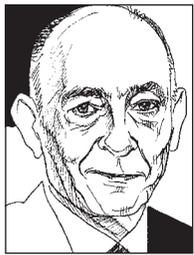




LUIS MAROTO
Aumentan beneficios
PÁG. 8 / Amadeus crece por encima del sector de los mundial de GDS



ALEXANDRE DE JUNIAC
Estafas en su nombre
PÁG. 8 / IATA alerta de los numerosos intentos de estafa en su nombre



JEAN MARC JANAILLAC
Penaliza a los GDS
PÁG. 10 / Air France-KLM también penalizará a los GDS



TOMEU BENNASAR
Un fuerte crecimiento
PÁG. 8 / Logitravel prevé facturar cerca de 700 millones en 2017



JOSÉ RIVERA
Reclamador de vuelos
PÁG. 10 / Viajes Carrefour lanza un innovador reclamador de vuelos

Luz verde a la transposición de la Directiva de Viajes Combinados

El Consejo de Ministros aprueba el anteproyecto de Ley para su puesta en marcha

El Consejo de Ministros ratifica el anteproyecto de Ley por el que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usua-

rios y otras leyes complementarias. El plazo de transposición finaliza el 1 de enero de 2018, por lo que también ha aprobado su tramitación urgente.



Eduardo Bahamonde, Praxis Legal.

Las 'low cost' son las que más normas incumplen

"Las aerolíneas de 'bajo coste' son las que habitualmente más incumplen la normativa", asegura el socio de Praxis Legal Abogados. Pág. 4

Los pagos por Turismo se incrementan el 13%

Los pagos por Turismo suben un 13,3% en agosto, variación idéntica a la del acumulado. Así 2017 cerrará con otro récord. Pág. 8

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 23

Ya está en marcha el procedimiento para la transposición de la Directiva de Viajes Combinados a la legislación española. El Consejo de Ministros ha aprobado la tramitación urgente del anteproyecto de Ley que modificará el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuario y otras leyes complementarias. Y es que el plazo finaliza el 1 de enero de 2018. Entre las novedades, por ley se exigirá que siempre haya como mínimo

un empresario responsable de la correcta ejecución de todos los servicios de viaje incluidos en el contrato. Asimismo, los viajeros podrán ceder el viaje combinado a otra persona, con un preaviso razonable. En relación al precio del 'paquete', solo se podrá aumentar si se producen gastos específicos. Y el organizador y la minorista están obligados a proporcionar asistencia al turista si se encuentra en dificultades. Escapate en pág. 10

Críticas a la Comisión por su inacción en el caso Lufthansa

Un nutrido grupo de parlamentarios reprocha la inacción del Ejecutivo comunitario en relación a las políticas antiGDS impulsadas por el grupo Lufthansa. En un debate han criticado "la falta de resultados de la investigación abierta hace dos años" para determinar si Lufthansa incumple algún punto del código de conducta de los CRS. Los diputados denuncian



Violeta Bulc

que "a los viajeros cada vez les resulta más difícil comparar tarifas aéreas", lo que es "contrario a los ambiciosos objetivos que estableció la Comisión". En nombre de la comisionada de Transporte, en el debate han salido al paso argumentando que "el caso es complejo" y que "todavía se está examinando las quejas". Escapate en pág. 7

Globalia vende Latitudes a Ávoris Reinventing Travel

Había 'duplicidades de destinos' con Travelplan

Ávoris Reinventing Travel compra Latitudes a Globalia, debido principalmente a "las numerosas duplicidades de destinos" con Travelplan. Esta situación llevaba a "una competencia interna, a nuestro juicio innecesaria, así como un mayor coste para nuestra organización", explican desde el grupo que dirige Javier Hidalgo, en un comunicado remitido a proveedo-



Javier Hidalgo

res y agencias. Las reservas ya creadas para salidas comprendidas entre el 1 de noviembre de 2017 y el 31 de diciembre de 2018, serán operadas por su división mayorista "con total normalidad". Por su parte, Travelplan refuerza todos sus productos actuales hacia América y su próximo catálogo ampliará su programación a este continente. Escapate en pág. 7



Valencia ha acogido la Cumbre Mundial de Agencias. Foto: S.T. Komuda

Más de 150 líderes en la Cumbre

Más de 150 líderes del Sector procedentes de más de 60 países han analizado en Valencia la situación del Sector en la cuarta Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes. Escapate en págs. 12 y 13

(desde) **775€**
Salidas desde Madrid

(desde) **799€**
Salidas desde Zaragoza y Barcelona

(desde) **1.050€**
Salida desde Valladolid. Circuito (Pensión Completa)

AMSTERDAM

BERLÍN

MARRUECOS

Puente de Diciembre
disfruta cada segundo
Viajes del 6 al 10 Dic. 2017

LISBOA

SICILIA

MALTA

670€ (desde)
Salidas desde A Coruña y Zaragoza

999€ (desde)
Salida desde Vitoria

619€ (desde)
Salida desde Santiago y Zaragoza

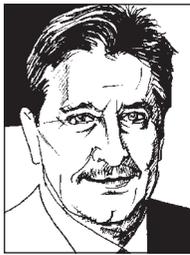
NOTA IMPORTANTE Los precios Incluyen: Avión ida/ vuelta, Hoteles 3*, habitaciones dobles estándar, régimen según programa, traslados, Tasas aéreas y seguro. Consultar otras categorías de hoteles, itinerario detallado y salidas desde otros puntos. Condiciones generales en nuestros Folletos 2017. Plazas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

POLITOURS

■ CLAVES

Ganarse el apoyo del Gobierno

TANTO SI NOS gusta como si no, la mayoría de nosotros en la Industria de Reuniones depende en gran medida del apoyo del Gobierno. Las inversiones gubernamentales financian el desarrollo de grandes instalaciones en la mayor parte del mundo. Las políticas gubernamentales determinan en gran medida la asistencia y participación en muchos eventos. Y las decisiones gubernamentales de inmigración, comercio y acceso influyen mucho en las condiciones que facilitan o



© GEOFF DONAGHY

obstruyen los intercambios globales que representamos.

Así que es importante que los Gobiernos —y las comunidades que representan— vean el valor de lo que hacemos. Y ese valor debe ser en términos que a ellos les importan, no sólo a nosotros, si queremos disfrutar de un apoyo continuo.

Por eso es cada vez más importante asegurar que nuestra industria no solo se vea como una fuente de ingresos de visitantes, sino como un contribuyente importante en áreas clave como el desarrollo económico, académico y profesional que contribuyen de manera directa y significativa a una amplia gama de objetivos de las políticas gubernamentales.

Más allá del 'efecto turístico' y los empleos incrementales asociados y los ingresos fiscales derivados que genera para los Gobiernos, hay lo que se podría llamar resultados de eventos, esto quiere decir, los avances comerciales, profesionales y académicos que resultan de la celebración de las reuniones y eventos.

Una vez que los Gobiernos se den cuenta de la amplitud de estos impactos en sus propias prioridades políticas, comienzan a entender por qué es una industria en la que necesitan apoyar e invertir. Los valores más amplios que ofrecemos nunca serán fáciles de medir con precisión, pero se necesitan con el fin de apoyar las buenas decisiones de inversión, en particular con el dinero público. Este es nuestro trabajo —y nuestra responsabilidad— como industria y durante mucho tiempo.

© Geoff Donaghy es presidente de la AIPC.

Viajando, 'haciendo Turismo', comprendemos mejor a los pueblos y percibimos con más claridad que vivimos en una sociedad plural, donde la diversidad, la solidaridad y el respeto por el prójimo se erigen como pilares básicos de la convivencia', señala el gerente de Turismo Costa del Sol

TRIBUNA



© ARTURO BERNAL

El Turismo, la mejor vacuna contra la ignorancia

EL ECOSISTEMA DEL Turismo y sus intrincadas interrelaciones produce mucho más que cifras de viajeros, pernoctaciones, ingresos o incrementos del Producto Interior Bruto (PIB) de un determinado territorio. Es cierto que el Turismo es la primera actividad económica mundial incluso por delante de la industria automovilística o del petróleo, pero hoy más que nunca y gracias a su democratización se ha convertido, sobre todo, en la industria de la paz y de la concordia entre los distintos pueblos y culturas de un cada vez más complejo, insostenible y, a veces, demasiadas veces, irracional mundo global.

Efectivamente, más allá de sus beneficiosos efectos económicos y para el empleo, el Turismo debe ser concebido como una poderosa arma de transformación de nuestra maltrecha civilización: viajar, relacionarse e integrarse con las comunidades locales, transforma la mente y la visión que se tiene de aquello que no se conoce, combate los prejuicios, los complejos, los chovinismos y los estereotipos; en definitiva, el Turismo se conforma como la mejor vacuna contra la ignorancia y el odio, contra las autocracias y los separatismos.

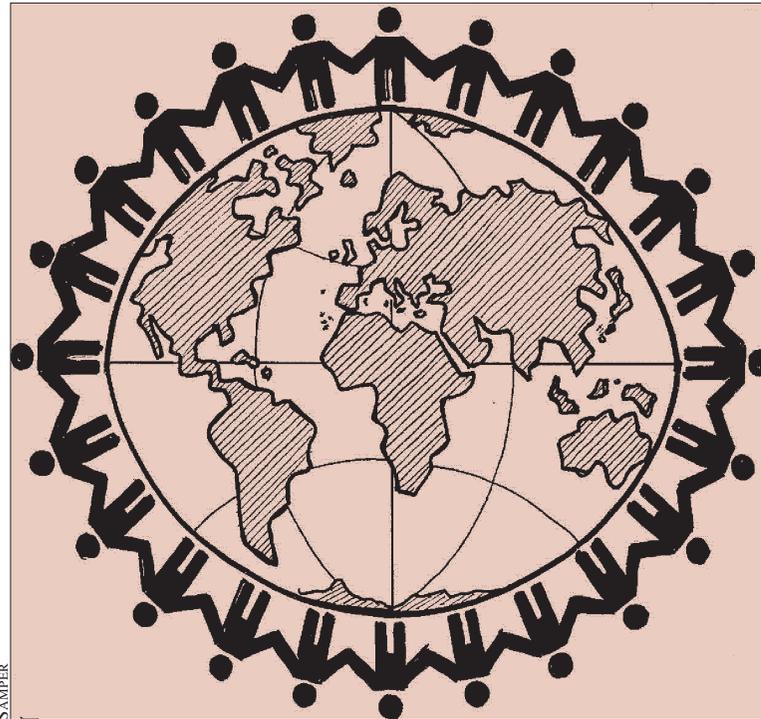
Que la gente viaje, conozca, descubra y experimente, es una de las más eficaces maneras de construir cultura cívica y conciencia de pertenencia a un gran colectivo, el de la humanidad, por encima de fronteras, banderas y lenguas.

Viajando, "haciendo Turismo", comprendemos mejor a los pueblos y percibimos con más claridad que vivimos en una sociedad plural, donde la diversidad, la solidaridad y el respeto por el prójimo se erigen como pilares básicos de la convivencia.

Pareciera que el mundo, la civilización, necesite ser salvada cada cierto tiempo. Pues bien, tenemos el desafío de usar la herramienta más potente que tenemos a nuestro alcance para procurar estabilidad, prosperidad y paz a toda la humanidad en estos momentos convulsos que nos ha tocado vivir. La responsabilidad de la industria, y la de sus actores públicos y privados se torna, en consecuencia, mayor si cabe en la obligación de promover la actividad turística, no solo

como una fuente de riqueza más o menos estructural ligada a un territorio concreto, sino como una estrategia de desarrollo e integración de los pueblos a nivel global.

pernoctaciones o ingresos y, en ese objetivo, las nuevas tecnologías y la inteligencia digital deben servir para algo más que para seleccionar comportamientos de



¿Seremos capaces de afrontar este reto con la corresponsabilidad que se le supone al sector que lidera la economía mundial?

Málaga y su Costa del Sol son, como pocos destinos en el mundo, un ejemplo palpable de hasta qué punto la actividad turística ha transformado y vertebrado un territorio, un pueblo, dotándolo no solo de infraestructuras,

equipamientos y recursos productivos, sino de un singular acervo cultural creado a base de acoger, de 'hacer malagueños', a ciudadanos de medio mundo. Una cultura que se convierte en principio inspirador y creador de una tribu de 'Open Minders' que es la que está cumpliendo el reto de llevar a cabo la segunda gran revolución en la industria turística mundial: de los destinos inteligentes a los destinos centrados en la persona y sus emociones. Centrados en el ser humano.

El turista 'persona' debe ocupar, de verdad y no solo en las formulaciones estratégicas teóricas, el centro de la cadena de valor de nuestra industria más allá de los fríos números de visitantes,

consumo y enfocar las acciones de *marketing mix* de un destino de manera eficiente e inteligente en pos de un destino sostenible que, por cierto, ya es mucho.

Creo que todo con lo que el televisor nos atormenta cada mañana y cada tarde, la actualidad política y social de España y del mundo, sirve para que comprendamos mucho mejor el valor de la efectiva cooperación internacional, de la educación en todos sus gados y de la formación profesional como armas para la concordia, la necesaria apertura de mente y la estabilización de los territorios en conflicto en dichos territorios mismos.

El Turismo como política internacional para el desarrollo de los territorios, pero especialmente, el Turismo como herramienta para la educación y la formación profesional... y la concordia.

Aunque lo he buscado con esmero en distintas fuentes de información, no he sido capaz de concretar con cierta exactitud lo que destinamos a cooperación y desarrollo, no solo en España, incluyendo las correspondientes partidas del Estado y de sus comuni-

dades autónomas Ceuta y Melilla, sino en toda Europa y en el mundo. Varios centenares de miles de millones de euros. Los presupuestos para educación y formación profesional son igualmente estratosféricos.

¿No resultaría posible, congruente y hasta sensato, reorientar una gran parte de este esfuerzo, de esos recursos, a una cooperación eficiente para la transformación internacional y la apertura de mente?

Dirán ustedes que ya lo hacemos. Y es posible que sí. Pero como en tantas otras cosas, actuamos reactivamente. Nos hemos convertido en "los maestros de la adaptación". Adaptarse o morir. Pero una enfermedad global como la de que adolece nuestra civilización requiere de anticipación y utilización de los mejores canales posibles para llegar más rápido y más lejos en este objetivo. Mejor innovar que adaptarse, ¿no?

España, el mundo, necesita de la industria turística, de sus empresas, de sus relaciones, de sus profesionales, de su talento para reorientar las estrategias y las políticas en materia de cooperación, educación y formación como garantes de la estabilidad y la concordia. Mejor nos iría si el primer sector económico mundial pudiera ser la referencia para vehicular

las acciones y el gasto productivo de una parte importante y creciente de los actuales presupuestos de cooperación y desarrollo que se manejan en el mundo, en cada estado o región.

El Turismo es la industria de la con-

fianza y de la seguridad. De la estabilidad y la concordia. Es la actividad más internacionalizada que existe y, por tanto, no es solo la que genera más exportaciones sino la que motiva la práctica totalidad de los movimientos de personas en el mundo. ¿No sería por tanto defendible, en base a esa posición de liderazgo, querer asumir una responsabilidad mayor en materia de formación, cooperación y desarrollo mundiales?

