantes de la economía, se espera que esta tendencia siga el próximo año. Por otro lado, el estudio señala los principales destinos para reuniones y eventos en 2017, según Cvent, destacando Londres, Barcelona, Berlín, Ámsterdam, París, Madrid, Frankfurt, Roma, Múnich y Praga.

Evolución de los costes



Fuente: CWT Meetings & Events.

© NEXOTUR

La situación en Asia-Pacífico es parecida, con un crecimiento de los costes del 5% en 2017 y una previsión algo inferior para 2018, aunque con evolución positiva. En cuanto a los destinos más demandados en esta región, son Singapur, Sídney, Bangkok, Kuala Lumpur, Hong Kong, Shanghái, Melbourne, Tokio, Bombay y Seúl. En Latinoamérica los costes han subido solo un 1% en 2017 y se prevé un crecimiento nominal para

2018. Sus principales destinos son Sao Paulo, Río de Janeiro, Ciudad de México, Bogotá y Buenos Aires.

Finalmente, el incremento de los costes en Norteamérica se ha situado en el 3% en 2017, con una previsión del 2,5% para el próximo año. Los destinos más demandados en esta región son Nueva York, Toronto, Cupertino/San José, Chicago, Indianápolis, San Francisco, Austin, Houston, Orlando, y Las Vegas.

Madrid Alicante y Barcelona, entre las ciudades europeas mejor conectadas según el 'ranking' elaborado por GoEuro

Hamburgo, Zúrich y Ámsterdam lideran la lista, mientras Roma, Lucerna o Wrocław se encuentran en los últimos puestos

GoEuro, la plataforma de comparación y reserva de trenes, autobuses y aviones, ha revelado las ciudades mejor conectadas de Europa en cuanto a transporte de refiere. Hamburgo encabeza este ranking seguida de Zúrich y Ámsterdam. Madrid se encuentra en el número seis de esta lista.

GoEuro se ha basado en el tiempo que se tarda en desplazarse desde las estaciones de tren, autobuses y aeropuertos a los centros de las ciudades europeas más importantes. El resultado a nivel nacional ha sido: Madrid, en primera posición con 12 minutos; Alicante, en se-

gundo lugar con 13 minutos y Barcelona en tercera posición con 17 minutos. El primero de la lista, Hamburgo, bate récords con un tiempo de cinco minutos. Zúrich y Ámsterdam comparten el segundo puesto con siete minutos cada una. Por otro lado, Roma, Lucerna (Suiza) o Wrocław (Polonia), se encuentran entre las peores ciudades con un tiempo medio de hasta una hora.

Competir en tiempos

El estudio ha dado a conocer que el avión, aunque sea el medio favorito de muchos viajeros, no puede

competir con el ahorro de tiempo que supone viajar en tren o en autobús. Esto se debe a que las estaciones de estos dos últimos medios de transporte suelen estar cerca del centro de las ciudades.

En España, el tren sería el medio más conveniente para los viajeros. Esto se debe a que las estaciones suelen estar situadas muy cerca del centro de las ciudades y también muy cerca de las estaciones de autobuses. A nivel nacional, territorios como Madrid, Barcelona, Alicante, Valencia, ciudades andaluzas o Santiago de Compostela son las mejores comunicadas.



En España, el tren sería el medio más conveniente para los viajeros.



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

NexoBusiness

NexoBusiness es una Feria del Grupo NEXO

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



Jueves, 19 de Octubre 2017

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

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

Hotel Eurostars Madrid Tower

La tecnología, los destinos turísticos inteligentes y los productos o servicios 'mejoran la vida de todos'

Se ha puesto de relieve que la Administración debe tener un papel importante en el desarrollo del Turismo accesible

Más de 400 personas han asistido al II Congreso Internacional de Tecnología y Turismo para todas las Personas, organizado por Fundación ONCE, los días 27 al 29 de sep-

tiembre en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga. En él se ha mostrado cómo la tecnología, los destinos turísticos inteligentes y los productos o servicios mejoran la vida de

todos los ciudadanos. Igualmente se ha destacado que la Administración debe tener un papel importante en el desarrollo del Turismo accesible y la formación es fundamental.

El Palacio de Ferias y Congresos de Málaga ha acogido entre los días 27 y 29 de septiembre el II Congreso Internacional de Tecnología y Turismo para todas las Personas organizado por Fundación ONCE. Durante tres días se han oído cómo la tecnología, los destinos turísticos inteligentes y los productos o servicios mejoran la vida de todos los ciudadanos. En su primera conferencia 'Nuevas Tendencias' a cargo del jefe del Departamento de Innovación de AMETIC, José Tomás Romero, quien defendió la idea de que "lo digital tiende puentes, no crea brechas" y abogó por saber aprovechar "el ramillete" de tecnologías 4.0 en el Sector Turístico, porque, según dijo, intervienen en todas las fases del viaje.

Destacó también la presencia de Ignacio Galiana, del Wyss Institute de Harvard University, quien impartió una conferencia bajo el título 'Exotrajeras para restaurar y mejorar la movilidad'. El científico español dirige un equipo multidisciplinar para el desarrollo de sistemas robóticos vestibles blandos (exotrajeras) que mejoren la movilidad de las personas en las actividades de la vida diaria.

En la jornada del jueves, especialistas en accesibilidad a la cultura aseguraron que hacer que el cine, el teatro o los museos sean accesibles para todas las personas "es rentable" para las empresas que los regentan, como demuestra el hecho de que las sesiones inclusivas aumentan su público en un 20%, como destacó la directora general del Centro Español de Subtitulado y Audiodescripción (CESyA), Belén Ruiz, que participó en una mesa redonda sobre la cultura. En su intervención, Ruiz apostó por hacer que cualquier manifestación cultural sea accesible desde su creación, porque, aseguró, "no es más caro", como algunos empresarios creen.

Abundando en la idea de "remover conciencias", el cofundador y CEO de Odilo, Rodrigo Rodríguez, abogó por que las administraciones públicas valoren más la accesibilidad a la cultura para dar ejemplo y servir de estímulo a las empresas que la promueven. Se trata de utilizar la tecnología para dar acceso a la cultura y para comunicar entre sí a sus usuarios, prosiguió el creador de Odilo.

En su intervención, el manager en Ilunion Tecnología y Accesibilidad, Roberto Torena, habló de Amuse, una app que preparan para que los museos puedan cargar en un solo programa las prestaciones que ofrecen a sus visitantes para mejorar la accesibilidad. La app pretende ser útil y atractiva para todos los visitantes de los museos, por lo que será interactiva e

incorporará elementos dinámicos como distintos tipos de juegos.

Turismo accesible

La Administración debe tener un papel importante en el desarrollo del Turismo accesible. "No un papel protagonista, pero sí de impulsor y facilitador de iniciativas de Turismo accesible y de garante de la ley", reconocieron representantes de las distintas administraciones reunidas por Fundación ONCE en la mesa redonda 'Gestión de la Administración Pública en Turismo'. Para la coordinadora de Turismo Accesible de la Generalitat Valenciana, Ada García-Quismondo, se ha avanzado mucho desde las administraciones y se ha pasado de lo que antes eran acciones puntuales y descoordinadas en materia de accesibilidad a diseñar planes estratégicos de turismo accesible como el de la Comunidad Valenciana.

En la misma línea se manifestó la directora general de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Junta de Andalucía, Carmen Arjona, quien insistió en la implicación que hoy tienen en materia de accesibilidad todas las administraciones. Por su parte, Salvador

García, del Ayuntamiento de Málaga, presentó el programa 'Málaga Ciudad Accesible', cuyo objetivo es acercar el Turismo y la cultura a todas las personas. Por último, la responsable del área TIC Turismo de CDTI, Carmen Alonso, recalcó la misión que tiene este organismo del Ministerio de Economía de apoyar al sector empresarial español.

Éxito de participación

Distintas mesas redondas sobre 'Realidad aumentada, virtual y mixta', sobre 'Robótica' y una última en la que se ha abordado la 'Inteligencia Artificial' han cerrado la última jornada del congreso en la que los expertos han mostrado su deseo de que la tecnología siga evolucionando para que el Turismo, el sector empresarial y la educación avancen hacia un mundo mejor siendo accesibles para todos.

Durante el encuentro, ha destacado la intervención del fundador y CEO de Endurance Robots, George I. Fomitchev, startup dedicada al desarrollo de tecnologías basadas en robótica. En su ponencia ha abordado cómo dar asistencia a personas mayores y pacientes de alzhéimer con chatbots. También



Momento del congreso de la participación de la Mesa de formación.

hubo tiempo para una mesa sobre 'Formación' moderada por el portavoz de Discapacidad del PP, Nacho Tremiño, en la que los participantes han insistido en la necesidad de que todo el alumnado que salga de la universidad esté formado en accesibilidad. Por ello han pedido que todas las titulaciones incluyan formación relacionada con las personas con discapacidad. "Los futuros profesionales han de estar sensibilizados y formados en

los conceptos de accesibilidad universal y diseño para todas las personas", han concluido.

En la clausura del Congreso Fundación ONCE clausuró el director de Accesibilidad Universal e Innovación, Jesús Hernández, ha subrayado que se va "contento y orgulloso de los resultados y del seguimiento que ha tenido". Se ha demostrado, concluyó, que la tecnología ya está aquí "y ha venido para quedarse y va a cambiarnos la forma de relacionarnos".

El 56% de los establecimientos turísticos cuenta ya con una política o compromiso con las personas con discapacidad

Existe un desajuste entre la percepción de accesibilidad que tiene de sí mismo el Sector y lo que supone realmente

En el Sector Turístico "la percepción que tienen de la accesibilidad que ofrecen no coincide con las necesidades reales de las personas con discapacidad", ha advertido el director de Accesibilidad Universal e Innovación de Fundación ONCE, Jesús Hernández, en la presentación del 'Observatorio de Accesibilidad Universal del Turismo en España' en el marco del Congreso de Tecnología y Turismo para Todas las Personas. Para la elaboración del trabajo se han analizado 57 destinos, 4.000 hoteles y 40.000 restaurantes, así como oficinas de Turismo, web y playas y se ha entrevistado, además, a cerca de 1.000 usuarios y gestores.

Así, cerca de 1.500 hoteles dicen ser "aptos para silla de ruedas", aunque el estudio advierte de que el personal no tiene la formación adecuada, la recepción no es accesible y de que un 40% no tienen una habitación adaptada. Lo mismo ocurre con los restaurantes: el 26,4% dicen ser aptos, pero según el observatorio casi la mitad no tiene un aseo

adaptado, el 45% no dispone de un acceso correcto o a nivel y ninguno presenta menú en formatos alternativos ni cuenta con personal formado.

Tampoco las oficinas de Turismo ofrecen un servicio adecuado para los turistas con discapacidad, detaca el estudio. El 60% no dispone de un punto de atención accesible y el 70% no muestra información sobre accesibilidad.

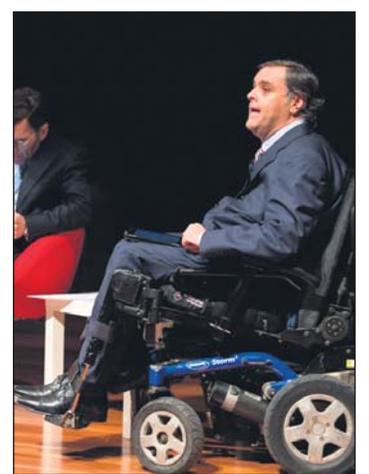
Coste alto

La mitad de las playas dicen ser accesibles. La realidad, según pone de relieve el estudio, es que sí cuentan por lo general con personal formado, pero tendrían que mejorar el acceso y la movilidad en los aseos. El observatorio también ha analizado las rutas turísticas y ha encontrado que sólo un 20% de ellas ofrecen rutas específicas accesibles.

Según las conclusiones del informe, más de la mitad de las empresas consideran alto o muy alto el coste económico de mejorar la

accesibilidad. Los principales frenos que aparecen para ejecutar esas mejoras son en primer lugar el coste adicional que suponen y una "supuesta" falta de demanda efectiva, aunque este argumento contraste a su vez con la percepción de que la accesibilidad beneficia a todos los usuarios. También se apunta la falta de conocimiento sobre accesibilidad universal y atención a turistas con discapacidad (30%), y la falta de información o la complejidad de los requerimientos normativos de accesibilidad (28%). El 56% sí afirma haber incorporado una política o compromiso respecto a las personas con discapacidad. "Los gestores de servicios turísticos no terminan de convencerse de que las personas con discapacidad y necesidades especiales suponen un nicho de mercado potencial para los negocios", lamenta Hernández.

Con todo ello, el informe señala que algunas de las cuestiones que impiden avanzar en una correcta gestión de la accesibilidad es que el



El director de Accesibilidad Universal e Innovación de Fundación ONCE, Jesús Hernández.

sector identifica la accesibilidad únicamente con el urbanismo; también que faltan acciones de asesoramiento o sensibilización dirigidas al sector privado, o que en su mayoría no conocen las acciones de integración laboral de personas con discapacidad en Turismo.

Nueva 'web' compatible de Barceló Hotel Group



Barceló presenta una nueva versión *responsive* de su página en la que, con un diseño muy diferente, ofrece una completa información de sus hoteles y una completa gestión de reservas de estancias, vuelos y traslados para clientes, agencias y empresas.

Air Canada presenta su nueva versión 'responsive'



La nueva versión de la *web* de Air Canadá mantiene, con un nuevo diseño *responsive*, una amplia información sobre la compañía y sus vuelos a Canadá, así como un completo sistema de reservas de vuelos y coches compatible para móviles.

Nueva presentación de la 'website' de CuadraBus



La nueva versión de la *web* de CuadraBus ofrece, con un renovado diseño *responsive*, la misma información general sobre sus distintos tipos de servicio y su flota de vehículos, así como el formulario para presupuestos de la versión anterior.

Vuelos a Asia-Pacífico en la 'web' de Cathay Pacific



La aerolínea Cathay Pacific ofrece en su *web* una amplia información sobre la compañía y sus vuelos desde Europa a Extremo Oriente y Oceanía, así como un sencillo sistema de reservas, que no está disponible para las agencias.



eDreams Odigeo recopila una extensa gama de datos agregados.

eDreams Odigeo completa la integración de Budgetplaces.com

eDreams Odigeo ha completado la integración de Budgetplaces.com, con lo que impulsa su estrategia de diversificación de sus fuentes de ingresos a través de la oferta de 'paquetes' dinámicos (vuelo + hotel) a sus clientes. Además, ha lanzado una plataforma tecnológica con la que los proveedores de alojamiento podrán tener acceso a más de 18 millones de viajeros anualmente.

eDreams Odigeo recopila una extensa gama de datos agregados que permite a los establecimientos asociados obtener una amplia visión de las tendencias de los viajeros, su comportamiento y preferencias específicas de destino. Los alojamientos asociados

también tendrán acceso a OdigeoConnect.com, que les permite gestionar más fácilmente sus tarifas e inventario.

Igualmente, ha ampliado su inventario de 'paquetes' dinámicos con una serie de contratos directos con cadenas hoteleras y establecimientos asociados. El director de productos vacacionales de eDreams Odigeo, Quentin Bacholle, asegura que "gracias a la innovadora tecnología que hemos integrado en nuestra plataforma de alojamiento, ahora podemos ofrecer a nuestros clientes una mejor gama de productos a precios más bajos cuando reservan su vuelo y hotel en una única transacción".

Halcón estrena web con productos exclusivos dentro de transformación digital de Globalia

Javier Hidalgo avanzó que el grupo sería 'muy agresivo' en la transformación digital

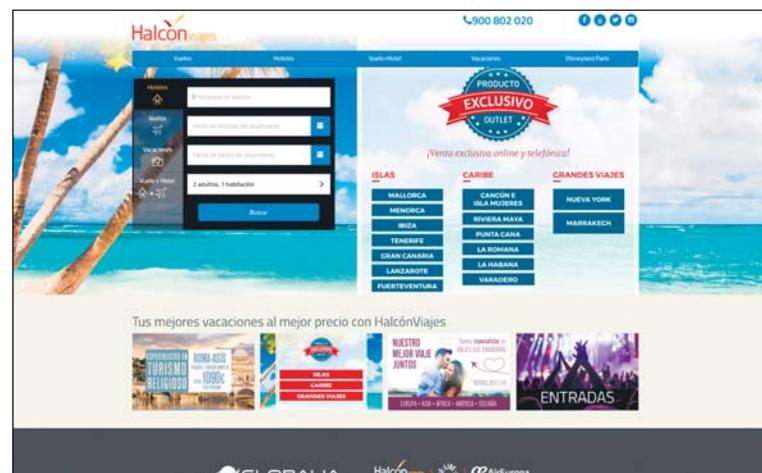
Halcón Viajes estrena nueva página web con novedades como el diseño y la inclusión de producto exclusivo para reservas *online* o telefónica. En 'Producto

Exclusivo Outlet' el cliente puede encontrar ofertas de viajes a las islas españolas, el Caribe y grandes viajes (inicialmente Nueva York y Marrakech).

Primer paso en la transformación digital de Globalia. Halcón Viajes, marca minorista de referencia del grupo turístico, acaba de lanzar una nueva página web cuya gran novedad, además del diseño, es la inclusión de producto exclusivo para reserva *online* o telefónica.

Bajo la pestaña 'Producto Exclusivo Outlet', sus clientes encontrarán ofertas de viajes a las islas españolas, el Caribe y grandes viajes (inicialmente Nueva York y Marrakech). A pesar de que el 'portal' ya está operativo, fuentes del grupo aclaran que es una versión en pruebas y que, por tanto, podría haber alguna modificación.

Como adelantó NEXOTUR, el pasado mes de septiembre fue el propio CEO de Globalia, Javier Hidalgo, quien avanzó que iban a "ser muy agresivos" en la transformación digital de Globalia. "Los precios de nuestra oferta *online* van a ser distintos de la *offline*", reveló, al tiempo que detalló que "nuestra oferta *online* se basará en producto propio nue-



La web actual es una versión en pruebas y podría sufrir alguna modificación.

vo, diferente del tradicional, y no en sólo vuelo, sino en 'paquetes'".

Con esta remodelación visual y de contenido de la página web, Globalia aspira a competir con las agencias virtuales. Y es que como el propio Hidalgo reconoce, "el tópico de que hay que evitar que el *online* canibalice al *offline*, nos ha

llevado a quedarnos fuera del *online*", un problema que afecta de forma similar a las grandes redes de distribución del Sector. "El cliente que entra a comprar *online* no está pensando en comprar en Halcón o Expedia, sino en su viaje a México o a donde sea", aclaraba el CEO del grupo.

Expedia lanza Property Analytics, aplicación que permite acceder a datos sobre visitantes, a la conversión o al precio medio

Con un enfoque en la tecnología de valor añadido, ayuda a las propiedades a tomar decisiones informadas para maximizar sus reservas e ingresos

El grupo Expedia ha anunciado recientemente el lanzamiento de la aplicación Property Analytics de Expedia PartnerCentral, una herramienta "avanzada y práctica" que agiliza el análisis de datos. La plataforma aprovecha los últimos datos de propiedades, *sets* competitivos y mercados para ayudar a las propiedades a tomar decisiones informadas para maximizar sus reservas e ingresos.

Con un enfoque en la tecnología de valor añadido, *marketing* y soluciones de datos para sus socios, Expedia desarrolló EPC Property Analytics para atender las necesidades de los hoteleros. Muchos hoteles tienen que revisar y analizar numerosos informes para evaluar su rendimiento, a menudo con muy pocos detalles o contexto, lo que

hace que el proceso sea intensivo y arduo. EPC Property Analytics combina múltiples aspectos de la ecuación de ingresos en una vista semipersonalizable, proporcionando a los hoteles información de fácil comprensión para tomar decisiones de gestión de ingresos que pueden ayudar a maximizar sus ofertas.