La mayor y más eficaz ONG de la tierra está desaprovechada. La industria turística quiere y puede cumplir con ese objetivo. Quiere asumir ese desafío.

Démosle juego.

© Arturo Bernal es gerente de Turismo Costa del Sol.

OPINION

NEXOTUR

PERIODICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZ

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

DIRECTOR ADJUNTO: CARLOS ORTIZ RODRIGO
COORDINADORA GENERAL: MARGA GONZÁLEZ

SECCIONES: MIGUEL PRAGA (ESCAPARATE Y MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA (REUNIONES), DANIEL GALLEGU ALIAS, ALEJANDRA CABOMERO Y GUILLERMO MIERES (TRANSPORTES), GERMÁN RUIZ ALONSO (BUSINESS TRAVEL), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), ILEANA SARRIAS (CIMET Y FUTURALIA), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR)
COLUMNISTAS: JULIO C. ABREU STAUD, ISABEL ALBERT PIÑOLÉ, DR. VENANCIO BOTE, ANTONIO CABALLOS, GONZALO GARCÍA, COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO, MANUEL FIGUEROLA PALOMO, ENRIQUE HERNÁEZ, JUAN CARLOS MAÑAS Y CLAUDIO MEFFERT
CONSEJO ASESOR (DIRECTORES): FRANCISCO VÁZQUEZ (CIMET), CLAUDIO MEFFERT (FUTURALIA) Y JULIO C. ABREU (NEXO BUSINESS)

NEXO
editores s.a.

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

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

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

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Futuralia y OMT, por el Turismo Sostenible

FUTURALIA CUMPLE UNA DÉCADA. Coincidiendo con la declaración por la OMT de 2017 como el Año del Turismo Sostenible para el Desarrollo, Futuralia celebra su décima edición el lunes 13 de noviembre en su sede habitual, el Eurostars Madrid Tower.

La Organización de las Naciones Unidas para el Turismo (OMT) y el Comité Organizador de Futuralia, Foro organizado por el Grupo NEXO en colaboración con Mesa del Turismo, organizan conjuntamente una mesa redonda 'La OMT y el Turismo Sostenible para el Desarrollo', dirigida y moderada por Carlos Vogeler, director ejecutivo para Relaciones con Países Miembros. Esta excepcional sesión se abre con la ponencia marco, a cargo de Marcio Favilla, director ejecutivo de Programas Operativos y Relaciones Institucionales de la OMT, y un panel de expertos sobre 'Sostenibilidad Medioambiental del Turismo y Actuaciones de la OMT', formado por Miguel Mirones, presidente de Miembros Afiliados de OMT y del ICTE, y Luigi Cabrini, presidente del Global Sustainable Tourism Council y exdirector de Desarrollo Sustentable de OMT. El debate entre ponente y panelistas, moderado por Carlos Vogeler, permite profundizar en cuestiones tan relevantes.

El 2 de noviembre, el director ejecutivo de OMT Marcio Favilla y el presidente de Futuralia (y CIMET) coincidieron en la presidencia de la presentación de la emisión de un sello de Correos de España dedicado a Lugares Turísticos de Iberoamérica y la conmemoración del 20º aniversario de la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo, en el auditorio de la Real Casa de la Moneda.

Estas iniciativas constatan la inequívoca apuesta del Grupo NEXO por la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo en España, puesta de manifiesto ante Felipe VI en el Palacio de la Zarzuela, donde el entonces príncipe heredero de la Corona alentó la creación de Futuralia,

Foro que se celebra bajo la presidencia de honor de S. M. el Rey de España.

Del mismo nivel es el panel 'Casos de éxito de Sostenibilidad en Turismo', moderado por el director del Consejo Asesor de NEXOTUR Claudio Meffert, dedicado a Destinos, con el director general de Turismo Costa del Sol, Arturo Bernal; Alojamiento, con la experta en alojamiento colaborativo y ex directora general de Turismo de La Rioja, Mónica Figuerola; y Transporte, con el director

de Comunicación de Costa Cruceiros, Rafael Fernández.

Futuralia se consolida, tras diez ediciones, como el Foro anual de referencia para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo en España, con tres objetivos:

1º. Poner en valor el medioambiente como atributo vital para preservar el entorno en nuestra oferta turística.

2º. Sensibilizar al empresariado y los profesionales del Sector sobre la importancia de que su actividad se rija por principios de sostenibilidad y respeto al medio.

3º. Trasladar a la opinión pública que el Sector asume su responsabilidad en materia de sostenibilidad y es proactivo en la defensa del entorno natural.

Este es el compromiso que el Grupo NEXO, en colaboración con Mesa del Turismo, asumió y mantendrá. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Futuralia reafirma, de la mano de OMT y NEXO, su apuesta por la preservación del medioambiente en el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, con un evento excepcional

▲ CHECK-IN / 20 AÑOS DE CIMET

Sello de Correos para el Turismo

La Real Casa de la Moneda acogió el 2 de noviembre la presentación de un nuevo sello dedicado al Turismo, ante dos centenares de invitados, cuya presidencia estuvo formada por el presidente de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre (FNMT), Jaime Sánchez; el copresidente de la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET), Eugenio de Quesada; el director ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Marcio Favilla; y el director de Filatelia de Correos de España, Modesto Fraguas.

El motivo de este nuevo sello del Correo español es un clavel rojo intenso sobre un fondo amarillo, en la que aparece una virgulilla, signo ortográfico distintivo de la lengua española. Los colores del sello evocan los de la bandera española y completan el diseño del nuevo efecto postal el logo de la UPAEP y la 'ñ' característica de marca España.

El matasellos de primer día de circulación y el sobre oficial realizado por Correos están dedicados a CIMET. Durante su alocución, Eugenio de Quesada destacó el papel desempeñado durante dos décadas por la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo como "un eficaz instrumento de la sociedad civil al servicio del primer sector de nuestra economía", y agradeció públicamente "el apoyo de los Reyes de España, Juan Carlos I y Felipe VI, presidentes de honor del evento, y del Consejo de Turismo de la CEOE y de FITUR, alentando esta iniciativa del Grupo NEXO", que cada año convoca NEXOTUR en la víspera de la Feria Internacional de Turismo.

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Manuel Benavides

El nuevo presidente del Grupo Star Viajes, Grupo comercial de agencias de viajes independientes que facturan conjuntamente 400 millones de euros, es un profesional conocido y respetado en el Sector, que asume la gestión del



colectivo impulsado por Agustín Lamana. Su presentación formal ante los asociados tendrá lugar en la próxima Convención, que se celebra en Córdoba a finales de noviembre pasando revista a los temas que afectan a los agentes.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / COMISIÓN CERO

Adiós a la comisión aérea

No son buenas noticias. La *comisión cero*, aplicada ya por la práctica totalidad de compañías aéreas de Europa, se extiende por todo el planeta. Así lo han puesto de manifiesto responsables de diversas Organizaciones nacionales de agencias durante la Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes. Y las pocas que siguen existiendo, son pírricas en comparación con las de finales del siglo XX.

En la mesa redonda 'Agencias de viajes de todo el mundo: tendencias de mercado', solo la vicepresidenta del Foro Latinoamericano de Turismo (Folatur) y Anato (Colombia), Paula Cortés, y el CEO de AFTA (Australia), Jayson Westbury, apuntan que en sus países sigue esta retribución.

Cortés explica que "hoy en día tenemos un 1% de comisión por la venta de billetes de avión, que antes era del 10%". Pese a esta reducción, destaca el *service fee* obligatorio (8%) tanto para agencias como para aerolíneas, que hace que este producto siga aportando rentabilidad a las minoristas.

Westbury revela que "en algunos casos sigue habiendo comisiones", y aplaude a "las aerolíneas que han comenzado a entender que les conviene trabajar con nosotros, y no en nuestra contra".

Todo lo contrario ocurre en los mercados maduros de Europa y Estados Unidos, donde la comisión es ya cosa del pasado, reconoce la presidenta de ECTAA, Merike Hallik, mientras que en Europa, aunque "no existe comisión como tal", las agencias "pueden obtener algún tipo de incentivo".

Una realidad que desplaza a los proveedores aéreos de la preeminencia a la irrelevancia actual.

«No pienso que la regulación en materia de derechos de pasajeros sea permisiva / Recomendando a los viajeros que se informen bien de cuáles son sus derechos / En todos los casos trabajamos a éxito, lo que quiere decir que corremos con todos los gastos y el cliente paga una vez que se obtenga la compensación / En el caso concreto de Ryanair, superamos los 100 clientes

«La sanción a Ryanair, ya sea alta o baja, es merecida»

Eduardo Bahamonde / Socio-fundador de Praxis Legal Abogados

Tras el caos que provocó la supresión de 2.100 vuelos en la recta final de la temporada de verano, Ryanair anunció el pasado mes de septiembre que los cambios en la planificación seguirán afectando a los pasajeros también en 2018. Desde este mes 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. La nueva reducción afecta a aproximadamente 400.000 pasajeros, que se suman a los 315.000 que se vieron afectados por la primera oleada de cancelaciones. El socio-fundador de Praxis Legal y profesor del Máster de Acceso a la Abogacía en la Universidad Carlos III de Madrid, Eduardo Bahamonde Costas, da su visión experta sobre los derechos de los pasajeros y la polémica que ha suscitado la estrategia de Ryanair.

P.- La cifra de pasajeros afectados por las cancelaciones

masivas de vuelos por parte de Ryanair se elevará a más de 700.000. ¿Cree que la aerolínea debe ser castigada con una sanción ejemplar?

R.- Con respecto al tema de las sanciones administrativas, simplemente por el perjuicio que se ocasiona a tantos miles de pasajeros, desde luego que merecen una sanción. Especialmente por la política que ha llevado a cabo en los últimos años, que ha sido muy agresiva a la hora de comercializar los billetes y que únicamente ha tenido en cuenta su posición en el mercado, tratando de abusar de la misma. Lógicamente, al final le ha llevado a cometer

irregularidades desde el punto de vista del servicio que se le debe dar al pasajero. Por lo tanto, entiendo que la sanción, con independencia de que sea alta o baja, es merecida por una política que ha rozado la vulneración de los derechos de los pasajeros y de los consumidores.

P.- ¿La ley española y de la Unión Europea es demasiado permisiva con las compañías aéreas en materia de derechos de pasajeros?

R.- No pienso que sea permisiva. De hecho, se protegen bastante los derechos de los pasajeros y se trata de un sector que está bastante regulado. Otra cosa es que, en la práctica, no siempre se reclamen esos derechos ni se defiendan por parte de las autoridades. Pero sí que es un sector que está bastante regulado y está muy bien especificado cuáles son los derechos y qué es lo que puede exigir un pasajero.

P.- Además de ofrecer cambio de vuelo o reembolso, la aerolínea está dando bonos de viaje de entre 40 y

Las aerolíneas de 'bajo coste' son las que habitualmente más incumplen la normativa

Ryanair solo ha tenido en cuenta su posición en el mercado, tratando de abusar de ella

80 euros a sus pasajeros. ¿Qué opina al respecto? ¿Lo hacen para evitar que la gente reclame?

R.- Evidentemente. Lo hacen por dos razones. En primer lugar, con el objeto de evitar o reducir el número de reclamaciones. Y por otro lado, para intentar que no se vea muy perjudicada su imagen y seguir, por tanto, contando con el favor de los consumidores.

P.- ¿Deben los pasajeros reclamar una indemnización? ¿Por qué?

R.- Recomendando que se informen bien de cuáles son sus derechos. Una vez

que los conozcan, quien considere que ha sido perjudicado debe reclamarlos. Y aquellos que consideran que dicho perjuicio ha sido lo suficientemente importante para ser objeto de una indemnización, que lo exijan. En la mayor parte de los casos, la resolución se consigue por la vía extrajudicial. Ahora bien, no todos son iguales. Por ejemplo, hay que tener en cuenta qué daños

laterales se producen como consecuencia de la cancelación del vuelo en cuestión, como por ejemplo, pérdida de planes personales que puedan tener una trascendencia más allá de lo puramente económico.

P.- Praxis Legal se ofrece a llevar a los afectados a éxito. ¿Están tan seguros de salir victoriosos?

R.- Praxis legal es un despacho especializado en la defensa de los derechos de los consumidores. Los dos frentes más activos son el ban-



cario por un lado, con cuestiones como las cláusulas suelo y los gastos de hipoteca, y por el otro diversos servicios y productos de consumo, como es el caso de las compañías aéreas. En todos los casos trabajamos a éxito, lo que quiere decir que corremos con todos los gastos y el cliente únicamente paga una vez que se obtenga una compensación económica.

P.- ¿Cuántos clientes han contratado ya sus servicios?

R.- En el caso concreto de Ryanair, ahora mismo superamos los 100 clientes que han contrata-

do nuestros servicios. Hay que tener en cuenta que muchos de los vuelos se han avisado con más de dos semanas de antelación.

P.- ¿La actividad turística da mucho trabajo a despachos de abogados como Praxis Legal?

R.- Sí. Hay que tener en cuenta que además de ser España un país líder en recepción de turistas, existe una tendencia creciente de la sociedad española a consumir productos turísticos.

P.- ¿Las agencias de viajes también se dirigen a su despacho para defender a sus clientes?

R.- Hasta el momento no suelen hacerlo mucho. Si bien, en algún caso en el que nos han consultado, hemos informado de que las agencias de viajes se pueden ver perjudicadas. No solo en la propia imagen que transmiten a sus clientes, sino por el hecho de que en algunas ocasiones las compañías aéreas, cuando las reservan se hacen a través de agencias, no comunican directamente las cancelaciones al cliente final y lo hacen a las agencias o mayoristas. Esto puede provocar que los pasajeros se vean desinformados y, en fechas próximas al vuelo, encontrarse la sorpresa de que ha sido cancelado. En este caso, la obligación es de las agencias. Y luego las compañías aéreas a su vez con las agencias. Por tanto, podrían tener que responder directamente las agencias por este incumplimiento de las aerolíneas con los pasajeros.

P.- Facua-Consumidores en Acción acusa a Ryanair de intentar despistar a los usuarios ocultándoles información sobre sus derechos o dándoles una información tergiversada con la intención de que los afectados no reclamen. ¿Coincide con esta visión?

R.- Coincido plenamente. Lógicamente, es una compañía aérea que ya tiene un historial respecto al poco respeto de determinados derechos de los pasajeros, especialmente en cuestiones como la falta de información que ofrecen. Es reiterada esta práctica por parte de Ryanair.

P.- ¿Es una práctica habitual de las compañías aéreas?

R.- También ocurre con alguna otra compañía aérea, generalmente con aquellas denominadas de 'bajo coste', que habitualmente son las que incumplen en mayor medida esta normativa. Pero el caso de Ryanair es el más significativo.

P.- Usted, como experto en la materia, ¿qué opinión tiene del disparado aumento de reclamaciones fraudulentas por parte de los turistas británicos que se alojan con 'todo incluido' en hoteles españoles y de otros países?

R.- La información de la que dispongo es que, finalmente, se han tomado medidas gracias a la colaboración internacional judicial. Se ha destapado que determinados despachos jurídicos anglosajones incitaban a muchos turistas británicos a sacar beneficio de una situación que era difícil de probar en los tribunales. Se han valido de la posibilidad de llevar a cabo en Reino Unido procedimientos de difícil defensa y de alto coste para las empresas españolas, que debían desplazarse al país de origen del cliente. Finalmente, se ha coordinado una colaboración internacional entre las autoridades españolas y las británicas, lo que ha permitido hacer frente de forma generalizada a este asunto. Se ha conseguido paralizar esta práctica masiva.

Las agencias se pueden ver perjudicadas

Hasta el momento las agencias de viajes no suelen dirigirse mucho a Praxis Legal Abogados para defender a sus clientes. Si bien, en algún caso en el que nos han consultado, hemos informado de que las agencias de viajes se pueden ver perjudicadas. No solo en la propia imagen

que transmiten a sus clientes cuando se producen sucesos como el protagonizado por la compañía aérea irlandesa, sino por el hecho de que en algunas ocasiones las compañías aéreas, cuando las reservan se hacen a través de canales

indirectos, no comunican directamente las cancelaciones al cliente final y lo hacen a las propias agencias o bien a las mayoristas. Esto puede provocar que los pasajeros se vean desinformados y, en fechas próximas al vuelo, en-

contrarse la sorpresa de que ha sido cancelado. En este caso, la obligación es de las agencias. Y luego las compañías aéreas a su vez con las agencias. Por tanto, podrían tener que responder directamente las agencias por este incumplimiento de las aerolíneas con los pasajeros.



EDUARDO BAHAMONDE



Acceso directo al pasillo. Porque no siempre puede decidir quién se sienta a su lado.

Disfrute de nuestra clase Prestige, la forma más cómoda de volar. Descanse en la privacidad de la espaciosa suite Prestige, sabiendo que con el acceso directo al pasillo no molestará a nadie, o más importante nadie le molestará. Con una pantalla más grande y un sistema de entretenimiento más avanzado. Vuele en la única clase business que le pone a usted primero.



ESCAPARATE

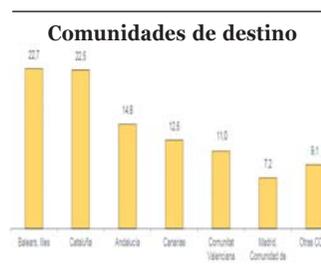
Un 11% más de asientos para esta temporada

Las aerolíneas han solicitado para esta temporada de invierno un 11,3% más de asientos para la red de Aena. Este incremento supone un total de 102,6 millones de asientos ofertados. 2.425 rutas, 191 rutas más. **Pág. 32**



España recibe un 10% más de turistas hasta septiembre

España ha recibido en los nueve primeros meses del año 66,1 millones de turistas internacionales, un 10,1% más. Reino Unido se mantiene como el primer mercado emisor con 15,4 millones de viajeros, un 7,8% más. **Pág. 8**



Los pagos por Turismo suben un 13% hasta agosto

Los españoles han destinado 12.143 millones de euros a sus viajes al extranjero hasta septiembre. Según el Banco de España, se trata de un crecimiento del 13,3%, variación idéntica a la registrada en agosto. **Pág. 8**

PRONTUARIO

Un edificio histórico, inversión hotelera

POR QUÉ CADA VEZ más viajeros, sobre todo de alta capacidad adquisitiva, se decantan por propiedades históricas en sus visitas a grandes ciudades? Los visitantes más exigentes valoran por principio la posibilidad de alojarse en un edificio que les permita ser partícipes de la historia de la ciudad.

Una casa modernista cerca del Paseo de Gracia barcelonés o cualquier palacete urbano situado en

Sevilla, Madrid o cualquier otra gran ciudad, incluso edificios históricos en áreas un poco más alejadas, cumplirían esta función. Es una experiencia más exclusiva y además todavía no se ha popularizado por completo.

En los casos en los que el inmueble no tenga valor histórico, pero sí artístico, nos encontramos también con una carta de presentación diferente y, por ende, interesante. Así mismo, los edificios singulares acostumbran a ser de menor tamaño que los hoteles convencionales. Por consiguiente, los huéspedes saben que van a ser atendidos de manera mucho más personal y detallista. Ciertamente, son buenos tiempos para la inversión turística, pero conviene especializarse en un modelo de alojamiento concreto.

Un oasis de paz en el centro de cualquier capital es un reclamo y si por descontado se le dota con un buen servicio de cocina, las posibilidades se multiplican. Por ello la demanda de edificios históricos en grandes ciudades no deja de crecer.

Cadenas especializadas e inversores, buscan tipologías de propiedades singulares que incluyen conventos o monasterios, palacios y edificios catalogados, donde instalar sus nuevos establecimientos con el valor añadido que le aporta una propiedad emblemática o histórica.

© Robert Menétray es fundador de la consultora Lançois Doval.

Iberia y British optan por una implantación gradual del recargo a reservas vía GDS

La contratación de grupos y los turoperadores estará exentos hasta el próximo año 2018

Entra en vigor el polémico suplemento de 9,5 euros por componente de tarifa a las reservas realizadas vía GDS. Sin embargo, la contrata-

ción de grupos y los turoperadores estarán exentos de forma temporal del mismo, previsiblemente hasta el próximo año 2018. También

lo esquivarán muchas agencias de viajes con gran peso en el corporate, que dispondrán de un canal privado en Amadeus.

Iberia y British Airways comenzaron el pasado 1 de noviembre, a cobrar el recargo de 9,5 euros por componente de tarifa en las reservas efectuadas a través de un GDS. No obstante, la implementación del mismo se hará de forma progresiva debido, según afirman desde CEAV, a que los desarrollos que utilizan el protocolo NDC "no disponen de las funcionalidades necesarias".

En primer lugar, cabe destacar que tanto las contrataciones de grupos como las realizadas por turoperadores esquivarán, de manera temporal, el suplemento impuesto por las aerolíneas de International Airlines Group (IAG). No obstante, todo apunta a que a lo largo de 2018 se pondrá fin a esta exención, una vez las soluciones tecnológicas de Iberia y British funcionen a pleno rendimiento.

Por otro lado, mientras que finalizan los desarrollos que permitan dar una solución integral a las agencias especializadas en el segmento corporate (en principio hasta el 30 de junio de 2018, prorrogable hasta el 31 de diciembre del mismo año), muchas de ellas podrán seguir utilizando un canal privado en Amadeus exento del recargo. Para acceder al mismo, las agencias deben tener contrato de empresas con Iberia y un porcentaje importante de business travel en su negocio.

Hasta el momento, cerca de una decena de redes han anunciado que esquivarán el polémico suplemento gracias al establecimiento de una conexión directa NDC con las compañías aéreas o bien a la firma de un acuerdo de distribución que les exime del mismo. La primera en hacerlo fue Ávoris Reinventing Travel (B the travel brand y BCD travel), a la que se unieron Nautalia Viajes, IAG7 Viajes, Viajes El Corte Inglés, Carlson Wagonlit Travel (CWT), American Express GBT y Destinia, entre otras.

Además, ambas compañías aéreas también sellaron un convenio con la Asociación TIC de Agencias de Viajes (ATICAV) y cuatro de sus casas de software (Traveloop, Beroni, Iris y Ofimática) para facilitar la adhesión al NDC a las pequeñas y medianas agencias. Avasa, por su parte, ha sido el primer Grupo comercial en anunciar un acuerdo con Iberia para esquivar el recargo.

Carencias del sistema

Preguntado por las supuestas carencias de la nueva estrategia de distribución de las aerolíneas basada en NDC, el director general de Amadeus España, Fernando Cuesta, explicaba en una entrevista concedida a NEXOTUR que "lo que sucede es que, a día de hoy, los flujos de trabajo de la NDC están más alineados a los del canal online, que se caracteriza por unos procesos simplificados y con una funcionalidad en cierto



IAG anunció la medida el pasado mes de mayo.

modo básica", mientras que "el offline es más complejo".

"Pondré un ejemplo: el procedimiento típico de la reserva NDC comienza con la comparación de precio y, sin embargo, el procedimiento habitual que se sigue en otros protocolos tecnológicos comienza con la petición de horarios y dis-

ponibilidades, algo que es especialmente relevante, por ejemplo, en los viajes business", detalla. No obstante, confía en que "con la colaboración de todas las partes implicadas, nuestra experiencia y nuestra capacidad inversora, estas limitaciones podrán ser solventadas en el futuro".

CEAV quiere que se garantice 'un acceso neutral y transparente a toda la oferta sin costes adicionales'

En una carta insistía en que NDC 'a día de hoy no es viable para las agencias'

Las medidas de carácter transitorio adoptadas por IAG no parecen ser suficientes para CEAV, cuya pretensión era que se aplazase la entrada en vigor del recargo al menos hasta el 1 de enero de 2019. La demanda de la Confederación es que se garantice "un acceso neutral y transparente a toda la oferta, sin costes adicionales para las agencias de viajes y para los consumidores", lo que, en su opinión, situará a las empresas del Sector en "una posición de desventaja competitiva, obligándonos a recurrir a agregadores o a pagar sobrecostes a los GDS". En una carta enviada al director de ventas de Iberia en España, Víctor Moneo, in-



Sitúa a las empresas del Sector en 'una posición de desventaja competitiva'.

sistía en que "esta nueva modalidad de NDC, como alternativa a los GDS

en nuestro negocio, a día de hoy no es viable para las agencias".

Futuralia 2017 expone la estrategia de sostenibilidad del Turismo de la OMT en su décima edición

Su Majestad el Rey acepta la Presidencia de Honor de esta cita que cumple 10 ediciones

Eurostars Madrid Tower es el marco elegido una edición más para la celebración del Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo en España, Futuralia 2017. Una

décima convocatoria en la que profesionales y expertos del Sector expondrán por un lado la estrategia de sostenibilidad medioambiental del Turismo de la Organización Mundial

del Turismo (OMT) y, por otro, la situación actual de este importante factor en España. Su Majestad el Rey acepta la Presidencia de Honor de esta cita que cumple diez ediciones.

El X Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo en España, Futuralia 2017, reúne este lunes 13 de noviembre en el Eurostars Madrid Tower a numerosos profesionales del Sector Turístico en torno a un excelente panel de expertos que, por un lado, expondrán la estrategia de sostenibilidad medioambiental del Turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y, por otro, la situación actual de este importante factor en España.

Tras dar la bienvenida a los asistentes el presidente de Futuralia y del Grupo NEXO —organizador del foro—, Eugenio de Quesada, Futuralia 2017, cuya Presidencia de Honor ha aceptado Su Majestad el Rey, será inaugurado por el director general del Instituto de Turismo de España (TurEspana), Manuel Butler.

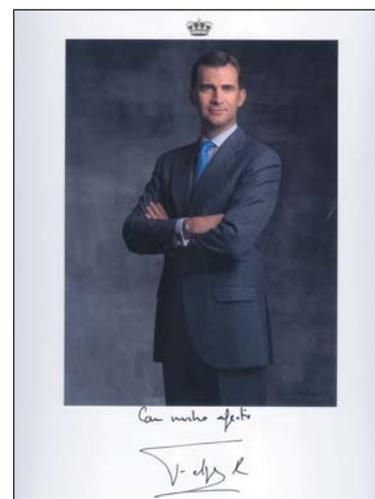
Tras ellos darán paso a la primera sesión sobre 'La OMT y el Turismo Sostenible para el Desarrollo', mode-

rada por el director ejecutivo para Relaciones con los Miembros de la OMT, Carlos Vogeler. Participarán en esta sesión el director ejecutivo de Programas Operativos y Relaciones Institucionales de la OMT, Marcio Favilla, con la ponencia 'Plan de Actuaciones de OMT en Sostenibilidad Medioambiental del Turismo'.

La situación en España

A continuación, se celebrará el panel de expertos 'Sostenibilidad Medioambiental del Turismo y actuaciones de la OMT', con la participación del presidente de los Miembros Afiliados de la OMT y presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), Miguel Mirones, y el presidente del Global Sustainable Tourism Council, Luigi Cabrini. Finalizará la sesión un debate abierto entre el ponente y los panelistas con preguntas de Carlos Vogeler.

La segunda sesión de trabajo de Futuralia 2017 analizará la 'Sostenibilidad del Turismo en España', que será dirigida por el director del Consejo Asesor de NEXOTUR y del Grupo NEXO, Claudio Meffert. En esta sesión participarán varios expertos de diversos segmentos turísticos. En el caso de destinos, por ejemplo, hablará el director general del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Arturo Bernal; sobre alojamiento ilegal intervendrá la ex directora general de Turismo de La Rioja y experta en alojamiento colaborativo, Mónica Figuerola; sobre hotelería participará la responsable de Sostenibilidad y Eficiencia del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Coralía Pino; y por último, en el segmento de transporte expondrá su caso el director de Marketing y Comunicación de Costa Cruceros para España, Rafael Fernández-Álava.



Su Majestad el Rey acepta la Presidencia de Honor de Futuralia 2017.

Cerrará esta décima edición de Futuralia un debate entre todos los expertos de la segunda sesión sobre la sostenibilidad medioambiental del turismo en España, en relación

a destinos, hotelería y alojamiento ilegal, con preguntas de Claudio Meffert; y la clausura oficial del encuentro correrá a cargo de su presidente, Eugenio de Quesada.

VUELE CON CHINA SOUTHERN

LAS MEJORES CONEXIONES A
 NUEVA ZELANDA
 AUSTRALIA
 ASIA

中国南方航空

CHINA SOUTHERN AIRLINES

España recibe 66 millones de turistas hasta septiembre

España ha recibido en los nueve primeros meses del año 66,1 millones de turistas internacionales, un 10,1% más. Reino Unido se mantiene como el primer mercado emisor con 15,4 millones de viajeros, un 7,8% más que en el mismo periodo de 2016. Le siguen Alemania, con cerca de 9,6 millones de turistas y un crecimiento del 7,5%, y Francia, con más de 9,3 millones y un repunte del 1,5%.

Amadeus crece por encima de la industria de los GDS

Amadeus ha registrado un beneficio ajustado de 846,7 millones de euros en los primeros nueve meses de 2017, un 14,7% más de los beneficios en comparación al mismo periodo del año anterior. En este mismo periodo, los ingresos del grupo tecnológico han alcanzado los 3.686,6 millones de euros, aumentando un 8,9%, mientras que el Ebitda ha crecido un 10,1%, hasta situarse en 1.466,3 millones.

El caso Monarch destapa los fallos del sistema ATOL

El cese de operaciones de Monarch, que obligó al Gobierno de Reino Unido a organizar un plan para repatriar a 110.000 pasajeros, ha puesto de manifiesto los "graves fallos" del sistema ATOL (Air Travel Organisers' Licensing). Así lo afirma la Asociación de Agencias de Viajes de Reino Unido (ABTA), que entiende que el ámbito de protección del mismo debería llegar a todos los viajeros.

Comunidad Valenciana está por la accesibilidad

La Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física (Predif) colaborará con la Agència Valenciana del Turisme en el impulso del Turismo accesible en la Comunidad. Bajo el lema 'Turismo para todos', el convenio entre ambas contribuirá a adaptar la oferta turística del destino a las necesidades de las personas con discapacidad.