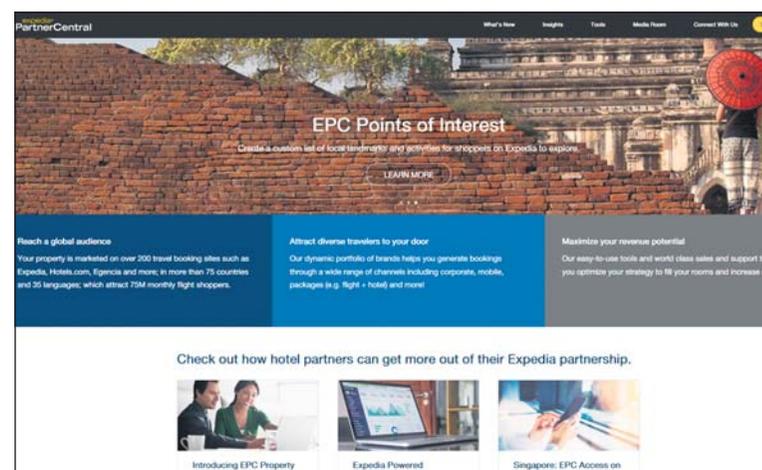
Informes a medida

Desde EPC Property Analytics se puede acceder a datos sobre visitantes, a la conversión o al precio medio, o a aspectos que tienen un mayor impacto en los ingresos de un hotel. Las soluciones ofrecidas incluyen la visibilidad de la propiedad, la conversión de visitantes a clientes y el valor de los huéspedes.

La herramienta también permite generar informes semipersonalizable, con los que los hoteles pueden ver datos para cualquier período de tiempo y compararlos con su propio rendimiento o su set competitivo. Los datos se actualizan cada 24 horas para obtener informes precisos y actualizados.

EPC Property Analytics también ofrece Smart Suggested Actions, que notifica a los hoteles de posibles problemas, desde inconvenientes menores hasta complicaciones importantes, para que puedan concentrarse en los retos inmediatos e implementar una solución.

"EPC Property Analytics permite a nuestros socios hoteleros no sólo diagnosticar fácilmente problemas de rendimiento, sino tomar in-



La herramienta también permite generar informes semipersonalizable.

mediatamente medidas para resolverlos", declaró Nicolas Daudin,

director senior de Gestión Global de Productos del grupo Expedia.

MOSTRADOR

Pullmantur y MSC modifican temporalmente sus rutas por el mar Caribe a raíz de los huracanes Irma y María

Los cambios afectan a las dos rutas que opera el buque Zenith de Pullmantur y los barcos MSC Divina, Fantasía y Seaside

A raíz de los huracanes Irma y María, han sido varias las compañías de cruceros que han cancelado o modificado sus itinerarios. Entre ellas se encuentran dos

de las más potentes del mercado español: MSC y Pullmantur. Recuerdan que es una situación temporal y que siguen apostando por las rutas por el Caribe

MSC se ha visto obligada a cambiar sus rutas por el Caribe como consecuencia de los huracanes que han afectado a distintas poblaciones y destinos concretos de toda la región. Algunos de los puertos que se quedan fuera de forma temporal de sus itinerarios son los de Philipsburg (en Saint Maarten), San Juan (Puerto Rico), Road Town y Tórtola (de las Islas Vírgenes Británicas), Basseterre (San Cristóbal y Nieves), Saint John (Antigua y Barbuda) y Roseau (Dominica).

Los cambios afectarán únicamente a los buques MSC Divina, MSC Fantasía y MSC Seaside. La naviera aclara que sigue comprometida con el Caribe como destino y seguirá ofreciendo cruceros en cuatro barcos durante los próximos meses, a los que se añadirá un quinto, MSC Seaside, en diciembre.

Pullmantur Cruceros, por su parte, ha decidido sustituir las escalas previstas en St. Maarten y Dominica por Guadalupe y Martinica dentro de sus rutas 'Islas del Caribe y

St. Maarten' e 'Islas del Caribe y Barbados', respectivamente. Además, el itinerario 'Islas del Caribe y St. Maarten' pasa a llamarse 'Islas del Caribe y Santa Lucía'. Ambas son operadas por el buque Zenith. Su presidente y CEO, Richard J. Vogel, explica que "hemos estado monitoreando muy de cerca la situación y finalmente hemos decidido incluir Guadalupe y Martinica para ofrecer la mejor experiencia".

✉ www.pullmantur.es
✉ www.msccruceros.es



El Caribe es una gran apuesta para ambas compañías de cruceros.

Silversea planea ampliar el Silver Spirit junto a Fincantieri

Silversea ha presentado los planes para la primera ampliación de uno de sus buques. Se trata del Silver Spirit, al que se le realizará una importante ampliación de la mano del astillero Fincantieri a partir de principios del próximo mes de marzo.

Se alargará mediante la inserción de la sección de en medio de un prefabricado de 49 pies de largo donde se alojarán seis Silver suites, 26 Veranda Suites y dos Panoramas Suites. También realizarán varias actualizaciones técnicas.

✉ www.silversea.com

Air Europa empieza a operar vuelos interislas en Canarias desde los nueve euros para residentes

A partir del 30 de este mes, conectará el Aeropuerto de Gran Canaria con Lanzarote, Fuerteventura y Tenerife

A partir del 30 de octubre, Air Europa pone a disposición de sus clientes 25 nuevas opciones diarias para volar desde el Aeropuerto de Gran Canaria a Tenerife Norte, Lanzarote o Fuerteventura. La aerolínea de Globalia operará estas rutas con un precio desde los nueve euros para los residentes en las islas, comprando ida y vuelta, con tasas incluidas y con el descuento de residencia aplicado.

Operará estas rutas con dos ATR 72-500, con capacidad para 68 pasajeros. La que mayor fre-

cuencia tendrá será la que una Gran Canaria con Tenerife, con siete vuelos de ida y vuelta que despegarán cada media hora desde las 7:00 a las 19:30, a excepción de los sábados cuando operará cinco vuelos y seis los domingos. Por lo que respecta a la conexión Gran Canaria con Fuerteventura, entre semana se operarán tres vuelos diarios y dos en fin de semana. Igual que el número que entre Gran Canaria y Lanzarote, a excepción de los sábados, con dos.

✉ www.aireuropa.com



Gran Canaria tendrá tres nuevos destinos operados por Air Europa.

Mapa Tours ya tiene disponibles sus programas para los mayores de 60 años

Mapa Senior+60 ofrece diez 'paquetes' cerrados de ocho días y pensión completa

Mapa Tours ya ha entrado oficialmente a competir en el segmento de los viajes senior. Desde ahora, tiene disponible en su página web de una oferta exclusiva para los viajeros mayores de 60 años bajo el nombre de Mapa Senior+60.

Estos clientes de Mapa Tours podrán elegir entre diez itinerarios, de venta a nivel nacional solo en agencias de viajes, para salidas en temporada baja hasta el mes de mayo. Los recorridos son Italia, 'Ciudades Imperiales', Sicilia, Croacia, Suiza, Selva Negra y Alsacia, 'Países Bajos y el Rin', Polonia, Marruecos y Turquía.

Se trata de una oferta de 'paquetes' y circuitos vacacionales cerrados de ocho días de duración. Los turistas se alojarán en hoteles de tres y cuatro estrellas en régimen de pensión completa y con algunas visitas y excursiones incluidas. Asimismo, existe la posibilidad de que los clientes contraten con su agencia de viajes desde antes del recorrido una selección de excursiones exteriores al 'paquete' básico para hacer más completo el viaje. Mapa Tours asegura una "digna comisión" a los canales de distribución.

✉ www.mapatours.com



Una de las rutas incluye Hungría.



La ruta recorre pueblos y ciudades de La Rioja.

'Magic Wine Tour' ofrece vivir la vendimia de primera mano

Los meses de recogida de la uva traen también un amplio catálogo de actividades enoturísticas en la zona de La Rioja. Así, de la mano de 'Magic Wine Tour', el turista puede realizar un viaje a su medida combinando los atractivos como

mejor se ajuste a sus necesidades. El cliente adquiere un billete y durante la vigencia del mismo puede usar ilimitadamente los servicios que ofrece (guía en el bus, desplazamiento, visitas a bodegas, etc).

✉ www.magicwinetour.com

■ CLUB NEXOTUR

Husa Hoteles ofrece hasta un 45% de descuento a agentes

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

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

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

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

■ FAM TRIP



Recibe a un grupo de profesionales procedentes de Reino Unido.

Mallorca muestra su oferta MICE

La Agencia de Turismo de las Islas Baleares ha llevado a cabo un viaje de familiarización dedicado a agencias organizadoras de convenciones y asociaciones de OPC de Reino Unido. El objetivo ha sido dar a conocer todo lo que Mallorca puede ofrecer como destino de congresos e incentivos.

Más novedades en Disneyland Paris con motivo de la celebración de su aniversario

La Navidad y la Temporada de la Fuerza serán las dos temáticas más destacadas

Disneyland Paris proseguirá esta temporada de invierno sorprendiendo a sus visitantes con motivo de la celebración de su 25 aniversario. Después de todas las novedades que presentó el pasado mes de marzo, ahora llega el turno de dos temáticas muy esperadas por los visitantes: La Navidad y la Temporada de la Fuerza. Durante el día, los personajes Disney más conocidos se darán cita en el escenario Production Courtyard de los Walt Disney Estudios para cantar algunos de los villancicos más populares. Y al caer la noche Goofy transformará la famosa Tower of Terror, que se convertirá en el lienzo perfecto para un espectáculo nocturno con la última tecnología en mapping y efectos especiales.

El parque Disneyland volverá a recibir la famosa cabalgata de Navidad, que recorrerá Main Street U.S.A dos veces al día. Además, Castle Stage tendrá un nuevo espectáculo con Stitch como protagonista. Otros clásicos de la Navidad en Disneyland Paris, como la nieve en Main Street U.S.A., la ceremonia de ilu-

minación del abeto o los encuentros con personajes Disney, formarán parte del programa.