Logitravel prevé facturar cerca de 700 millones de euros este ejercicio de 2017

De esta cifra, aproximadamente el 54% de su negocio ya proviene del extranjero

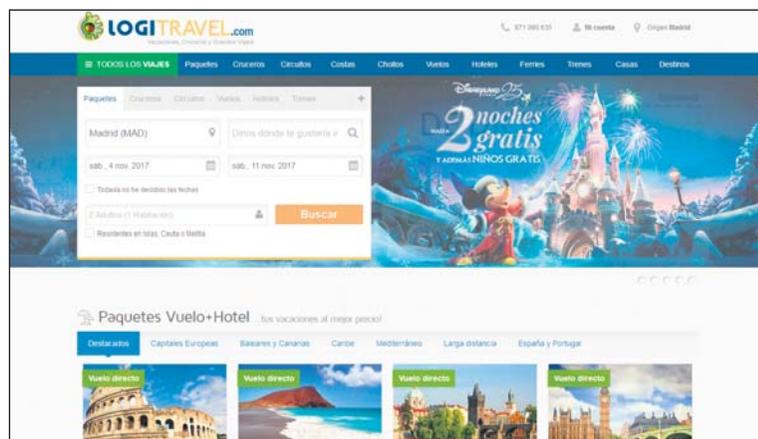
La facturación de Logitravel volverá a crecer a doble dígito por segundo año consecutivo, acercándose a 700 millones de euros. De este volumen, en torno al

54% proviene del extranjero, destacando la "fuerte dependencia" de Europa. En lo que respecta al mercado español, la reactivación de la demanda es un hecho.

Los planes de diversificación e internacionalización permitirán a Logitravel volver a crecer a doble dígito. Según avanza a NEXOTUR el CEO del grupo, Tomeu Bennasar, la previsión es alcanzar "una facturación cercana a los 700 millones de euros", lo que supondría un aumento del 10,6% en comparación con los 633 millones con los que cerraron el ejercicio 2016.

De la cifra que menciona, aproximadamente "el 54% de nuestro viene del extranjero, y las ventas en mercados internacionales siguen subiendo", subraya. En este sentido, revela que "tenemos una fuerte dependencia de los mercados europeos, pero poco a poco vamos abriendo negocio en el resto de continentes". "Estamos muy satisfechos en este sentido", aplaude.

Y en lo que respecta al mercado español, donde el grupo abrirá próximamente su primera tienda física, Bennasar destaca que la reactivación de la demanda es un hecho. "Es una tendencia que empezó hace unos años y ahora se está consolidando", indica. También



En el mercado español, la reactivación de la demanda es un hecho.

hace referencia al aumento del presupuesto destinado a las vacaciones, señalando que "los viajeros españoles se decantan por viajes más lejanos y de mayor duración, que en comparación con los viajes contratados hace unos cinco años".

Además de la importancia de su 'portal' www.logitravel.com, detrás del aumento de la facturación también está el crecimiento protagonizado por sus plataformas B2B. Men-

ción especial merece Traveltool, herramienta para agencias de viajes operativa a día de hoy en España, Rusia, Francia y Brasil. Sobre los planes de expansión de la misma, Bennasar revela que "nuestra idea es seguir internacionalizando la marca, pero lo haremos paulatinamente". "Primero queremos asentarnos bien en Rusia, Francia y Brasil, antes de pensar en nuevos mercados", sentencia.



Los pagos ascienden a 12.143 millones de euros entre enero y agosto.

Los pagos por Turismo suben un 13% hasta el mes de agosto

Los españoles han destinado 12.143 millones de euros a sus viajes al extranjero en los ocho primeros meses del año. Según el Banco de España, se trata de un crecimiento del 13,3%, variación idéntica a la registrada en agosto.

Los pagos efectuados por los españoles para viajar al extranjero registran un fuerte aumento en agosto. Ascenden a 2.189 millones, un 13,3% más que en el mismo mes de hace un año, cuando se situaron en 1.932 millones, según los datos recogidos por el Banco de España. Se trata del segundo mes consecutivo en el que crecen a doble dígito, tras el repunte del 12,2% de julio.

La tasa del periodo acumulado es idéntica. En los ocho primeros meses del año el desembolso realizado por los residentes en España es de 12.143 millones de euros, lo que supone un aumento del 13,3% en comparación con los 10.718 millones del ejercicio anterior.

Por tanto, todo apunta a que 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.

IATA alerta de los numerosos intentos de estafa que se hacen en su nombre e insta a notificarlo si existen dudas

En ocasiones usan cuentas de correo enmascaradas, lo que hace que los mensajes parezcan del 'lobby'

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) alerta a los diferentes actores vinculados a la industria aérea, entre los que figuran los agentes de viajes, de las actividades fraudulentas que se realizan en su nombre. El lobby recuerda que su sector suele ser "objetivo de fraude", siendo una práctica habitual la suplantación de su identidad o la utilización de su logotipo, incluyendo en ocasiones enlaces a una página web falsa.

En concreto, revela que entre las tácticas más comunes de los estafadores está la solicitud, tanto por teléfono como por correo electrónico, de supuestos pagos pendientes, lle-

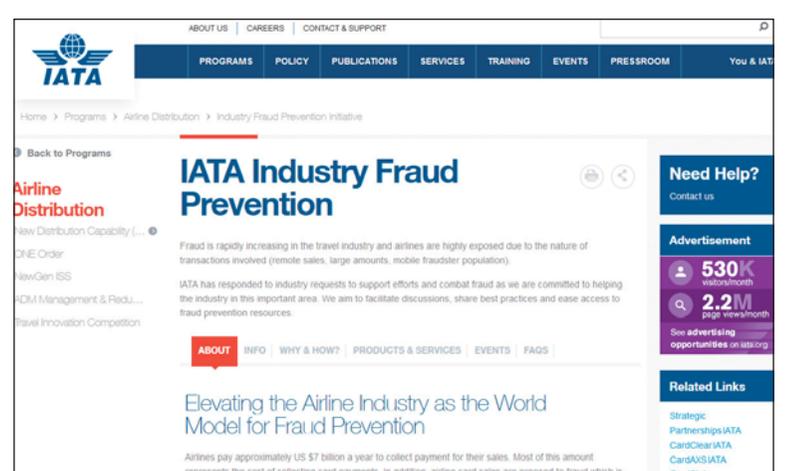
gándose a utilizar incluso nombres de los propios empleados de IATA. Además, en muchas ocasiones usan cuentas de correo enmascaradas, lo que hace que los mensajes parezcan provenir de la propia organización. Si bien lo más habitual es que utilicen direcciones en las que aparece el nombre de IATA pero en las que los dominios son diferentes.

¿Qué recomienda IATA?

Para evitar ser objeto de este tipo de fraudes, el lobby recomienda que los usuarios de productos y servicios de IATA "siempre tengan cuidado con las solicitudes que reciben para

actualizar la información de la cuenta bancaria". En caso de que se detecte alguna irregularidad, insta a los profesionales a notificar su caso inmediatamente a través del correo information.security@iata.org.

Por otro lado, aconseja a los profesionales que visiten su 'portal' para obtener información sobre las últimas cuentas de correo electrónico usadas por los estafadores. Finalmente, para protegerse del correo no deseado o la suplantación de identidad, recomienda la implementación del protocolo de autenticación denominado DMARC, el cual sirve para evaluar la legitimidad de los dominios de Internet.



La web de IATA cuenta con un espacio destinado a combatir el fraude.

Globalia vende Latitudes a Ávoris por 'las numerosas duplicidades de destinos'

Ávoris Reinventing Travel (Barceló Viajes) compra Latitudes a Globalia. Según informa el grupo presidido por Juan José Hidalgo, la decisión viene motivada por "las numerosas duplicidades de destinos" que distribuían tanto el turoperador especializado en grandes viajes como Travelplan. En especial, en todos los principales corredores de América, lo que provocaba "una com-

petencia interna, a nuestro juicio innecesaria, así como un mayor coste para nuestra organización".

En un comunicado a proveedores y agencias, Globalia lanza un mensaje de "absoluta tranquilidad", asegurando que las reservas ya creadas para salidas entre el 1 de noviembre de 2017 y el 31 de diciembre de 2018, serán operadas por su división mayorista "con total normalidad". Por

lo tanto, los productos ya contratados no sufrirán cambio alguno.

Travelplan reforzará todos sus productos actuales hacia América y su próximo catálogo 2018-2019 ampliará considerablemente toda su programación de estancias, combinados y circuitos en este continente. Todos sus esfuerzos comerciales y logísticos en estos destinos estarán centrados a partir de ahora en Traveplan.



Latitudes está especializado en grandes viajes.

Críticas a la inacción de la Comisión en las políticas antiGDS

Los argumentos de la Comisión Europea no convencen a muchos de los miembros del Parlamento. Según ha podido saber NEXOTUR, un nutrido grupo de parlamentarios ha criticado la inacción del Ejecutivo comunitario en relación a las políticas antiGDS impulsadas por el grupo Lufthansa, que desde septiembre de 2015 cobra un recargo de 16 euros por reserva realizada a través de estas plataformas. En un debate en el seno de la Eurocámara sobre esta cuestión, también se han quejado de "la falta de resultados de la investigación abierta hace dos años" para determinar si Lufthansa incumple algún punto del código de conducta de los CRS.

Según advierten, esta inacción ha traído consigo incertidumbre legal a la industria, especialmente después de que International Airlines Group (IAG) haya dado un paso similar a través de sus dos aerolíneas punteras (Iberia y British). Además, los diputados del Parlamento Europeo denuncian que "a los viajeros cada vez les resulta más difícil comparar tarifas aéreas", lo que es "contrario a los ambiciosos objetivos que estableció la propia Comisión Europea para garantizar que los consumidores puedan hacer elecciones transparentes".

A su juicio, la introducción de suplementos de Lufthansa e IAG a los que se sumará Air France KLM a partir de abril de 2018, se traducirá en "una oferta más reducida y precios más elevados". Por último, instan a la Comisión Europea a analizar la posición que ocupa Lufthansa en el mercado.

Durante el debate, en nombre de la comisionada de Transporte, Violeta Bulc, el también comisario Christos Stylianides, ha salido al paso argumentando que "el caso es complejo" y que la Comisión Europea "todavía está examinando las quejas" que ha recibido al respecto, cuatro según revela. Asimismo, avanza que han iniciado una revisión del reglamento, incluida la normativa sobre transparencia en precios y el código de conducta de los CRS, con el objetivo de adaptarlas a la realidad del mercado y garantizar que los consumidores de la Unión Europea tengan acceso a todos los servicios de las aerolíneas y dispongan de la información necesaria en materia de precios.



2018
Fitur
Feria Internacional de Turismo

Madrid, 17 - 21 enero

9.900 empresas expositoras
136.000 profesionales
7.600 periodistas
109.200 público general

fituronline.com

S O M O S T U R I S M O



**FITUR 2018
ARRANCA
MOTORES**



ORGANIZA



IFEMA
Feria de Madrid

MIEMBRO DE



TRANSPORTISTA OFICIAL

Air France KLM también penalizará a los GDS

Air France KLM sigue los pasos de Lufthansa e International Airlines Group (IAG). El grupo aéreo aplicará un suplemento de 11 euros a las reservas realizadas vía GDS. Según argumenta, con esta medida pretende "cubrir la diferencia de costes entre el modelo GDS y los canales de venta directa de Air France y KLM". Avisa que el importe del suplemento podría variar en el futuro.

Se convoca el I premio de Turismo Responsable

Fundación InterMundial, con Fitur e ITH, ha convocado el primer premio de Turismo Responsable con motivo de la celebración del Año del Turismo Sostenible, proclamado por la ONU. El objetivo es reconocer el esfuerzo de las empresas turísticas que trabajan por el desarrollo de un turismo basado en prácticas responsables con el medioambiente, la economía y la sociedad local.

Viajes Carrefour lanza un reclamador de vuelos

Viajes Carrefour pone a disposición de sus clientes un reclamador de vuelos. Ofrecido gracias a su alianza con Wings to Claim, permite gestionar las indemnizaciones por cancelaciones y retrasos de forma rápida y sencilla, simplificando los trámites burocráticos que habitualmente acompañan este tipo de reclamaciones. Estará disponible en todos los puntos de venta de la red.

La WTM de Londres celebra su edición 37

Londres ha albergado entre el 6 y 8 de noviembre, la trigesimoséptima edición del World Travel Market (WTM). Los propios organizadores aseguran que en estos tres días se generarán más de 3,1 millones de euros por los contactos comerciales que hagan sus asistentes. Con más de 5.000 expositores presentes y unos 51.000 profesionales del viaje han participado.

Se aprueba el anteproyecto de Ley para adaptar la normativa a las exigencias de la UE en viajes combinados

Entre algunas de las novedades, contempla la nueva forma de contratación a través de Internet

El Consejo de Ministros aprueba el anteproyecto de Ley mediante el que se adapta la normativa española a las exigencias de la Unión Europea en materia de viajes combinados. El plazo

de transposición finaliza el 1 de enero de 2018. El nuevo texto recoge obligaciones adicionales para organizadores y minoristas. La directiva deroga la normativa comunitaria vigente

sobre viajes combinados, vacaciones combinadas y circuitos combinados, estableciendo un nuevo marco legal que incrementa la protección de los consumidores.

El Consejo de Ministros da luz verde, a propuesta de la ministra de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Dolors Montserrat, al anteproyecto de Ley por el que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. Esta modificación tiene por objeto la transposición al ordenamiento jurídico español de la Directiva (UE) 2015/2302 relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados.

La directiva deroga la normativa comunitaria vigente sobre viajes combinados, vacaciones combinadas y circuitos combinados, estableciendo un nuevo marco legal que incrementa la protección de los consumidores, contempla la nueva forma de contratación a través de Internet. También "aumenta la transparencia, elimina ambigüedades y colma las lagunas legislativas existentes", sostiene el Gobierno. El plazo de transposición finaliza el 1 de enero de 2018, por lo que el Consejo de Ministros ha aprobado también la tramitación urgente de este anteproyecto de Ley.

Según el texto, por ley se exigirá que siempre haya como mínimo un empresario responsable de la correcta ejecución de todos los servicios de viaje incluidos en el contrato. También se proporcionará a los viajeros un número de teléfono de emergencia o los datos de un punto de contacto donde puedan contactar con el organizador o el minorista. Asimismo, puntos recogidos en la nueva normativa es que los viajeros podrán ceder el viaje combinado a otra persona, con un preaviso razonable y, en su caso, con sujeción al pago de gastos adicionales.

Principales novedades

En relación al precio del 'paquete', solo se podrá aumentar si se producen gastos específicos (por ejemplo, en los precios de combustible) y está expresamente estipulado en el contrato, y en ningún caso en los últimos 20 días anteriores al inicio del viaje. Si el incremento excede del 8% del precio del viaje combinado, el cliente podrá poner fin al contrato. Además, en caso de que el organi-

zador se reserve el derecho de aumentar el precio, el viajero tendrá derecho a una reducción del precio si disminuyen los gastos correspondientes. Por otro lado, los clientes podrán poner fin al contrato sin pagar ninguna penalización y obtener el reembolso completo de todos los pagos realizados si se modifica significativamente alguno de los elementos esenciales del viaje combinado que no sea el precio.

Si el empresario responsable del viaje lo cancela antes de su inicio, los consumidores tendrán derecho al reembolso de los pagos realizados y, cuando proceda, a una indemnización. En circunstancias excepcionales, por ejemplo en caso de que en el lugar de destino existan graves problemas de seguridad, los viajeros podrán poner fin al contrato antes del inicio sin pagar ninguna penalización. También podrán poner fin al contrato en cualquier momento antes del comienzo del viaje mediante el pago de una penalización por terminación que sea adecuada y justificable. Si, después del inicio del viaje, no pueden prestarse elementos sig-



El Consejo de Ministros ha aprobado la propuesta de la ministra de Sanidad.

nificativos de este, deberán ofrecerse al viajero fórmulas alternativas adecuadas, sin coste adicional.

Los viajeros también podrán poner fin al contrato sin pagar ninguna penalización en caso de no ejecución de los servicios cuando ello afecte sustancialmente a la ejecución del viaje combinado y el organizador o, en su caso, el minorista, no consiga solucionar el problema. Asimismo, tendrán derecho a una reducción del precio y/o a una indem-

nización por daños y perjuicios en caso de no ejecución o ejecución incorrecta de los servicios de viaje.

La nueva normativa obliga al organizador y al minorista a proporcionar asistencia al turista en caso de que este se encuentre en dificultades. Si el organizador o minorista incurre en insolvencia, se procederá al reembolso de los pagos, mientras que si esto ocurre durante el viaje, habrá garantías de reparación de los viajeros.

'La expansión es una de las piedras angulares' de Ávoris Reinventing Travel

El desembarco comenzará en China y Estados Unidos anuncia Subías

Ávoris Reinventing Travel (antigua Barceló Viajes) desembarca en Asia y Estados Unidos con el objetivo de reforzar su posición en la industria turística a nivel mundial. Esta expansión se suma a su consolidada presencia en mercados como Latinoamérica y Portugal. En palabras de su CEO, Gabriel M. Subías, "la expansión internacional es una de las piedras angulares sobre las que pivota nuestro plan estratégico, y sobre ella centraremos gran parte de nuestros esfuerzos".

En el caso del mercado asiático, Ávoris ha elegido China como punto de partida. Su primer paso será la

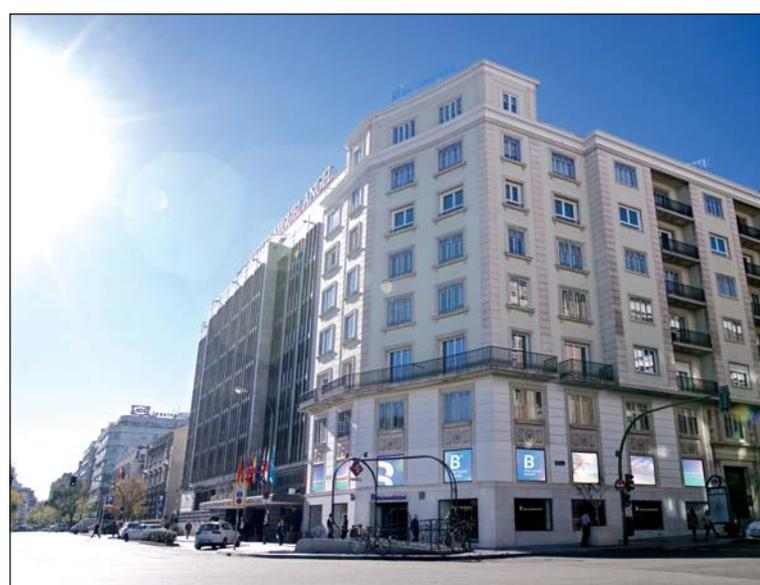
comercialización de circuitos especializados para el consumidor asiático a través de Special Tours. Para esta misión, cuya base de operaciones se ha establecido en Shangái, la división de viajes de Barceló ha incorporado al antiguo director regional para el este Asia de Hotelbeds, Miguel Ahn, como director regional para Asia, así como a Xing Peng como country manager para China.

Cambios de calado

En relación a Estados Unidos, donde operará con sede en Miami, Special Tours creará una programa-

ción *ad hoc* de circuitos y grandes viajes dirigidos al cliente latino. Para liderar la expansión en Norteamérica, Ávoris ha incorporado a María Jesús Lope Alonso, que cuenta con una amplia experiencia en la industria turística en Miami.

En cuanto a Latinoamérica, el grupo destaca que "2017 está siendo un año clave para la consolidación de Ávoris como modelo de innovación y referente de gran operador turístico global". Para impulsar su presencia, ha reforzado su estructura desplazando a ejecutivos de primer nivel a Colombia, Argentina, México, Perú y Brasil. La es-



Quiere reforzar su posición en la industria turística a nivel mundial.

trategia pasa por reforzar la implantación de Special Tours en la comercialización de circuitos y

aprovechar las sinergias con otras marcas del grupo tales como Catai, Evelop o Turavia.

EXPO

GALERIA

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

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

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

Filatelia
Numismática
Coleccionismo

fundada en 1964

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



La 'comisión cero' se extiende en el sector aéreo a nivel mundial a pesar del peso de las agencias de viajes

En Colombia se ha pasado del 10% al 1% de comisión señala la presidenta de ANATO

Valencia se ha convertido entre los días 1 y 3 de noviembre en la capital mundial del Turismo con la celebración de la cuarta Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes. La

cita, que fue inaugurada por el presidente de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, y la secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asián, ha reunido en la ciudad a más de 150 presiden-

tes y altos cargos de Organizaciones empresariales llegados de más de 60 países de todo el mundo. En las tres jornadas se han analizado las últimas tendencias del Sector.

La 'comisión cero', aplicada ya por la práctica totalidad de las compañías aéreas de Europa, se extiende por todo el planeta. Así lo han puesto de manifiesto los responsables de algunas de las principales Organizaciones empresariales de agencias durante la Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes.

Además, en los pocos casos en los que siguen existiendo, son pírricas en comparación con las de finales del siglo XX. De los ponentes en la mesa redonda 'Agencias de viajes de todo el mundo: tendencias de mercado', tan solo la vicepresidenta del Foro Latinoamericano de Turismo (Folatour) y presidenta de ANATO (Colombia), Paula Cortés, y el CEO de AFTA (Australia), Jayson Westbury, han apuntado que en sus respectivos mercados sigue existiendo esta forma de retribución.

La primera explica que "hoy en día tenemos un 1% de comisión por la venta de billetes de avión, mientras que antes era del 10%". Pese a esta

reducción, destaca que hay un service fee obligatorio del 8% tanto para las agencias como para las aerolíneas, lo que hace que este producto siga aportando rentabilidad a las minoristas. En representación de Oceanía, el CEO de KATA revela que "en algunos casos sigue habiendo comisiones". Y además de esto, aplaude que "las aerolíneas han comenzado a entender que les conviene trabajar con nosotros y no en nuestra contra", lo que ha permitido que "la competencia no sea tan feroz como antaño".

Mercados maduros

Todo lo contrario ocurre en los mercados maduros, como es el caso de Europa y Estados Unidos. En el primero la comisión es ya cosa del pasado, como ha reconocido la presidenta de ECTAA, Merike Hallik, mientras que en el segundo, aunque "no existe comisión como tal", las agencias "pueden obtener algún tipo de incentivo". Así lo apunta el vicepresidente de ASTA (Estados

Unidos), Mark Meader, quien aplaude que "la comunidad de aerolíneas vuelve a reconocer el valor que aporta la agencia de viajes". "Nos dan mucho mas apoyo que hace años y la relación esta evolucionando de una forma más positiva", destaca.

Por su parte, el presidente de FATA (Asia), Hamzah Rahmat, quien también revela que los agentes ya no perciben retribución por la venta del aéreo, va más allá e insta a los agentes de viajes a "elegir qué aerolíneas queremos utilizar", teniendo para ello en cuenta el trato que dan a su canal indirecto. Finalmente, el CEO de KATA (Kenia), Nicanor Sabulana, indica que "las comisiones están desapareciendo en África", a lo que se suma la "agresividad de algunas líneas aéreas" para impulsar sus canales de venta directa.

La eliminación unilateral de la retribución por parte de la mayoría de compañías aéreas del mundo llama la atención si se tiene en cuenta que las agencias continúan representando la mayor parte de sus ven-



La Cumbre se ha celebrado en Valencia entre el 1 y 3 de noviembre.

tas. Solo en América Latina y Oceanía cada parte concentra el 50% de la distribución, mientras que en Estados Unidos el porcentaje de las primeras es prácticamen-

te similar, con un 51% sobre el total. En Europa y África las agencias acaparan el 60% de las ventas, porcentaje que se eleva al 70% en el caso de Asia-Pacífico.

Apertura de agencias físicas por parte de las OTAs: ¿tendencia o casos puntuales?

Expedia: 'Probablemente nosotros no llegaremos a tener una tienda física'

Mientras que todas las medianas y grandes agencias de viajes convencionales, e incluso muchas pymes, han dado el salto al canal *online*, distribuyendo sus productos y servicios a través de sus propios 'portales', hasta el momento no sucede lo mismo a la inversa. Las agencias *online* (OTAs) siguen más centradas en expandir su presencia a nivel internacional y, en algunos casos, diversificar su negocio sin salir de Internet.

Un ejemplo de ello es Expedia. En su intervención en la Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes, su director de distribución en EMEA y LATAM, Luis Hurtado de Mendoza, ha revelado que, aunque "ha estado sobre la mesa, probablemente nosotros no llegaremos a tener una tienda física". Su estrategia para acercarse al cliente es la vía telefónica, a la que recurre un elevado porcentaje de sus clientes y lo que le ha llevado a reforzar su *call center*.

Estrategia cautelosa

Dos agencias que sí se plantearon dar este paso en el mercado español fueron Destinia y Muchoviaje. Si bien sus proyectos quedaron finalmente aparcados o han derivado en estrategias más cautelosas. Por ejemplo, la agencia de Gowai llegó a un acuerdo para la coloca-



Mesa sobre las agencias de viajes 'online'.

ción de puestos de venta *online* en los establecimientos de Correos de Portugal.

Pese a ello, el consejero delegado y fundador de Destinia, Amuda Goueli, sigue pensando que "abrirán OTAs a pie de calle". Aunque no desvela los planes de su empresa, en su intervención en la Cumbre ha hecho hincapié en que "las agencias necesitan que se les ponga cara", lo que podría llevar a muchas OTAs a "salir a la calle". Por otro lado, Goueli advierte que las agencias tradicionales "van muy lentas en lo que se refiere a la tecnología",

por lo que entiende que deben trabajar para reducir "la brecha digital".

Lastminute fue pionera en Europa en este proceso de reconversión hacia el canal convencional. En 2009 anunciaba la apertura de tres puntos de venta física en grandes urbes de Reino Unido. Por su parte, Logitravel será la primera en dar este paso en el mercado español. Inaugurará en enero de 2018 su primera tienda física. Ubicada en Kinépolis Ciudad de la Imagen (Madrid), será un local de más de 500 metros cuadrados dotado de la última tecnología y con 25 puntos de atención al cliente.



Entrega del galardón Vicente Blasco a la Fundación Turismo de Valencia.

CEAV premia a Turismo Valencia y a Pablo Piñero

Durante la cuarta Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes, celebrada del 1 al 3 de noviembre en Valencia, tuvo lugar una emotiva ceremonia de entrega de los distintivos turísticos de CEAV. Ante más de 150 asistentes, la Confederación hizo entrega de los premios Vicente Blasco y Matilde Torres a Fundación Turismo de Valencia y Pablo Piñero, a título póstumo.

Durante el acto, el presidente de CEAV, Rafael Gallego, recordó la "lucha incansable" de Vicente Blasco en pro de la unión sectorial. "Fue el principal precursor del Asociacionismo de las agencias de viajes y sin su trabajo probablemente la Confederación no existiría", llegó a afirmar. Por este motivo, el pasado 23 de noviembre se acordó la creación del premio que lleva su nombre, dirigido a empresas e instituciones que de manera extraordinaria hayan contribuido al desarrollo, fomento y promoción del Turis-

mo. Además de sus hijos Eva y Héctor, estuvo presente la viuda de Vicente, Isabel García Vendrell.

La encargada de recoger el premio, la presidenta de la Fundación Turismo de Valencia y primera teniente alcalde del Ayuntamiento de la ciudad, Sandra Gómez, hizo especial hincapié en que "este reconocimiento, trasciende el ámbito profesional y llega a lo personal porque, precisamente Vicente Blasco, fue quien impulsó la Fundación Turismo de Valencia desde sus orígenes".

Por su parte, la vicepresidenta de *marketing* y comunicación en Grupo Piñero, Isabel Piñero, que recogió junto a su madre, Isabel García, el V Distintivo Turístico Matilde Torres, destacó que "reconocer a mi padre es reconocer a una organización que es su mayor legado y en la que él sigue vivo, sobre todo a través de sus valores corporativos, que imprimió a fuego en la compañía".

El Sector apoya la facilitación de la tramitación de visados

Las Asociaciones de agencias de viajes de todo el mundo han defendido durante la celebración de la primera jornada de la Cumbre Mundial de Agencias de Viajes una mayor flexibilidad por parte de los Gobiernos y la desregularización en materia de visados, buscando siempre un equilibrio entre la seguridad y el no poner frenos a los flujos turísticos.

Además, durante la conferencia que bajo el título de 'Turismo y políticas de inmigración y protección de fronteras', ha reunido a un panel de especialistas formado por el director del Programa de Desarrollo Sostenible de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Dirk Glaesser; el director Regional de facilitación y seguridad aérea de ICAO, Alassane Dolo; el presidente de la Agrupación Mexicana de Asociaciones de Agencias de Viajes, Cesar Romero; y el director de Asuntos Públicos de ABTA, Alan Wardle, han manifestado que "se ha podido constatar que muchos de los últimos atentados han sido realizados por individuos que habían nacido en el país por lo que poner freno a los visados no los hubiese impedido. En materia de seguridad se debería ir al origen del problema".

Compartir experiencias

Por otra parte, señalan que "se ha comprobado que es un hecho que en la mayoría de países el Turismo se incrementa a medida que se dan nuevas facilidades en materia de in-



Momento del panel. © S.T. Komuda

migración y, más concretamente en lo que se refiere a los visados". Y, entre otras de las conclusiones, durante la charla se ha puesto de manifiesto la necesidad de compartir experiencias en materia de seguridad y fomentar que los Gobiernos utilicen mejor las tecnologías para detectar el riesgo en el menor tiempo posible porque aferrarse a un exceso de soberanismo imponiendo visas estrictas afecta a la generación de ingresos de propio país.

En este sentido también han destacado que "lo más importante es que los agentes que están en contacto con los potenciales viajeros para que tomen decisiones con toda la información posible sobre la mesa y, a su vez, les preparen para todas las situaciones que van a vivir o se pueden encontrar durante el viaje".

Rechazo unánime al contrato de IATA por mostrar un 'desequilibrio increíble'

ECTAA denuncia que en cinco años su programa de agencias 'pasará a la historia'

Las agencias de viajes denuncian el "desequilibrio increíble" existente en su relación con las compañías aéreas. Las grandes Organizaciones del Sector

acusan en la Cumbre celebrada en Valencia a la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) de mantener un sistema de gobernanza "obsoleto".

Frente común contra el contrato impuesto por la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) a las agencias de viajes. Las Organizaciones empresariales participantes en la Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes, celebrada del 1 al 3 de noviembre en Valencia, han mostrado un rechazo unánime a la forma de actuar del lobby aéreo.