El 13 de enero de 2018 La Fuerza volverá a sentirse en el parque. Los seguidores de la saga Star Wars podrán disfrutar de multitud de experiencias. Durante el día, la Capitán Phasma liderará la marcha de los Stormtroopers y los personajes más icónicos de la saga subirán al escenario Production Courtyard en el espectáculo Star Wars: A Galaxy far, far away. Al caer la noche, el universo Star Wars cobrará vida a través de proyecciones, efectos especiales y presencia de los héroes de la saga.

Todos los canales de distribución podrán beneficiarse de las ventajas de la nueva campaña de venta anticipada, que arrancó el 3 de octubre y permanecerá abierta hasta el 15 de noviembre (para visitar el parque del 1 de noviembre de 2017 al 20 de marzo de 2018). La pretensión de Disneyland Paris es alargar la duración de las visitas, que en la actualidad es de 3,6 noches de media en el caso del mercado español. Es por ello



El parque sorprenderá a sus visitantes.

que lanzarán una oferta de hasta dos noches gratis y niños menores de siete años gratis.

Además, los viajeros que vuelen con Iberia disfrutarán "de una experiencia inolvidable que empieza en el aeropuerto". La aerolínea ofrece hasta siete vuelos directos por sentido entre Madrid y París (cinco diarios al aeropuerto de Orly y dos vuelos al día al aeropuerto de Charles de Gaulle, estos últimos operados por Iberia Express). Los pasajeros que viajen en familia disfrutarán de condiciones especiales.

✉ www.disneylandparis.es

Expertos en Consultoría de Transporte por Carretera

De Profesional a Profesional



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

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

Nexopublic

CONSULTING

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

El 'resort' hotelero Holiday World presenta un nuevo programa de 'paquetes' deportivos con asesoramiento

'Mucho más que deporte' incluye las pistas y material para practicar el deporte escogido, además del alojamiento

En Benalmádena, Holiday World cuenta con cinco establecimientos hoteleros pensados en gran medida para realizar actividades físicas y promover los hábitos saludables entre

sus clientes. Ahora ofrece una renovada opción para los amantes del Turismo deportivo con varios 'paquetes' en los que estarán en todo momento asesorados por profesionales

del más alto nivel. Los clientes tendrán acceso a las pistas y material necesarios, así como a *spa*, gimnasio con masajes y una amplia oferta complementaria de ocio y deporte.

El *resort* hotelero Holiday World, situado en Benalmádena, en la provincia de Málaga, pone a disposición de sus clientes un nuevo programa de 'paquetes' deportivos que continúan con su filosofía de proporcionar una vida sana y equilibrada a los turistas, a la vez que pueden disfrutar de todas las comodidades de un gran hotel. 'Mucho más que deporte' es una oferta única para deportistas, con asesoramiento especializado en el *Sport Point* del establecimiento y con una excelente oferta complementaria, deportiva y de ocio.

Estos 'paquetes' diseñados para los amantes del deporte, además de proporcionar las pistas y el material para practicar la actividad escogida, incluyen el alojamiento en los hoteles, *spa* y gimnasio con zona de masaje y ofertas complementarias de deporte y ocio. Además, se lleva a cabo un programa de alimentación saludable.

Según el 'paquete' escogido, los clientes se alojarán en uno de los cinco establecimientos que la empresa tiene en Benalmádena, ya que cada uno está enfocado en un tipo diferente de Turismo. Holiday World ofrece *packs* específicos para deportes concretos (fútbol, balonmano, ciclismo), pero también otros para un tipo de ejercicio, como pueda ser el *crossfit* o el senderismo, que combine diversas actividades físicas en las instalaciones y fuera del *resort* hotelero.

Opción multideporte

Pero Holiday World también tiene opciones para aquellos que no sean profesionales sino que quieren probar en sus vacaciones varias de las actividades que ofertan. De hecho, algunos de los 'paquetes' más demandados son precisamente los multideporte para clubes y empresas. Se trata de un programa

de actividades variadas indicado especialmente para estos grupos y que incluye desde clases de Power Training hasta pilates, yoga y SUP pilates, una innovadora técnica que se ha puesto muy de moda en los últimos meses. La mecánica es similar a la de una clase de yoga o pilates, solo que tiene la dificultad añadida de que se realiza en una tabla de surf sobre el agua.

Entre las otras ofertas, la compañía hotelera destaca especialmente el de fútbol, que permite practicar la actividad favorita de muchos españoles al borde del mar. Otros 'paquetes' muy demandados son los de balonmano, *crossfit*, triatlón, ciclismo, natación, *running* y senderismo.

Siempre bajo la supervisión de unos expertos deportivos específicos para cada ejercicio. Y todos ellos bajo la dirección general de Guillermo Mediano, nadador olímpico y entrenador superior de na-



Una de las instalaciones exteriores del Holiday World.

tación, reconvertido ahora en un experto en Turismo deportivo.

El *resort* cuenta con numerosas pistas deportivas: fútbol, tenis, pádel, baloncesto, piscina de olas y un gran oferta de ocio comple-

mentaria: piscina interior y exterior, cine, bolera, lavandería, tienda, parque acuático, excursiones y animación. Todo ello a 24 kilómetros del aeropuerto de Málaga.

✉ www.holidayworld.es

NEXOTUR

La información profesional no es un juego de niños

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

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

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

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13/28014 Madrid

E-mail: atencion-clientes@nexotur.com / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid



De Profesional a Profesional

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

CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00
☎ 91 369 18 39

Lope de Vega, 13
28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

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

100% Agentes

Turnexo

Madrid

Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXO TUR

Martes 14 de Noviembre
Hotel Mayorazgo

Nexopublic
CONSULTING



HOTELERIA

Las pernoctaciones se mantienen en agosto y aumenta la facturación media por habitación

Las pernoctaciones en establecimientos hoteleros aumentan un 0,5% en agosto respecto a 2016

En agosto, las pernoctaciones en establecimientos hoteleros en nuestro país se han mantenido prácticamente iguales a las del mismo mes de

2016, con 46,7 millones, un ligero 0,5% más. En el agregado de julio y agosto crecen un 1%, mientras que en el acumulado del año el incre-

mento es del 3,1%. Para los residentes en España la Comunidad preferida es la de Andalucía y para los turistas extranjeros Islas Baleares.

En agosto se han registrado 46,7 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros, tan solo un 0,5% más que en el mismo mes de 2016. Solo aumentan las realizadas por los turistas extranjeros, con un 1,5% más. Mientras que las de viajeros residentes en España disminuyen un 1,2%. La estancia media baja un 0,5% respecto a agosto de 2016, situándose en 3,8 pernoctaciones por viajero.

Así, en el agregado de julio y agosto, las pernoctaciones ha crecido un 1% respecto al mismo periodo de 2016. Las de residentes bajan un 1,6%, mientras que las de no residentes suben un 2,5%. Ya en el acumulado del año, se incrementan un 3,1%.

Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Galicia son las Comunidades autónomas elegidas principalmente por los viajeros residentes en España durante agosto, con tasas anuales de variación en el número de pernoctaciones negativas en todos los casos (-4,5%, -5,5%, -4,1%, respectivamente), excepto en la última (6,5%).

En el caso de los turistas extranjeros, el principal destino es Islas Baleares, con un 33,5% del total de pernoctaciones, aunque sus pernoctaciones bajan un 1,4% respecto a agosto de 2016. Los siguientes destinos de los no residentes son Cataluña, con el 21,4% del total y un crecimiento del 1,6%, y Canarias, con el 19,5% del total y un descenso del 0,1%.

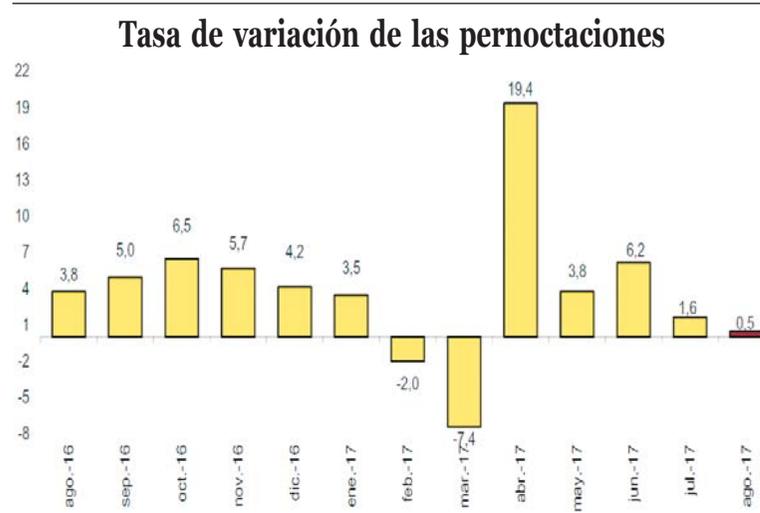
En agosto se han cubierto el 77,5% de las plazas ofertadas, un 0,4% menos en su tasa interanual. El grado de ocupación por plazas en fin de semana baja un 0,2% y se sitúa en el 80,2%. Islas Baleares es la que registra el mayor grado de ocupación por plazas durante agosto, con el 91,1%. Le siguen Canarias, con el 87,7%, y Comunidad Valenciana, con el 81,2%.

Ocupación hotelera

Por zonas turísticas, Mallorca alcanza el mayor grado de ocupación por plazas (91,9%) y Palma-Calvià la mayor ocupación en fin de semana (93,9%). La Costa del Sol ha obtenido el mayor número de pernoctaciones, con más de 2,4 millones. Los puntos turísticos con más pernoctaciones son Barcelona, Madrid y Calvià. Formentera, por su parte, presenta el mayor grado de ocupación por plazas (97,5%) y Pollença el mayor grado de ocupación en fin de semana (97,4%).

Los viajeros procedentes de Reino Unido y Alemania concentran el 25,7% y el 19,7%, respectivamente, del total de pernoctaciones de no residentes en establecimientos hoteleros en agosto. El mercado británico baja un 3,9% y el alemán un 5,0%. Las pernoctaciones de los viajeros de Francia, Italia y Países Bajos registran unas tasas anuales del -5,4%, -2,2% y 7,1%, respectivamente.

La tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH) se ha situado



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

© NEXOTUR

en agosto en el 6,5%, 0,4 puntos menos que la del mes anterior y 0,3 puntos por debajo de la de hace un año. Islas Baleares, Cataluña, Andalucía y Canarias son las Comunidades con mayor ponderación en el IPH en agosto (suponen el 76,6% del peso total). Los precios hoteleros suben en tasa anual un 9,7% en Cataluña, un 7,2% en Islas Baleares, un 6,6% en Canarias y un 4,5% en Andalucía. Por categorías, los precios suben en todas. En los hoteles de dos estrellas de oro (7,8%), tres estrellas de oro (7,7%), una estrella de oro (7,4%), cuatro estrellas de oro (6,3%), una estrella de plata (5,5%), tres y dos estrellas de plata (4,7%) y cinco estrellas de oro (4,2%).

La facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada (ADR) es de 105,6 euros en agosto, un 6% más respecto al mismo mes de 2016. Por su parte, el ingreso medio diario por habitación disponible (RevPAR), que está condicionado por la ocupación registrada en los establecimientos hoteleros, alcanza los 83,9 euros, con un incremento del 6,4%. Por categorías, la facturación media es de 228,4 euros para los hoteles de cinco estrellas, de 116,9 euros para los de cuatro y de 91,9 euros para los de tres estrellas. Los ingresos por habitación disponible para estas mismas categorías son de 172,5, 99,9 y 78,0 euros, respectivamente.

CEHAT muestra su repulsa al 'chantaje e intimidación' sufrida por varios hoteles catalanes

La confederación hotelera solicita una 'profunda reflexión por parte de la autoridades competentes'

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) manifiesta la semana pasada su más enérgica y absoluta repulsa al "chantaje e intimidación sufrida por varios hoteles del Maresme por parte de determinadas organizaciones y administraciones públicas", en relación a los clientes alojados en los mismos por ser estos miembros pertenecientes a los cuerpos y fuerzas de seguridad.

En consecuencia, exigía "el cese de cualquier manifestación y actitud violenta sucedida en las inmediaciones

de los mencionados hoteles". Asimismo, solicitaba "una profunda reflexión por parte de la autoridades competentes" con el objetivo de volver "a la normalidad y a la concordia como base indispensable para la convivencia de todos los ciudadanos".

"El Turismo en general y la hotelería en particular es el máximo exponente de paz entre los pueblos civilizados", subraya CEHAT, al tiempo que recuerda que "nuestro Sector es una de las actividades profesionales que genera el mayor grado de bienestar y estabilidad económica y social".



El Turismo es el máximo exponente de paz entre los pueblos civilizados, subrayan.

■ PRODUCTO

Eurostars desembarca en Ecuador con el cuatro estrellas Galería Man-Ging

Eurostars Hotel Company ha llegado a Ecuador con la incorporación del Exe Galería Man-Ging cuatro estrellas (antes el Hotel Galería Man-Ging), en la ciudad de Guayaquil. El establecimiento, que se incorpora en régimen de arrendamiento, se convierte en el decimosexto que la hotelera opera en América Latina. Antes, Eurostars integró el Eurostars Panamá City (Ciudad de Panamá) y el Exe San José Center (San José de Costa Rica). La compañía, que apuesta firmemente por la expansión en esta área geográfica, tiene otros proyectos en la zona. El más destacado es el Eurostars Torre Bacatá, que, en Bogotá, será el hotel más alto del continente.

Palladium Hotel Group trabaja por obtener la Healthia Certification

Palladium Hotel Group colabora con Healthia Certification para obtener el certificado de calidad de su oferta gastronómica. Durante este año se están adaptando todos los estándares y ofertas gastronómicas a los requisitos Healthia para poder obtener el sello antes del comienzo de la temporada 2018. El grupo hotelero quiere que todos sus establecimientos bajo la marca Grand Palladium Hotels & Resorts cuenten con "una oferta saludable para sus clientes sin perder la tendencia gastronómica característica del grupo", explicaron desde Palladium. La certificación Healthia se otorga a los hoteles que superan rigurosas auditorías.

El Majestic Hotel ha reformado recientemente su oferta de alta cocina

El Majestic Hotel & Spa Barcelona de cinco estrellas ofrece desde el 3 de septiembre, "una experiencia gastronómica inigualable". "Paseo de Gracia se volverá a convertir en un potente imán para los paladares más exigentes de los domingos con el succulento Majestic Brunch Experience", subrayaron durante su presentación. Lujo y productos de proximidad, típicos de la dieta mediterránea, se dan cita en estos reclamos gastronómicos que vuelven a tener como protagonista al chef Estrella Michelin Nandu Jubany, asesor del establecimiento. Jubany, como cada año, ha empleado su inspiración para diseñar interesantes novedades.

Expertos hoteleros creen que las nuevas medidas aplicadas por el Govern tendrán efectos positivos sobre el Turismo balear

Algunos de los elementos tradicionalmente diferenciadores de España como el clima y el precio, ya no lo son tanto

Los principales empresarios y directivos del sector hotelero y turístico de Baleares se han reunido en el Gran Debate Hotelero, organizado por el

Grupo Vía. En él han abordado la irrupción de la masificación turística, las estrategias adoptadas contra la oferta ilegal, la optimización de los re-

ursos naturales, en peligro por la saturación de las islas, o las medidas a implementar para atraer a un Turismo controlado y de mayor calidad.

El Gran Debate Hotelero en Mallorca ha propiciado el diálogo entre los principales empresarios y directivos del sector hotelero y turístico de Baleares que han tratado temas como la irrupción de la masificación turística, las estrategias adoptadas contra la oferta ilegal, la optimización de los recursos naturales, en peligro por la saturación de las islas, o las medidas a implementar para atraer a un turismo controlado y de mayor calidad.

Como explica el CEO de Les Roches Marbella y moderador del debate, Carlos Díez de la Lastra, "Baleares debe aprovechar el actual ciclo extraordinario de incremento turístico para virar su posicionamiento hacia un perfil alto y competir por atraer ese tipo de turista europeo y norteamericano que busca un entorno seguro, de alto nivel de servicio y con propuestas diferenciales". Un reto que en parte debe recaer en las grandes firmas hoteleras de Baleares, asegura.

A lo largo del debate, también ha habido ocasión para comentar las nuevas medidas adoptadas por el Govern dirigidas a frenar el avance de los alquileres irregulares, una iniciativa que los expertos reunidos en Ma-

llorca consideran "tendrá beneficios a corto y medio plazo".

Los participantes, divididos en dos mesas redondas han coincidido en señalar cómo algunos de los elementos tradicionalmente diferenciadores de España como el clima y el precio, ya no lo son tanto en un mundo sin la distancia como barrera; a lo que se suman las nuevas plataformas de oferta turística basadas en la tecnología que alteran el equilibrio de precios.

El cliente como punto de partida

"Las nuevas tecnologías y el nuevo rol tomado por el consumidor han transformado el sector y han modificado el perfil del cliente", indica Díez de la Lastra. Según estimaciones del 2016, hay más de 4.300 millones de usuarios de teléfonos móviles en todo el mundo, que representan cerca del 60% de la población. Durante la última década, esta "revolución móvil" ha generado nuevas industrias y ha transformado, por completo, a otras. Los hoteles no son una excepción, y, de hecho, el teléfono inteligente se está convirtiendo en un hotel por "control remoto" para manejar casi



El evento, celebrado en el Iberostar Cristina, ha sido organizado por Grupo Vía.

todo en muchas cadenas internacionales. "Debemos renovar nuestro parque hotelero y adaptarlo a las nuevas necesidades para alcanzar a las nuevas tipologías de turista con nuevas experiencias a medida", aconseja el CEO de Les Roches Marbella. "Aunar calidad de instalaciones, cualificación profesional en el servicio, tecnología y relevancia a través de la experiencia, es la combinación que está distinguiendo a los destinos que mejor

están sabiendo competir con las nuevas plataformas", asegura, a la vez que remarca que "solo algunos empresarios del sector han sabido ver la capacidad que tienen de crear su isla dentro de la isla". "Identificar qué nos aporta más valor y conseguir las alianzas o fortalezas que permiten poner mar de por medio entre distintas áreas turísticas de una misma isla es lo que está marcando la diferencia en el Turismo balear", concluye.

Jorge Marichal: 'Crecer desde el punto de vista turístico es madurar, no envejecer'

El presidente de Ashotel y el consejero insular de Turismo dialogan en 'Renueva Hotel'

"Crecer es madurar, no envejecer, tener muy claro qué queremos y adónde vamos en nuestro negocio; debemos ser inteligentes, no ser cortos de mira y hacer un diagnóstico a medio y largo plazo que nos permita ganar en competitividad", ha subrayado el presidente de Ashotel, Jorge Marichal, en su diálogo con el consejero de turismo del Cabildo de Tenerife, Alberto Bernabé, en las jornadas 'Renueva Hotel', organizadas en Adeje por El Corte Inglés División Empresas.

"Ahora sí, hoy vivimos el momento de la renovación hotelera, tenemos que aprovechar esta coyuntura tan positiva para poner a punto todas nuestras instalaciones obsoletas, porque este buen ciclo no nos va a durar para siempre", afirma. En este sentido, recuerda también que la renovación hotelera en la que están inmersos muchos establecimientos de Tenerife y de Canarias debe ir acompañada de una rehabilitación y puesta a punto del espacio público.

En esta línea, Bernabé ha coincidido con Marichal en que "Tenerife es un destino imbatible", pero ha aclarado que "nunca competirá en precios con otros destinos, ahí no está nuestro objetivo".

Para el responsable de Turismo de la corporación insular, "el número



El Corte Inglés División Empresas ha organizado el evento.

de visitantes y las alusiones constantes a que batimos récords no debe narcotizarnos, no podemos perder el norte, somos un buen destino, pero no está todo hecho, hay mucho aún por hacer". E insiste en que "no debemos jugar en la liga de los precios, sino en la de la calidad".