Uno de los más críticos ha sido el secretario general de la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA), Michel de Blust, quien lamenta "el desequilibrio increíble" existente en las relaciones entre agencias y aerolíneas. A su juicio, en caso de que IATA no replantee su modelo, "en un plazo de cinco años su programa de agencias solo se podrá ver en un museo porque pasará a la historia". Entre otras cuestiones, acusa al lobby aéreo de querer "imponer más restricciones a las agencias en lo que a pagos se refiere", así como de mantener un sistema de gobernanza "completamente obsoleto".

También el presidente de la Alianza Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes (WTAAA), Otto de Vries, se ha pronunciado en contra, aunque de forma más comedida, del programa de agencias de viajes, acusando a IATA de mantener un modelo de relación "injusto". "No tenemos el poder de voto, simplemente nos consultan y nos limitamos a opinar",



De izquierda a derecha: el presidente de WTAAA, Otto de Vries; el presidente de CEAV, Rafael Gallego; y el secretario general de ECTAA, Michel de Blust.

lamentar. Por su parte, la vicepresidenta del Foro Latinoamericano de Turismo (Folatur) y presidenta de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), Paula Cortés, avanza que su Organización se ha dirigido a las autoridades europeas y americanas para denunciar determinadas cláusulas del contrato.

Devastador para el Sector

En representación de España, la vicepresidenta de relaciones internacionales de CEAV, Eva Blasco, denuncia que "no existe una conversación entre iguales". "En la PaConf, órgano de IATA donde se aprueban todos

los cambios, solo están las compañías aéreas, mientras que las APJC cada vez tienen menos contenido", afirma. Asimismo, advierte que el proyecto New Gen ISS, al cual se opone la Confederación, "puede ser devastador para el Sector de agencias de viajes".

En los mismos términos se expresa el presidente de CEAV, Rafael Gallego, quien aclara que "hemos llegado hasta donde podíamos", en referencia a la denuncia interpuesta hace ahora dos años contra varias cláusulas recogidas en el contrato IATA. Al respecto, critica que pese a que lleva "20 años escuchando lo malas que son las aerolíneas e IATA, nadie hace nada".

CEAV: 'Las agencias nos encontramos en medio del enfrentamiento entre compañías aéreas y GDS'

Blasco: 'Es crucial que creamos un entorno de auténtica colaboración que nos permita avanzar con una relación 'win to win''

"Las agencias estamos en medio del enfrentamiento entre dos titanes: compañías aéreas y GDS". Así lo ha remarcado la vicepresidenta de relaciones internacionales de CEAV, Eva Blasco, en su intervención en la mesa redonda sobre distribución aérea celebrada en el marco de la Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes, que tuvo lugar del 1 al 3 de noviembre en Valencia. Aprovechando la presencia del vicepresidente de distribución y financiero de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), Aleks Popovich, ha abogado por una relación más equilibrada entre compañías aéreas y agencias de viajes.

"Necesitamos el cariño y reconocimiento de los proveedores", subraya Blasco, quien hace hincapié en la importancia de que "no dejen de ver como competidores y, por tanto, lo hagan como verdaderos aliados". "Si lo que queremos es ser eficientes como industria, es

crucial que creamos un entorno de auténtica colaboración que nos permita avanzar con una relación win to win", prosigue. Asimismo, recuerda a los diferentes actores de la industria que "hace ya mucho tiempo que las agencias llevaron a cabo un cambio, iniciando un camino hacia la especialización y con el objetivo prioritario de aportar valor". "No somos meros expendedores de billetes", sentencia.

Servicio personalizado

En representación de la industria aérea, Aleks Popovich, aclara que, aunque esperan que el coste unitario por operación "debería bajar con la mejora de la tecnología", el gran objetivo que les ha llevado a embarcarse en el proyecto New Distribution Capability (NDC) es poder ofrecer a los clientes un servicio más completo y personalizado. "Las aerolíneas no quieren ser

clasificadas por precio, quieren mostrar todo su contenido y tener un mayor control del mismo con independencia del canal", sostiene.

En relación a los planteamientos de la vicepresidenta de relaciones internacionales de CEAV, el representante de IATA coincide en la importancia de "respetarnos mutuamente". También reconoce que "las compañías aéreas siguen necesitando a las agencias de viajes", a las que augura un gran futuro siempre y cuando "se conviertan en asesores que aporten valor". Finalmente, en referencia a las dudas que ha rodeado en todo momento el proyecto NDC, Popovich ha hecho público su convencimiento de que "con el tiempo será satisfactorio".

Por su parte, el vicepresidente senior de canales de viaje de Amadeus IT Group, Decius Valmorbidia, ensalza el papel de su empresa en la industria del Turismo. "No solo creamos contenido, sino



Mesa redonda sobre distribución aérea.

que hemos desarrollado un ecosistema para las agencias", destaca. Al igual que Eva Blasco, apuesta por un modelo de negocio "en el que todos ganemos". Sobre NDC, se compromete a "que todos los contenidos de las aerolíneas estén disponibles para las agencias". Asi-

mismo, insiste en que la puesta en marcha de este protocolo por parte de la industria aérea nada tiene que ver con los costes. Según revela, mientras que en otros sectores los proveedores destinan "el 30% de sus ingresos a los intermediarios, en nuestro caso hablamos de un 6%".

La web de Fuerte Hoteles sin la gestión de agencias



Fuerte Hoteles presenta una nueva página en la que, con pocos cambios

en su diseño, mantiene una amplia información de sus hoteles y su entorno, y optimiza su sistema de reservas, que ahora no está disponible para las agencias de viajes.

Un cambio de diseño en la nueva web de Aucorsa



Aucorsa presenta una nueva versión de su página web en la que, con

otro diseño de accesos, mantiene la información sobre la empresa, sus servicios y puntos de venta, así como las dos áreas para empleados y proveedores.

Web de Sensación Rural para terminales móviles



Sensación Rural presenta una nueva versión de su web que, con pocos

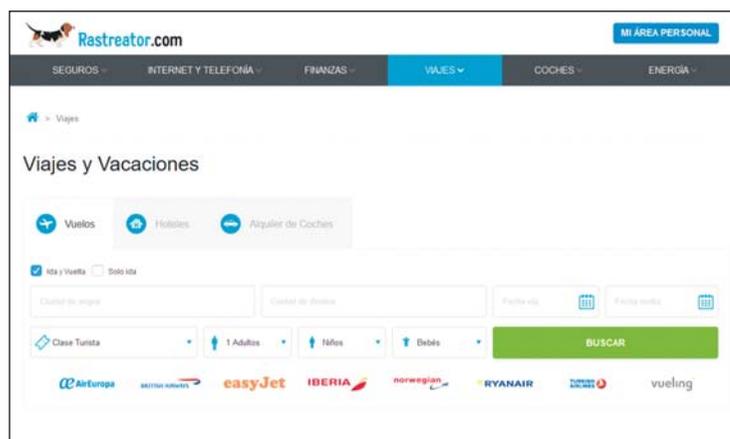
cambios pero disponible para todo tipo de terminales, mantiene su completo sistema de búsqueda de alojamientos rurales, aunque sigue sin gestión online de reservas.

Amplia información sobre Extremadura en Internet



La web actual de Turismo en Extremadura ofrece, con un atractivo diseño compatible,

una completa información de todos sus atractivos turísticos, a los que se accede desde un mapa activo, y de sus alojamientos y restaurantes desde un buscador.



Permite buscar vuelos, trenes, autobuses y coches compartidos.

Rastreator incorpora las búsquedas de transporte

Rastreator integra la tecnología de Liligo. El comparador de seguros ofrecerá a sus clientes búsquedas de vuelos, trenes, autobuses y coches compartidos gracias al acuerdo, ayudándoles a elegir el medio de transporte más conveniente tomando en cuenta aspectos como el precio y la duración del viaje.

"Con la colaboración con Liligo estamos seguros de que complementamos y ampliamos nuestros productos en el sector viajes, para

ofrecer al consumidor español el producto que más se adapte a sus necesidades", señala el CEO de Rastreator, Fernando Summers. Por su parte, el director de Liligo, Mario Gavira, muestra su satisfacción por el hecho de que "el comparador líder de seguros nos haya elegido como socios para ofrecer nuestra tecnología a sus usuarios". "Refuerza nuestra posición como referentes en el campo de la comparación de transporte multimodal", resalta.

'Portales' y agencias de viajes 'online' avanzan en el alojamiento privado

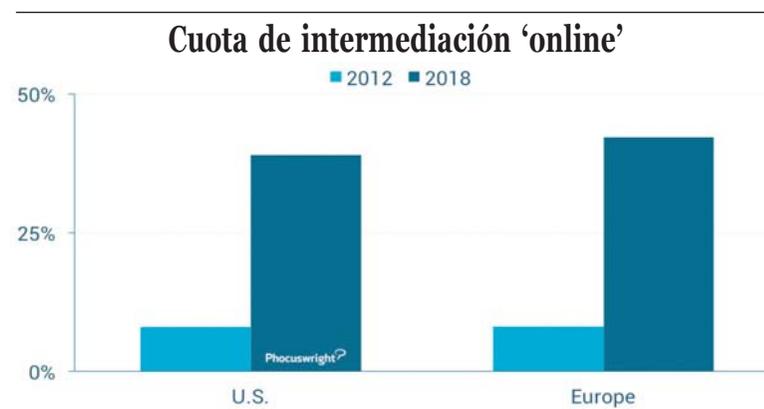
La influencia de los grandes 'portales' podría ser incluso mayor que en el sector hotelero

"Es sólo cuestión de tiempo que unas pocas marcas concentren la mayoría" de las reservas de alojamiento privado. Así lo prevé la consultora Phocuswright en

un informe que ha hecho público recientemente, que revela que el peso de los grandes grupos online ascenderá al 40% en el año 2018.

Al igual que lo ocurrido en el negocio de la distribución hotelera, donde unas pocas plataformas (con Booking y Expedia como claros dominadores) dominan de forma aplastante, en el sector del alojamiento privado también se observa un creciente peso de los grandes grupos online.

Según un informe de Phocuswright, los intermediarios que operan en la Red, especialmente las agencias de viajes online (OTAs) y 'portales' especializados en alquiler como Airbnb y HomeAway, están capacitados para "ejercer una influencia aún mayor en el alojamiento privado" en comparación con el hotelero. Su previsión es que en 2018 ya controlen el 40% del negocio en Europa y Estados Unidos, frente al 10% que representaban en el año 2012. El vicepresidente senior de la con-



Fuente: Phocuswright.

© NEXOTUR

sultora, Douglas Quinby, apunta que "un puñado de marcas clave (Airbnb, HomeAway, Booking, TripAdvisor y algunas otras) han logrado aumentar la oferta y la demanda a un ritmo notable durante la última mitad de la década, y no mues-

tra signos de desaceleración". En su opinión, "dada la naturaleza mucho más fragmentada del sector de la vivienda privada en relación con los hoteles, es sólo cuestión de tiempo que unas pocas marcas concentren la mayoría de las ventas".

VenuesPlace cuenta con 4.000 espacios en toda España y permite la búsqueda, selección y petición de presupuesto

La compañía ha ayudado a gestionar más de 20.000 eventos desde su nacimiento a finales de 2013

El buscador español de espacios para eventos VenuesPlace cuenta ya con más de 4.000 localizaciones en toda España en su plataforma online y un total de 30.000 usuarios registrados, entre los que se encuentran 4.000 agencias y empresas. Desde su creación en 2013, ha ayudado a gestionar más de 20.000 eventos. Como afirma su CEO, Gonzalo Hamparzoomian Arango, "a la hora de organizar un evento, bien sea social o corporativo, una de las tareas que más tiempo lleva es la localización del espacio adecuado, además de ser un elemento clave para garantizar que la celebración sea todo un éxito". "Por esta razón nace VenuesPlace, con el objetivo de ofrecer una herramienta que facilite tanto a empresas relacionadas con los eventos como a particulares, la búsqueda y gestión de espacios para eventos de todo tipo", añade.

VenuesPlace permite a los usuarios buscar, comparar y elegir entre

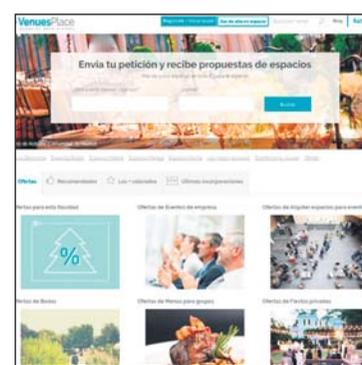
su extenso catálogo de espacios. Aquí pueden ver sus características, realizar comparativas de las instalaciones, recursos técnicos y de presupuesto, de tal forma que pueden valorar los espacios y solicitar cotización. Además, la plataforma dispone de un servicio de asesoramiento gratuito, VenuesFinder, formado por un equipo de profesionales buscadores de espacios que, con una simple llamada, se encargan de localizar para el cliente aquellos espacios que mejor cumplan con las características solicitadas.

Más de 4.000 establecimientos

La plataforma VenuesPlace cuenta con más de 4.000 establecimientos. Los profesionales de la compañía han visitado, personalmente, la mayoría de los espacios con el objetivo de recomendar siempre

el que más se adecúa a las necesidades del cliente. Estas localizaciones cumplen con los altos estándares de calidad exigidos por VenuesPlace y ofrecen siempre el mejor precio garantizado a los usuarios que llegan a través de la plataforma. Además, VenuesPlace cuenta con 2.000 localizaciones adicionales, muy exclusivas, que no están incluidas en la web y a las que solo se puede acceder a través del asesoramiento de los venues finders.

Dentro de su portfolio de espacios, la plataforma incluye tanto localizaciones para eventos sociales (bodas, bautizos, comuniones, fiesta preboda, fiestas de cumpleaños, graduaciones, fiestas privadas, conciertos, homenajes, puestas de largo) como para eventos de empresa (congresos y convenciones, presentaciones de producto, pop ups, team buildings, seminarios,



Cuenta con 2.000 localizaciones.

formación, fiestas de empresa, desayunos de trabajo, comidas y cenas de empresa, shootings, etc.). Además, incluye infinitas opciones en lo que a tipología de espacio se refiere, desde áticos o azoteas hasta bodegas o fincas particulares, pasando por hoteles, edificios emblemáticos, casas particulares campos de golf y un largo etcétera.

IST presenta la solución B2B Cruise Browser 4 Business

IST dará a conocer en el marco de la Feria Internacional de Turismo de América Latina (FIT), que tendrá lugar en Argentina del 30 al 31 de octubre, su plataforma Cruise Browser 4 Business. Se trata de una solución online que permite, tanto a turoperadores como Grupos comerciales, distribuir cruceros a través de su página web y tener un mayor control sobre las ventas que realizan los agentes.

Esta plataforma Business to Business (B2B), que dispone de un front end idéntico a la versión Business to Consumer (B2C), incluye funcionalidades pensadas para facilitar el negocio de las empresas turísticas. "En América Latina, importantes agencias de viajes ya utilizan la solución web de IST Cruise Browser en su versión B2C para consumidor final", apuntan desde IST.

Repatriación viajero

El seguro cubre repatriación

Pregunta.- En casos de accidentes como el ocurrido a la turista gaditana en las favelas de Brasil, ¿el seguro asumiría la repatriación del cliente? ¿Cuánto costaría?