Para Marichal, Canarias debe tener un debate sosegado sobre "hacia dónde vamos y dónde podemos sacar mejor retorno de la actividad turística". "Somos un territorio frágil, limitado, no podemos seguir creciendo de forma infinita; ese creci-

miento debe ser hacia dentro, hacia la mejora de nuestros productos y servicios turísticos", insiste.

Alquiler vacacional

Otro de los asuntos abordados en este cara a cara fue el alquiler vacacional y la 'turismofobia', dos temas que tienen cierta relación para Marichal, quien recordó que el 45% de las viviendas vacacionales en Canarias está en manos de grupos empresariales, según datos de un estudio del Gobierno de Canarias.

PRODUCTO

El Hotel Casa Fuster finaliza la reforma de su fachada tras seis meses

La fachada del Hotel Casa Fuster luce renovada después de su rehabilitación. El primer hotel de Barcelona convertido en monumento concluye esta restauración después de seis meses en los que un equipo de expertos ha trabajado por mejorarla. Hoteles Center, la cadena propietaria del hotel, puso de manifiesto su compromiso con el patrimonio a través de esta remodelación en la que la clave ha sido "dotar al conjunto de su aspecto original sin alterar su estética", han asegurado desde Hoteles Center. Entre las tareas de restauración que se han llevado a cabo en el edificio, destacan las labores de conservación de los distintos tipos de piedra que integran la fachada tan emblemática.

El establecimiento Sofia de Barcelona presenta su restaurante Impar

El renovado hotel Sofia de Barcelona acaba de presentar el restaurante Impar, un espacio de 600 metros cuadrados donde disfrutar de "creativas propuestas con guiños a diferentes propuestas". Este espacio de restauración con capacidad para 200 personas forma parte de las nuevas propuestas del hotel Sofia y aspira a convertirse "en punto de encuentro social y gastronómico para el público local". Con esta nueva apertura, la Avenida Diagonal recupera así una de sus enseñas hoteleras más emblemáticas. El interior del restaurante también es una novedad, rediseñado por el interiorista Jaime Beriastain. El diseñador quiso darle al restaurante el aire de un bistro "mediterráneo y urbano".

La cadena Campanille eleva sus reservas gracias al público infantil

Los hoteles Campanille aumentaron en el último año un 19% el número de reservas gracias al éxito de sus "noches de pijama", una iniciativa que permite a niños y niñas disfrutar de su cumpleaños pasando la noche con sus amigos en una habitación tematizada con sus personajes favoritos. Este nuevo concepto de cumpleaños ha permitido, desde su puesta en marcha hace dos años, dinamizar los fines de semana los hoteles de la cadena. El último año un total de 532 menores y padres han disfrutado de esta propuesta de Campanille. El perfil de los clientes de este tipo de celebraciones es de madres y padres que contratan fiestas para niños y niñas de entre siete y 12 años. La media por evento es de siete personas, seis menores y un adulto.

Arrancan las Jornadas sobre Sostenibilidad y Eficiencia ITH

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha puesto ya en marcha el noveno ciclo de Jornadas sobre Sostenibilidad y Eficiencia Energética en Hoteles. Este año Cádiz, Nerja, Benidorm y Tenerife serán los destinos que acojan las cuatro jornadas entre los meses de octubre a diciembre. A la primera que fue el 19 de septiembre en Pamplona, le siguen Cádiz, el día 17 de octubre, Nerja, el 16 de noviembre, Benidorm, el 23 de noviembre y Tenerife, el 12 de diciembre.

Estas jornadas nacen con el objetivo de ayudar a los hoteles a encontrar las soluciones más adecuadas a su perfil de establecimiento maximizando el ahorro energético en sus instalaciones. Medidas que cobran especial relevancia, considerando los objetivos fijados por la Unión Europea para reducir en un 20% el consumo energético y aumentar en un 20% el uso de energías renovables y eficiencia energética. En cada una de las sesiones se realizará un repaso de las diferentes tecnologías y soluciones que están disponibles en el mercado, contando para ello con el apoyo y la visión de expertos.

BOOKING

NEXOTUR

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

☎ **91 369 41 00**
☎ **91 369 18 39**

Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	☎ 902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	☎ 902-355444/968-355444 Fax 902-355443
TUI SPAIN Mesena, 22, 2º MADRID	☎ 91-7597125 info@tuispain.com
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	☎ 91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	☎ 93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	☎ 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Morera, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 358358/91-7244777 Fax 91-6549947
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	☎ 93-425.30.66 Fax 93.425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5422071
HVALTRAVEL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
IBEROJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070428 Fax 971-040466
INTERMUNDOS Fencarral, 9 1ºB MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipias, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664
MUNDCOLOR Mahonia, 2 MADRID	☎ 902-361926 Fax 93-4827131

NIZA TOURS-VIAJES NIZA Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4º MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	☎ 91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	☎ 91-5612373 Fax 91-5614242
PAISAJESTRANSVIA TOURS Albacete, 19 VALENCIA	☎ 96-3414400 Fax 96-3423777
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Rio Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	☎ 95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS Buen Suceso 14, 28008, MADRID	☎ 91-5484600-902-109898 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	☎ 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	☎ 91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA	☎ 93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID	☎ 91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	☎ 96-3944625 Fax 96-3942381
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	☎ 91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Vía, 81 2º BILBAO	☎ 902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164102/91-7242422 Fax 91-623 98 17
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	☎ 902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Carretera Arenal - Lluçmajor km, 21,5 Lluçmajor	☎ 971-178100
TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ 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 5º BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 10, 6º drcha MADRID	☎ 900 995 282 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. Descubridor Diego de Ordaz, 3-3º MADRID	☎ 91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	☎ 902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	☎ 971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	☎ 91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Tarragona, 161, 15º BARCELONA	☎ 901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Luisa Fernanda, 2 MADRID	☎ 91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	☎ 91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
LAN Capitán Haya 1, 7º planta. MADRID	☎ 91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	☎ 91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
US AIRWAYS Alberto Aguilera, 38 2º Izq. MADRID	☎ 91-4444700 Fax 91-4444709

Compañías Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	☎ 902-160180 Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
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 Diputacion, 238 sobreatico BARCELONA	☎ 93-4125956 Fax 93-4122914
FERROCARRILES AMERICANOS Zurbano, 56 MADRID	☎ 91-3082962 Fax 91-3086502
RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Línea Asista)	☎ 902-105205 Fax 902-105200

Alquiler de Automóviles

BUDGET RENT A CAR ESPAÑA Conde de Aranda, 1-3º Dcha. MADRID	☎ 91-4363319 Fax 91-5768827
--	--------------------------------

EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID	☎ 91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS Gran Vía Costes Catalanas, 617 BARCELONA	☎ 902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN	☎ 964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE, Y CANARIAS	☎ 928-512694-543456 Fax 928-514137

Centrales de Reservas

CANARIAS.COM-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 Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA	☎ 902-144444 Fax 91-5791392
TRANSHOTEL Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164164/902 164163 Fax 902 444 164
PEGASUS SOLUTIONS Pza. Marqués de Salamanca, 3 y 4 1º	☎ 91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

Organismos

GRUPO STAR Luisa Fernanda, 12 MADRID	☎ 91-5502160 Fax 91-5432689
INFOASTURIAS Pza. España, 5 1º OVIEDO	☎ 902-300202 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 4º MADRID	☎ 91-5475921 Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID	☎ 902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

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

Cadenas hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



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

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

☎ **91 369 41 00** **INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING**
☎ **91 369 18 39** **Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad**

NEXOTUR

NEXOTUR

GRUPO
Nexo

NEXO

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

NEXOTUR®

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

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

EDICIÓN

1000

ESPECIAL



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

**HISTORIA
DEL TURISMO
EMISOR EN ESPAÑA**

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

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

Barceló Hotel Group renueva en su totalidad el diseño de su 'web'

Barceló presenta una nueva versión *responsive* de su página en la que, con un diseño muy diferente, ofrece una amplia información de sus hoteles y una completa gestión de reservas de estancias, vuelos y traslados para clientes, agencias y empresas.



www.barcelo.com

La nueva *web* del Grupo Barceló, disponible para todo tipo de terminales, modifica la presentación de la versión anterior aunque mantiene, con un diseño renovado, una información muy semejante sobre sus 100 hoteles en 20 países de tres continentes. Incluye un completo sistema de gestión de reservas, que contempla el mantenimiento *online*, de estancias, servicios, vuelos, traslados y excursiones, válido para todo tipo de usuarios, incluyendo un área específica para las agencias de viajes. Por otro lado, la página presenta versiones en 17 idiomas, una de ellas el castellano.

INFORMACIÓN

Se sigue accediendo a sus hoteles en un mapa activo o desde búsquedas por país, tipo de hotel o alfabéticas. Presenta una completa descripción del hotel en varias pantallas, incluyendo ofertas, servicios para bodas y otros eventos, información sobre el destino y excursiones.

RESERVA

Mantiene su completo sistema de reservas, que contempla estancias, servicios del hotel, vuelos, traslados y excursiones y que dispone de áreas para usuarios, registrados o no registrados, empresas y agencias, con posibilidad de acceso posterior a la reserva.

GENERAL

Ofrece una completa información sobre el Grupo Barceló, su historia —iniciada hace más de 100 años transportando pasajeros en Mallorca—, así como sobre su filosofía, valores y objetivos. También dedica dos áreas muy completas a las bodas y a la organización de eventos.

▲ Lo Mejor / Amigable

Es un sistema que ofrece un fácil acceso a la información y gestión de reservas desde cualquier tipo de terminal.

▼ Lo Peor / Agencias 'Online'

Sigue sin ofrecer información sobre el programa de páginas afiliadas que existía en versiones anteriores.

BARCELO / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva versión *responsive* de la página de Barceló Hotel Group sigue siendo de interés para las agencias de viajes, que pueden consultar una completa información de sus hoteles, vuelos y otros servicios y gestionar en ella sus reservas, desde cualquier tipo de terminal.

8,9

Air Canadá moderniza su página con un nuevo diseño 'compatible'

La nueva versión de la *web* de Air Canadá mantiene, con un nuevo diseño *responsive*, una amplia información sobre la compañía y sus vuelos a Canadá, así como un completo sistema de reservas de vuelos y coches compatible para terminales móviles.



www.aircanada.ca

Air Canadá vuelve a modificar su página para ofrecer un nuevo sistema totalmente compatible para cualquier tipo de terminal, a diferencia de la versión anteriormente analizada, que ofrecía una versión parcial para móviles. Mantiene una amplia información sobre la empresa, su flota y todos sus trayectos y horarios, incluyendo un sistema muy completo de reservas de sus vuelos y los de sus compañías asociadas, y de coches de alquiler, sin posibilidad de gestión desde las agencias de viajes, todo ello en versiones para muchos países en su idioma o inglés.

INFORMACIÓN

En el nuevo diseño ofrece un mapa activo de sus rutas por destino, así como consulta y la descarga de una completa información de vuelos, flota y horarios en PDF. También ofrece *online* una completa información sobre su flota y las características de cada tipo de avión.

RESERVA

Mantiene su completo sistema de reservas, aunque ya no aparece el área de gestión para las agencias que existía anteriormente en las versiones para varios países. Ofrece información de vuelos y precios disponibles, la selección de asiento y una completa gestión posterior.

GENERAL

Ofrece, en inglés, un área muy completa de información general y financiera de la empresa. También incluye un área de ayuda al viajero, informa sobre su programa de fidelización Altitude y otra área para usuarios registrados, que incluye un formulario de alta.

▲ Lo Mejor / Diseño

Se trata de una página bien diseñada que permite una fácil gestión desde cualquier tipo de terminal.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

No aparece la posibilidad de gestión de reservas desde agencias que ofrecía la versión anterior en algunos países.

AIR CANADA / Línea Aérea

Ponderación de los Valores

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

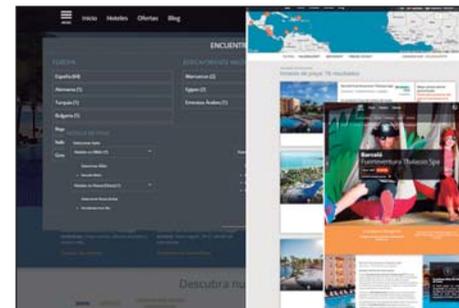
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva versión de la página de Air Canadá, a pesar de su adecuado diseño, facilidad de uso y de ser compatible para todo tipo de terminales, resulta de poca utilidad para las agencias de viajes a las que ya no ofrece ninguna posibilidad de gestionar en ella sus reservas.

7,3



Entrada / Presenta el acceso al menú completo, acceso directo a varios temas, la reserva de hotel y el mapa activo.



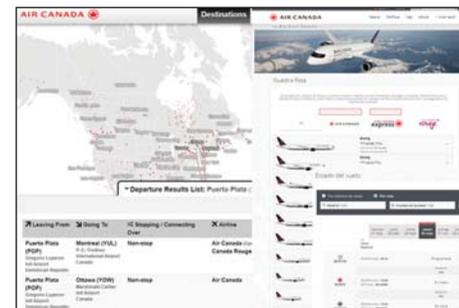
Producto / Se accede desde el mapa activo o desde relaciones por parámetros, a la información del hotel en varias pantallas.



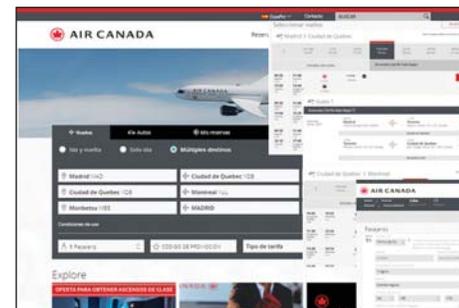
Reserva / Mantiene su completo sistema de reservas de estancias y vuelos, válido para clientes, empresas y agencias.



Entrada / Presenta el acceso a varias áreas de información, la gestión de reservas de vuelos y coches, ofertas y otra información.



Producto / Mantiene un área muy completa de información y servicios con un mapa activo de sus vuelos y su flota, entre otros.



Reserva / Dispone de un completo sistema de reservas de vuelos y coches de alquiler, aunque no válido para las agencias.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Muchas de las agencias que buscan nuevos empleados se concentran en Madrid

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

■ **Z T. Ibi (Alicante).** Esta agencia de viajes abrirá una nueva oficina en la ciudad alicantina de Ibi. Por ello, la empresa busca un agente de viajes que esté dispuesto a incorporarse inmediatamente.

■ **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.

■ **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.

■ **Tiempo de viajar.** Madrid. Buscan agente con experiencia y conocimiento en Amadeus y billeteaje. También se valora el conocimiento en grupos y empresas.

■ **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.

■ **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 experien-

cia 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. 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.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles en Costa Dorada

↑ H10 Hotels presenta una nueva versión de su página en Internet en la que optimiza su diseño y estructura manteniendo la **información** y las principales características de la versión anteriormente analizada, y su gestión de reservas disponible para las agencias.

↑ Es una **web de utilidad** para clientes y profesionales de Turismo.

↑ Dispone de un área para **reservas** desde las agencias de viajes.



<http://www.h10.es>

Transporte en Vitoria

→ La nueva **web** de Autobuses Arriaga mantiene, ahora también disponible desde terminales móviles, una **información** muy general sobre la empresa, su flota y sus servicios, sin incluir sus tarifas, así como el formulario de solicitud de presupuestos.

↓ Su **utilidad** está limitada porque no ofrece sus tarifas.

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



<http://www.arriagabus.com>

Vehículos y alojamientos

↑ DoYouSpain.com ofrece, únicamente al cliente final, la posibilidad de reservar muy fácilmente vehículos de alquiler y estancias en hoteles ofreciendo **información** sobre las mejores ofertas de un amplio conjunto de proveedores de ambos tipos de servicio.

→ Por su tipo de oferta y facilidad de uso es de **utilidad** para el cliente.

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



<http://www.doyouspain.com>

Turismo Rural en España

↑ Escapada Rural presenta una nueva versión de su página en la que, con una nueva presentación muy amigable, mantiene la **información** de un amplio conjunto de alojamientos de Turismo Rural, aunque para reservar solo ofrece un formulario.

↑ Es una **web de utilidad** por su amplia oferta de alojamientos rurales.

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



<http://www.escapadarural.com>

Hoteles en todo el mundo

↑ WebHotelPlus.com es una página dedicada a la **información** sobre hoteles en gran parte del mundo que ofrece una completa gestión de reservas de hoteles pero que no informa sobre la empresa y no contempla la gestión desde las agencias de viajes.

↑ Por su amplia cobertura y su fácil gestión es una **web de utilidad**.

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



<http://www.webhotelplus.com>

Eventos en Valencia

↑ El Palacio de Congresos de Valencia presenta una nueva versión de su página en la que, con un cuidado diseño compatible, ofrece una completa **información** sobre el palacio, sus espacios y sus servicios a colaboradores, expositores y visitantes.

↑ Por su amplio nivel de información es una **web de utilidad**.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece formularios de consulta.



<http://www.palcongres-vlc.com>

LEGISLACIÓN

Cancelación

Comunidad de Madrid

✓Publicación de 28 de septiembre de 2017 en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid por la que se anuncia la cancelación de título-licencia de la agencia de viajes Alada Tours, Sociedad Limitada. Esta medida se toma por razones de interés público tanto del tráfico mercantil como de defensa de consumidores y usuarios. Además, el Boletín también anuncia los ceses de actividad de otras empresas por el artículo 45.1 de la Ley 39/2015. Son Cosmos España Viajes, Mammoth Viajes, Viajes San Marcial y Sky Atlantic Travel.

✓El Boletín Oficial del País Vasco anuncia el 27 de septiembre de 2017 la formalización del contrato administrativo que tiene por objeto el servicio de agencia de viajes (programa Juventud Vasca Cooperante), bajo el número de expediente A-005/DEPS2017. Eroski Bidaiak, S. A. ha sido la empresa contratista con un presupuesto base de licitación de 155.000 euros.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

CURSO

Máster para profesionales

Ostelea, School of Tourism and Hospitality, tiene en su lista de Másters para el curso que acaba de empezar, uno pensado específicamente para quienes ya son profesionales del Sector. Se trata del Máster en Dirección Hotelera y de Restauración, que se imparte a media jornada, y que tiene como objetivo formar a directivos que lideren proyectos empresariales globales en el ámbito del *hospitality management* y la administración hotelera, para que sean eficientes en la toma de decisiones dentro de este Sector tan globalizado y dinámico, y no obvien el impacto de las nuevas tecnologías.

Al ser un curso pensado para personas con un alto nivel de experiencia, cuenta con conferencias de los más importantes CEOs del Sector, cursos de *coaching*, utilización del método del caso para que los alumnos mejoren de forma sistemática su proceso de toma de decisiones. Se hace especial énfasis al Revenue Management a través de un juego de simulación.

LIBROS

Turismo y turistas sostenibles

'Manifiesto del Viajero Responsable'. Editado por el ITR

La Fundación InterMundial y el Instituto de Turismo Responsable (ITR) han presentado el 'Manifiesto del Viajero Responsable', un documento-guía para viajar de forma responsable. El objetivo de este manual es que los turistas realicen sus viajes desarrollando las mejores prácticas para conseguir una sostenibilidad social en todos los destinos a los que vayan.

El jefe ejecutivo de InterMundial Seguros, Manuel López, el presidente del ITR, Tomás Azcárate, y Yolanda Perdomo, directora del Programa de Miembros Afiliados de la OMT, han sido los encargados de realizar la presentación. El documento se articula en diez principios fundamentales, redactados a partir de los Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por la ONU en la Agenda 2030 y el criterio de reconocidos blogueros de viajes. Su objetivo es ser un documento que cualquier viajero pueda utilizar a modo de examen personal, tanto antes de emprender un nuevo viaje como después del mismo para detectar en qué puede mejorar en el siguiente.