Respuesta.- En general, los seguros de viaje incluyen la repatriación de viajeros por enfermedad o fallecimiento. Sin embargo, es importante fijarse en las condiciones de la cobertura para ver posibles exclusiones y, sobre todo, el límite económico que tiene, ya que si éste no es lo suficientemente alto, será muy difícil que el gasto total de la repatriación esté cubierto, puesto que, además de ser una de las incidencias más complejas de gestionar para las aseguradoras por la cantidad de trámites y requisitos que conlleva, el coste es muy alto. Por esta razón, la mayoría de los seguros de viaje incluidos en nuestro catálogo para agencias de viajes Pack Plus incluyen gastos ilimitados para la cobertura de repatriación.

En el caso que comentas, la repatriación está incluida, por supuesto. En cuanto a los trámites o el coste de la misma, dependerá del país de destino en el que se encuentre el viajero y del tipo de repatriación que sea, siendo los traslados de enfermos en avión medicalizado los más costosos.

El procedimiento general para el transporte y repatriación de viajeros enfermos o heridos parte de una evaluación rigurosa del caso, que debe tener en cuenta tanto los aspectos médicos del paciente como los aspectos operativos del lugar donde se encuentra y los medios técnicos necesarios y disponibles. Algunos pacientes podrán ser repatriados en vuelo regular, siempre teniendo en cuenta los criterios médicos, como son la gravedad del caso, el riesgo de contagio y la accesibilidad del paciente al avión, y la disponibilidad de plazas. Las repatriaciones en vuelos regulares pueden efectuarse con camilla, bloqueando varias plazas para su colocación, con escolta médica o, simplemente, con un asien-

Tu consultor
PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

*Sección ofrecida con la colaboración de  InterMundial www.intermundial.es

to *extra-seat* o un asiento en Business. En el caso de pacientes cuya patología no tenga un pronóstico de evolución en un tiempo razonable o que precisen evacuación a un centro médico con determinadas infraestructuras y, por las circunstancias de la enfermedad, no sea posible realizar el traslado en un vuelo comercial, puede ser necesario fletar un avión medicalizado o sanitario. Estos pequeños aviones privados—tipo *jet*— cuentan con la misma dotación que una ambulancia UVI y, en ellos, el paciente viaja acompañado de un médico y un enfermero.

El coste del avión medicalizado puede oscilar entre los 30.000 y 40.000 euros para traslados dentro de Europa y superar los 100.000 euros para repatriaciones desde países extracomunitarios. Debido al elevado coste, la mayoría de los seguros de viaje incluyen el gasto de un avión medicalizado solo en Europa y países ribereños del Mediterráneo, excluyendo viajes desde cualquier otro país fuera de este ámbito a España. Lo que sí estaría incluido es un avión medicalizado para trasladar a un enfermo que precise un tratamiento que en el país de destino no se pueda llevar a cabo, bien por las infraestructuras sanitarias del país o por cualquier otro motivo, hasta otro país cercano en el que dicho tratamiento sí sea posible.

En el caso del traslado de un fallecido el coste supera fácilmente los 5.000 euros. Además, la complejidad—ya alta de por sí—variará en función del motivo del fallecimiento y de los requisitos legales del país de destino a la hora de emitir certifica-

dos de defunción. Para resolver estos casos las aseguradoras cuentan con una red internacional de empresas funerarias que les garantiza el apoyo local inmediato a sus asegurados y coordinan todas las gestiones de repatriación.

Seguros para esquiar

Contratar seguro en la estación de esquí

Pregunta.- En breve empieza la temporada de nieve y una de las especialidades de nuestra agencia son los

viajes para esquiar. Por nuestra parte, sabemos que el seguro se puede contratar previamente o directamente en la estación de esquí, pero no tenemos claro cuál es la ventaja competitiva para el cliente de contratarlo en la agencia. ¿Podrías darnos un pequeño argumentario?

Respuesta.- Aunque estos dos seguros están diseñados para la práctica de deportes de invierno, existe una diferencia fundamental entre ambos: el contratado en la estación de esquí solo cubre al deportista en los accidentes ocurridos en la pista. Por su parte, el seguro de esquí contratado previamente en la agencia cubre también los accidentes deportivos que puedan ocurrir fuera de los límites de la pista—siempre que el asegurado no se encuentre a una altura superior a 5.000 metros—. Así, estará cubierto si esquía fuera de la pista, aunque siempre dentro de los límites de la estación.

Además, los seguros contratados en agencia, como nuestro Ski Aventura Plus, no son solo seguros deportivos, sino que combinan sus prestaciones con las de un seguro de viaje. De este modo, contemplan también todo lo que pueda ocurrir fuera de la práctica deportiva, protegiendo al asegurado durante el des-

plazamiento y todo el tiempo que esté de viaje, con garantías ante enfermedades, accidentes, robos, incidencias con el equipaje, problemas con el transporte, cancelaciones y pérdida de servicios, entre otros.

Cabe destacar que en los viajes a la nieve suelen practicarse otros deportes distintos al esquí, como el *snowboard*, *trekking*, travesías con raquetas o paseos en trineo. Todos estos, además de otros terrestres o acuáticos, también estarían cubiertos por este seguro.

Además, este seguro cuenta con una modalidad familiar que incluye al cónyuge o pareja de hecho e hijos de hasta 18 años del asegurado—siempre que convivan en el domicilio familiar—, por lo que puede suponer una ventaja económica para el viajero.

Por ello, siempre aconsejamos que desde la agencia de viajes se informe al viajero de forma detallada sobre los distintos tipos de seguro que pueden adquirir y de las ventajas de cada uno—aunque la única obligación por parte del agente en este aspecto es informar sobre la existencia de seguros de viajes—. Con un seguro de viaje específico para la práctica de deportes de invierno, además, la agencia traslada su responsabilidad al seguro, por lo que también supone una ventaja para vosotros.



En InterMundial no te pedimos explicaciones si necesitas cancelar tu viaje.

Seguro Multiasistencia Plus Élite, el seguro de viaje que lo cubre todo.

Desde 18€



Correduría de Seguros



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

MOSTRADOR



Uno de los modelos clásicos de DS Automobile.

DS ofrece en Navidad descubrir Madrid en el clásico Tiburón

DS Automobiles presenta en Madrid una exclusiva ruta por las partes de la ciudad más emblemáticas, para descubrir sus rincones y secretos a bordo de uno de sus más míticos vehículos, el DS 23, conocido como el Tiburón. Un trayecto de una hora y media en la que se recorrerán alguno de los monumentos y rincones más especiales de la ciudad y que incluye una botella de champagne Moët Chandon para los turistas. El precio de la ruta, ideada especialmente para parejas, es de 250 euros por dos personas.

La cita es en el Hotel AC Santo Mauro donde, dependiendo de la hora de comienzo del *tour* se podrá disfrutar de un desayuno o aperitivo antes de comenzar la ruta. Tras el Hotel Santo Mauro, el recorrido transcurrirá por lugares como la Plaza de Colón, Cibeles, calle Alcalá, Gran Vía, Callao, Plaza de España, Templo de Debod, Teatro Real, Plaza de la Villa, Plaza Mayor, Puerta del Sol, el Retiro, finalizando de nuevo en el hotel. El chófer es un guía experto en el recorrido.

✉ www.driveds.es

Dimensiones presenta su nuevo catálogo de viajes para novios

Hace especial hincapié en los destinos de África y Asia y comienzan en enero de 2018

De enero a octubre de 2018, los recién casados tendrán a su disposición los viajes de luna de miel especialmente pensados para ellos por Dimensiones. El

turoperador hace gran hincapié en Thailandia, y para los turistas más exigentes ofrece el 'Platinum Club' en Bali, Vietnam y Mianmar, con valores añadidos.

Dimensiones Club ya ha lanzado su nuevo catálogo para novios 2018 con una vigencia de precios desde el 1 de enero hasta el 31 de octubre de 2018. El turoperador independiente amplía considerablemente el número de programas e itinerarios, especialmente en los destinos de Asia y África, que se une a las propuestas más interesantes en América y el Pacífico.

El catálogo completo se puede consultar en el programa de Dimensiones Club, sin embargo, la mayoría destaca alguna de sus novedades de la programación Thailandia Select. Allí han incorporado las visitas del sorprendente Mercado del Tren y el famoso Mercado Flotante que se unen al resto de las visitas incluidas, además de a los guías acompañantes en español, los transportes, los servicios de restauración, y un precio final imbatible, que hacen de este



Catálogo de novios de Dimensiones Club.

programa estrella uno de los más demandados de todo el mercado. Para quienes deseen el servicio más exclusivo existe 'Platinum Club', en los destinos de Bali, Vietnam y Myanmar con valores añadidos.

Se trata también de un catálogo flexible, que contempla numerosas opciones de extensiones a desti-

nos y ciudades como Siem Reap, Luang Prabang, Singapur, Java, Kathmandú, etc, así como a playas de Maldivas, Bali, Lombok o Gili. Además, las salidas de los vuelos son garantizadas y los establecimientos incluyen algunos servicios como wifi gratuito.

✉ www.dimensionesclub.es

Transavia aumenta en esta temporada de invierno su capacidad para España en un 32%

La filial de 'bajo coste' de Air France-KLM contará así con un total de 1,4 millones de asientos para este mercado

Casi un tercio de asientos más tendrá la compañía aérea Transavia con España. Se trata de vuelos a ciudades europeas que se conectan

de manera directa con los aeropuertos españoles de Sevilla, Valencia, Madrid y Málaga. La gran novedad es la ruta inaugurada entre

la capital andaluza y Eindhoven, al sur de Holanda, que contará con tres frecuencias semanales y se suma a Amsterdam y Róterdam.

Transavia, ya ha abierto la venta de vuelos para la temporada de invierno 2017/2018, que finalizará el 24 de marzo del próximo año. El mercado español será uno de los principales para la filial *low cost* del grupo Air France-KLM. Como prueba de ello, ha aumentado la capacidad para el país en un 32% respecto al mismo periodo del año anterior, lo que supone un total de 1,4 millones de asientos disponibles. Desde España la aerolínea ofrecerá un total de 211 vuelos semanales a los destinos París, Lyon, Nantes, Eindhoven, Amsterdam, Róterdam y Groninga.

"Seguimos potenciando nuestra presencia en España añadiendo sustancialmente más capacidad y nuevas rutas", resume el director comercial de la línea aérea, Hervé Kozar. En sus palabras, "España es un mercado clave para nosotros, ya no solo en verano".

Son varias las novedades de Transavia para esta temporada. Además de una mayor capacidad, ha inaugurado una ruta completamente nueva. Se trata de un vuelo entre Sevilla e Eindhoven, en el sur de Holanda, con tres frecuencias a la semana. Eindhoven se suma de esta forma a los otros destinos servidos desde Sevilla a Holanda, Amsterdam y Róterdam. La aerolínea también subraya el aumento de frecuencias semanales entre Sevilla y Amsterdam, que pasarán de siete a nueve en invierno, así como el mantenimiento de las conexiones entre la capital andaluza con Nantes, París y Lyon.

Más capacidad

Valencia, Madrid y Málaga aumentan la capacidad de sus vuelos de Transavia en las rutas que ya operaba el pasado invierno. Es-



Transavia cuenta este invierno con la ruta Sevilla-Eindhoven.

te invierno operará la ruta Valencia-Róterdam, y lo hará durante todo el año. La aerolínea conecta actualmente Valencia con otros cuatro destinos europeos: París, Amsterdam, Eindhoven y Lyon.

Por otro lado, el éxito del itinerario Madrid-París Orly se traduce en la introducción de una tercera frecuencia diaria para este invierno. Transavia aumentará de

la misma manera las frecuencias entre Málaga y Róterdam, ofreciendo un total de diez vuelos semanales este invierno, tres más respecto al año anterior. Toda la información detallada sobre los horarios y condiciones específicas de los vuelos se pueden consultar en la página web de Transavia, así como realizar reservas.

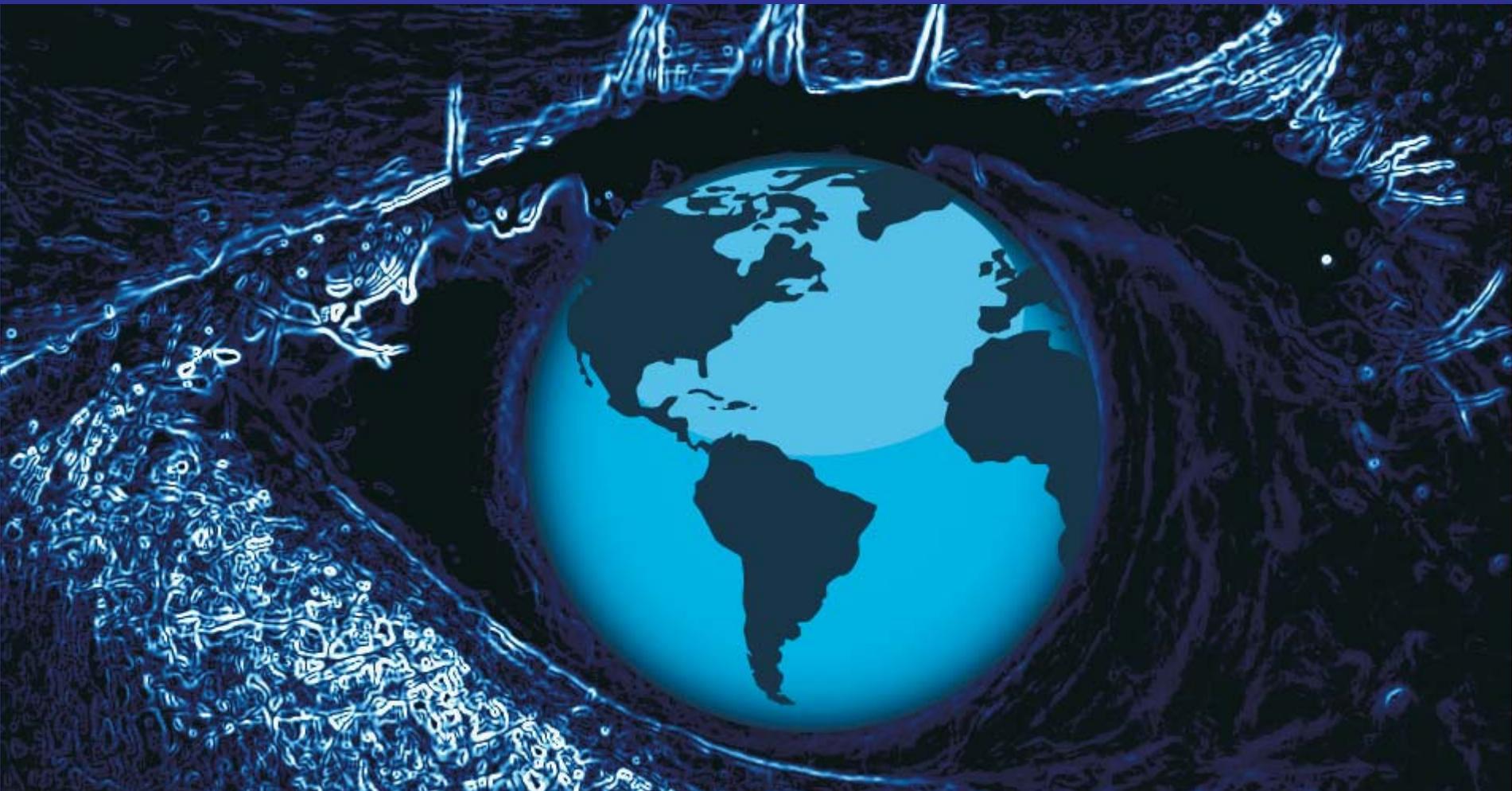
✉ www.transavia.com

Etihad recibe un Dreamliner para Madrid-Abu Dhabi

Etihad Airways ha comenzado a operar con el lujoso Boeing 787, conocido como Dreamliner, la ruta directa de Madrid a Abu Dhabi. Tiene 299 plazas, 29 en la categoría Business Studios y las restantes 271 en Economy, todas ellas con unos mayores niveles de confort y comodidad. Los asientos más lujosos cuentan con una cama totalmente plana de hasta 80,5 pulgadas de longitud, y un aumento del 20% en el espacio personal, además están equipados, entre otras cosas, con un sistema de masaje y un televisor de pantalla táctil.