"Queremos comprometer al viajero en la consecución de un Turismo mejor", ha afirmado Manuel López. "Él es el auténtico protagonista del viaje y, por lo tanto, la responsabilidad parte de él". Por su parte, Tomás Azcárate ha señalado que los "viajeros responsables son aquellos que respetan y ponen en valor no solo el patrimonio natural del destino, sino también las culturas, las tradiciones y el conocimiento local en todas sus formas". Por último, Yolanda Perdomo ha destacado en la presentación que "debemos dejar de pensar en el turista como alguien que arrasa con el territorio y pensar en que puede ser un agente transformador, un agente del cambio".

CALENDARIO

Feria senior en Irlanda

●El Turismo senior supone un importante segmento para el Sector Turístico, por ello, Dublín acoge del 20 al 22 de octubre la feria 50 Plus Expo (antes llamada feria Over 50's Show). Es el único evento en Irlanda dedicado al Turismo para mayores de 50 años. Se celebró por primera vez en 1999 coincidiendo con el Año Internacional de la Tercera Edad. En la pasada edición más de 30.000 visitantes acudieron a la feria. España tendrá representación gracias a TurEspaña. Más información en la página web seniortimes.ie/50-plus-expo.

●También del 20 al 22 de octubre tiene lugar el International Tourist and Travel Show. Esta feria, abierta a profesionales y al público general, es una de las más importantes de Canadá, y de todo el continente americano. En Montreal, durante tres días, se reunirán más de cien países, incluida España, representados a través de sus oficinas de Turismo, turoperadores y agencias. Más información en la web www.salontourismevoyages.com.

N BOLSA DE TRABAJO nexotur.com

¿Necesita un profesional?

Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

¿Busca trabajo?

Inserte ahora sus ofertas y demandas

en Internet, en la web: www.nexotur.com

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración

SUBEN

▲ Moez Ben Rajeb



Tunisair nombra Moez Ben Rejeb en el puesto de director general de la compañía para España y Portugal, en sustitución de Jamel Ben Haj Ali. Uno de los objetivos principales es consolidar el crecimiento en Iberia.

▲ Rafael Girona



Rafael Girona es el nuevo vicepresidente de operaciones y atención al cliente de la empresa de *rent-a-car* Hertz. Reportará directamente al presidente del grupo y será el responsable de liderar todas las funciones de apoyo operativo en Europa.

▲ Tony Douglas

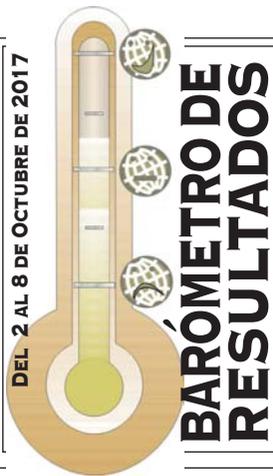


El presidente de Ethiad Aviation ha nombrado a Tony Douglas como nuevo director ejecutivo de la aerolínea, cargo que se hará efectivo en enero de 2018. Douglas se pasa al sector privado tras haber trabajado en los últimos años en el Ministerio de Defensa británico.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Gabriel Escarrer	3
Entrevista / Javier Pascual	4
Escaparate	6-18
Mostrador	19-21
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluanet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 2 AL 8 DE OCTUBRE DE 2017



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

Tímido incremento de la producción aérea

Los 4.223 puntos de venta españoles acreditados por IATA han distribuido un total de 12,6 millones de billetes de avión en los ocho primeros meses de 2017. Se trata de un aumento del 3,7% en comparación con los 12,1 millones vendidos en el mismo periodo del ejercicio anterior. Según los datos a los que ha tenido acceso NEXOTUR, en agosto se ha rozado la cifra de 1,3 millones de billetes, un 5,6% más que en el mismo mes de 2016. En relación a la producción, han generado a través del BSP 3.225,6 millones de euros entre enero y agosto, un 1,4% más que en 2016, cuando la cifra fue de 3.180,8 millones. Mayor aún es el aumento en agosto, con una variación del 3,8%.



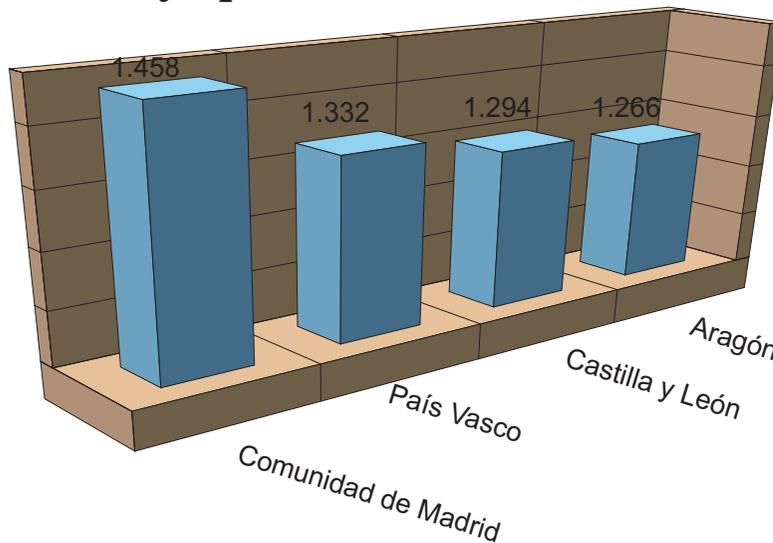
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

Crecen los viajes y el gasto del emisor

Los viajes al exterior de residentes en España aumentan un 7,8% en la primera mitad del año, superando los siete millones. El crecimiento del gasto es menos intenso, con un incremento interanual del 4%, debido a la menor duración, ya que las pernoctaciones han descendido un 10,2%. Uno de los datos más positivos es el del gasto medio diario, que experimenta una subida del 7,4% y llega a los 116,2 euros por día.

Viajes por cada 1.000 habitantes



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

© NEXOTUR

El Turismo emisor en España parece estar siguiendo una senda similar a la del receptor. A grandes rasgos se puede resumir como un importante incremento de salidas al exterior y un mayor gasto por día, siendo la duración media de la estancia el dato menos positivo.

Los españoles cada vez viajan más al extranjero. Han realizado en la primera mitad del año un total de 7,3 millones de viajes al extranjero, lo que supone un aumento interanual del 7,8%. Pese a ello, los movimientos domésticos siguen dominando de forma aplastante, representando el 91,8% del total, con algo más de 82 millones en el periodo comprendido entre enero y junio, lo que supone un incremento del 17,6% respecto a 2016.

Según los datos dados a conocer por el Instituto Nacional de Estadística (INE), el desembolso efectuado por los residentes en España para viajar al exterior asciende a 5.446 millones de euros, lo que supone un incremento del 4% en relación al mismo periodo de 2016. Cabe resaltar que mientras que este tipo de movimientos solo suponen el 8,2% del total, en términos de gasto su peso asciende al 31,3%.

Y todo ello a pesar de que la duración de los viajes al extranjero es inferior en relación al ejercicio anterior. La media es de 6,4 noches, lo que supone un retroceso interanual del 10,2%. Esta tendencia negativa se refleja en el gasto medio efectuado por turista, que sufre una caída del 3,5%, hasta los 743,7 euros. En cambio, el gasto medio diario en los desplazamientos al exterior crece un importante 7,4%,

ascendiendo a 116,2 euros, lo que, unido al mayor número de españoles que viajan fuera de las fronteras del país, hace que el gasto total se haya incrementado este año.

En lo que respecta al segundo trimestre, el comportamiento del emisor es mucho más positivo. Los

españoles han realizado de abril a junio cuatro millones de viajes al exterior, lo que supone un incremento del 20,4%. Los movimientos domésticos también experimentan un repunte de dos dígitos (+17,6%), superando la cifra de 46 millones de desplazamientos. Mientras que

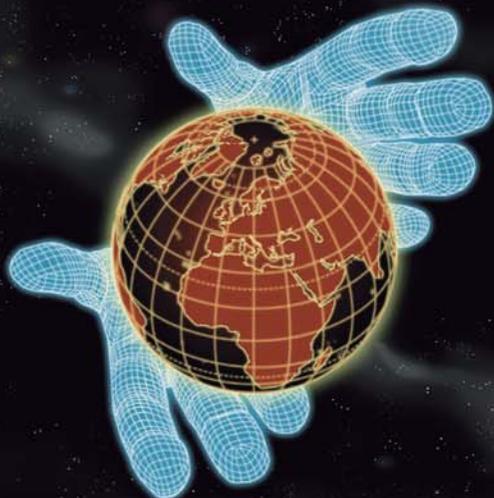
en estos últimos la duración del viaje sube un 6,3%, en los segundos sufre un descenso del 3,7%.

Los datos mucho más positivos del segundo trimestre se pueden explicar por las fechas de celebración de la Semana Santa. Dado que en 2016 tuvo lugar en marzo y en el presente año en abril, es normal que los españoles hayan viajado más en los meses de abril a junio, por lo que lo más correcto es tener en cuenta los datos del semestre.

Según Comunidad

Los españoles más viajeros, dentro o fuera de territorio nacional, son los madrileños. Estos datos se hacen teniendo en cuenta el número de viajes por cada mil habitantes, para eliminar la discriminación según la cantidad de población de cada Comunidad. Los madrileños han realizado 1.458 viajes por cada 1.000 habitantes solo en el segundo trimestre, lo que quiere decir que de media casi han alcanzado los 1,5 viajes. Seguidos por el País Vasco (1.332 por 1.000 habitantes). Ambas poblaciones son también las que más tiempo pasan de vacaciones, con una media de 3,5 y 3,6 pernoctaciones por viaje, solo superados por Melilla (4,5 pernoctaciones por viaje) y Asturias (3,8 noches).

En general, en todas las Comunidades se ha realizado más de un viaje por habitante y la media nacional es de 1.061 por cada 1.000. Los menos viajeros son los residentes en Canarias (668 viajes por cada 1.000 habitantes), seguidos por los murcianos (778) y los valencianos (853).



Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana en tu email

AGENCIAS DE VIAJES

Ciudadanos quiere hacer una Carta del Turismo Sostenible

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?