Este avión opera desde el 1 de octubre un vuelo diario, aumentando así los cuatro semanales con los que contaba previamente la compañía aérea. Según Etihad Airways, esto es otra muestra de su apuesta por el mercado español, incrementando la capacidad operativa un 14%. No solo supone un crecimiento en el transporte de pasajeros, ya que también ha aumentado la capacidad de carga hasta llegar a las 20 toneladas por día.

✉ www.etihad.com



Una Visión Global del Turismo entre Iberoamérica y España



XXI Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo

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



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



NEXOTUR.com



MSC ha diseñado un nuevo crucero que dará la vuelta al mundo durante 117 noches en el año 2020

La ruta incluye 15 excursiones en tierra en destinos como Argentina, Perú, Papúa Nueva Guinea, Bali o Australia

El MSC Magnifica será el encargado de trasladar durante más de tres meses a los cruceristas que se embarquen en la segunda vuelta al mundo de la compañía, que comenzará en

los primeros días de enero de 2020. En estos 117 días, el crucero hará escala en 43 destinos de 23 países diferentes, entre los que se incluyen algunos como la Isla de Pascua,

Valparaíso, Bombay o Darwin, en Australia. Los viajeros podrán realizar 15 excursiones por tierra, a las que podrán sumar las que deseen previamente o durante el trayecto.

MSC Cruceros ha comenzado el inicio de la venta de los billetes para su segundo crucero por el mundo a bordo del MSC Magnifica para los socios del 'MSC Voyagers Club' y a partir del 16 de este mes saldrá a la venta para todo el mundo. MSC World Cruise 2020 presenta un nuevo itinerario que incluye destinos más exóticos y ambiciosos que nunca, con parada en un total de 23 países diferentes.

Los pasajeros, que podrán embarcar en Civitavecchia/Roma, Génova, Marsella y Barcelona el 4, 5, 6 y 7 de enero de 2020, respectivamente, cruzarán los cinco continentes, realizando escalas en 43 destinos, en un viaje de 114 a 117 noches (dependiendo del día de embarque). Para potenciar al máximo la experiencia, ocho de los destinos incluyen una estancia de una noche en el puerto, gracias a lo cual los pasajeros podrán disfrutar du-

rante dos días de los encantos, la cocina y el ambiente local.

Entre los más de 40 lugares en los que el MSC Magnifica realiza parada destacan algunos como Ushuaia (Argentina), la población más meridional del mundo, un pueblo pesquero que ofrece impresionantes paisajes marinos junto a montañas generalmente nevadas. Los cruceristas también disfrutarán de las famosas cabezas gigantes talladas en el Siglo XIII en la isla de Rapa Nui (Isla de Pascua) o de Valparaíso, también en Chile, famosa por sus pequeñas casas de colores en sus colinas costeras, donde los pasajeros podrán contemplar espectaculares vistas hacia el Pacífico o explorar la ciudad, en busca de los conocidos murales dignos del mejor arte urbano.

Saltando de continente, los cruceristas llegarán Asia y harán paradas en lugares tan exóticos como

Bombay, en la India, o Salalah, en Omán, con un gran número de cascadas y la flora y fauna más exótica. En Australia hará parada en Darwin, en el destino norte, donde destacan sus playas y lagos.

Incluidas 15 excursiones

El MSC World Cruise de 2020 ofrece una gran cantidad de excursiones en tierra, de las cuales 15 están incluidas en el precio del itinerario, pero también se pueden reservar rutas extraordinarias, con antelación o durante el crucero. Algunas de las excursiones más destacables son la visita a la 'Bahía de las Tortugas' en La Isla de Los Pinos (Nueva Caledonia). Los turistas comprobarán la razón del nombre de esta bahía nadando cerca de dos razas distintas de tortugas así como a otros animales marinos, como, rayas, mantas, tiburones y delfines.



Cartel publicitario con la ruta del crucero de MSC.

Otra de las excursiones más destacables es a la antigua ciudad de Petra, atravesando el famoso desfiladero que conduce al templo excavado en mitad del desierto de Jordania. También ofrece una visita a Port Kelang (Kuala Lumpur) con uno de los rascacielos más grandes y famosos del mundo.

Entre otras de las ventajas que el viaje incluye hay una gran selección de bebidas en las comidas, veladas temáticas y el programa completo de actividades. Del mismo modo, en el crucero se realizarán más de 90 espectáculos en el Royal Theatre del barco.

✉ www.msccruceros.es

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

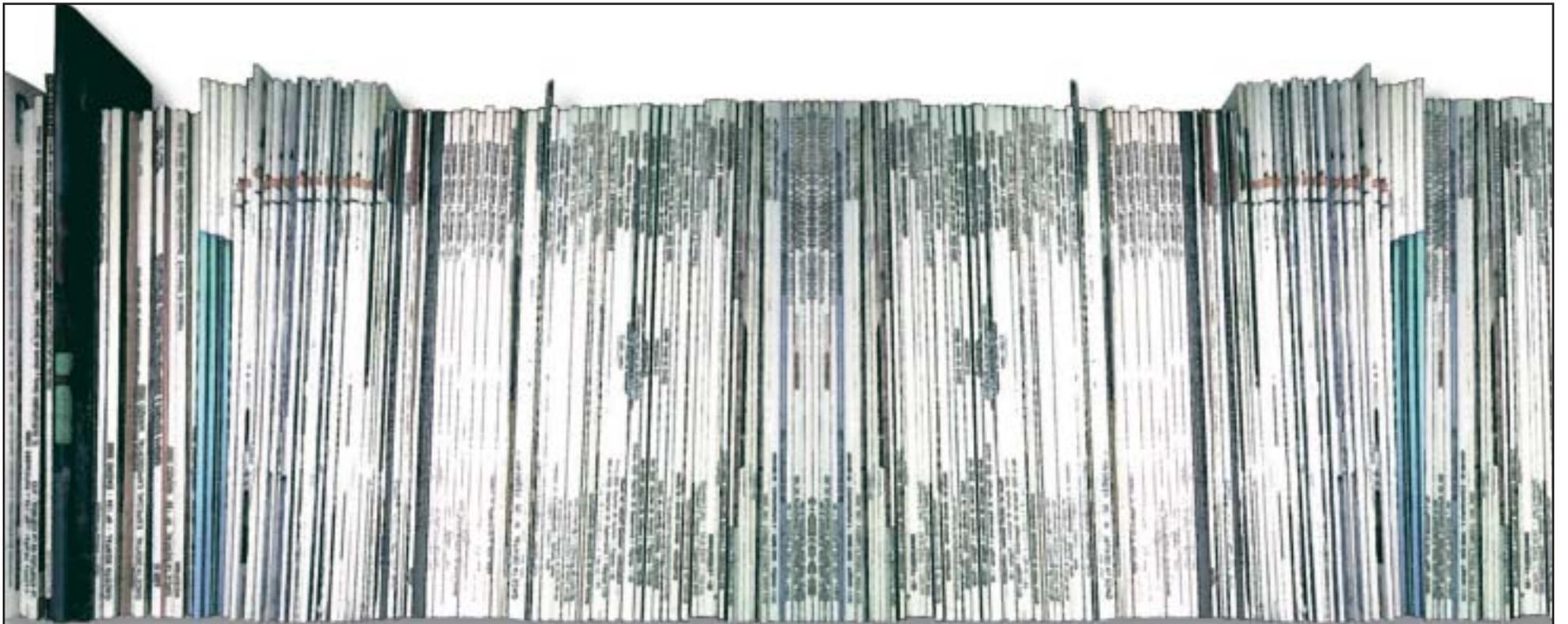
- ✓ Contabilidad
- ✓ Socio-Laboral
- ✓ Fiscal
- ✓ Jurídico-Mercantil

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



Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

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



Transferencia del conocimiento

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

publicaciones profesionales y generales

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

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP

Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

■ CLUB NEXOTUR

La Hospedería de la Iglesuela del Cid lanza una promoción

La Hospedería de la Iglesuela del Cid cuenta con una promoción especial para todos los miembros del Club NEXOTUR. Estos podrán beneficiarse de descuentos del 50% sobre tarifa oficial,

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

cial, alojándose por 54,09 euros por persona y noche. Oferta sujeta a disponibilidad del establecimiento. Para más información y realizar reservas puede llamar al siguiente número de teléfono: 964 44 34 76.

■ FAM TRIP



Se ha dado a conocer la oferta relacionada con el lujo y la cultura.

Agentes de China visitan Tenerife

Una decena de propietarios y altos cargos de agencias de viajes chinas han visitado Tenerife. En un viaje organizado por el Cabildo a través de Turismo de Tenerife, han podido conocer la oferta turística del destino, en especial la relacionada con el lujo, las actividades culturales y el ocio al aire libre.

Tarragona apuesta por el senderismo con 75 kilómetros de caminos señalizados

Destaca la Anella Verda, que une en 34 kilómetros los ríos Francolí y Gaià

A sus tres Patrimonios de la Humanidad por la Unesco, entre ellos el legado arqueológico romano de Tarraco, Tarragona une otro de carácter natural que puede ser descubierto practicando senderismo. Se trata de 'Caminos de Tarragona', una red viaria de 75 kilómetros que muestra cómo se conectaban los campos y pueblos en sus alrededores, descubriendo entre la naturaleza masías medievales, canteras, torres de defensa, generosas huertas o playas. Recorrer cualquiera de estos caminos supone seguir los imaginarios hilos de la memoria histórica que guardan mil secretos: de campesinos que bajaban a los mercados, de las criadas que servían en las grandes casas, de los niños que iban a vender el pescado, del hielo de las montañas de Prades que se utilizaba para bajar la fiebres o preparar granizados mezclados con aguardiente, etc.

De todos ellos, el más completo es uno de los que transcurren por el espacio natural llamado Tomb a l'Anella Verda. Se trata de una ruta de 34 kilómetros que une los dos



'Caminos de Tarragona' es una red viaria enfocada al senderismo.

ríos que desembocan en Tarragona, el Francolí y el Gaià, y que puede hacerse a pie o en bicicleta (en este caso, solo la parte que transcurre por el interior). El recorrido de esta ruta arranca en el parque del río Francolí y pasa por el famoso Pont del Diable, acueducto romano que es una de las señas de identidad patrimoniales de Tarragona); las masías dels Arcs, Granell y Pastor; el camino del Gurugú, en recuerdo de una triste batalla de la guerra de Marruecos; la cantera romana del Mèdol, el río Gaià, y el bello pueblo fortificado de Tamarit,

donde ya se continua por la costa. Prosigue por el paseo de ronda de la montaña de Sant Joan, la playa de la Móra, el bosque de la Marquesa, las playas de Becs y l'Arboçar, la punta de Creueta, con los restos de otra antigua cantera romana; la playa Llarga, los acantilados de Morrots, que esconden la playa dels Capellans y conectan con la playa de la Savinosa, la playa de l'Arrabassada, el pequeño parque de la Punta Grossa, para terminar en la Punta del Miracle, a los pies de Tarragona.

✉ www.tarragonaturisme.cat

Expertos en Consultoría de Transporte por Carretera

De Profesional a Profesional



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

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

Nexopublic

CONSULTING

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



El Sector ha cambiado y la Información también

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



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

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

CONEXO net Colaboran **CEOE** **(Fitur)** **IFEMA**
COMISION ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES
CONGRESOS, REUNIONES E INCENTIVOS



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

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



El MICE, producto clave en Comunidad Valenciana



La política turística de Málaga da resultado en 2016



Oviedo Congresos incorpora a nuevas empresas asociadas



**Date de alta
en Conexo.net**

Diario *online* de Congresos,
Reuniones e Incentivos

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

CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00
 📠 91 369 18 39

Lope de Vega, 13
 28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

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



El Sector ha cambiado y la Información también



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

HOTELERÍA Y ALDARMENTO

Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo

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

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

Los destinos existosos a finales de 2016

Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde

Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria



**Date de alta en
Nexohotel.com**

Diario *online* de Hotelería

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

HOTELERÍA

AEHM apela a una actuación conjunta para hacer frente a la 'amenaza' de las viviendas turísticas

García señala que las viviendas de alquiler de uso turístico son una forma equivocada de entender la economía colaborativa

"Vamos a trabajar para elaborar una estrategia a medio y largo plazo que salvaguarde los intereses de nuestro sector, pero para afrontar este reto es

preciso actuar de manera conjunta en pos de crear un marco adecuado y estable para nuestra actividad", ha afirmado el presidente de AEHM en su

primera intervención como presidente del Consejo de Turismo de CEIM, en relación a la "amenaza" de las viviendas de alquiler de uso turístico.

El presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Gabriel García, ha apelado a la actuación conjunta para hacer frente a la amenaza que suponen las viviendas de alquiler de uso turístico (VUT) para el sector y la economía de la región, durante su primera intervención como presidente del Consejo de Turismo de CEIM (Confederación Empresarial de Madrid-CEOE). En este encuentro, que ha contado con la presencia del consejero Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid Jaime de Santos, el representante de los hoteleros madrileños ha señalado que las VUT son una forma equivocada de entender la economía colaborativa que puede provocar malentendidos y trasladar la sensación del 'todo vale'.

"En este consejo vamos a trabajar para elaborar una estrategia a medio y largo plazo que salvaguar-

de los intereses de nuestro sector, pero para afrontar este reto es preciso actuar de manera conjunta en pos de crear un marco adecuado y estable para nuestra actividad", ha subrayado el presidente de la AEHM durante su intervención.

Colaboración público-privada

En este sentido, García ha hecho hincapié en la necesidad de crear una Marca Madrid potente que refleje los intereses de todos los agentes implicados en la actividad económica de la región, con el objetivo de potenciar la imagen del destino dentro y fuera de nuestras fronteras. Además, el representante de los hoteleros madrileños ha incidido en la necesidad de establecer una colaboración público-privada efectiva en materia de promoción y de definición en el modelo de ciudad y de turismo, donde la



AEHM hace hincapié en la necesidad de crear una Marca Madrid.

Asociación de Turismo de Madrid (ATM) tenga un papel efectivo.

Para finalizar, el presidente de la AEHM ha manifestado su pesar por

la situación actual por la que está atravesando Cataluña, ya que a largo plazo podría afectar a la imagen de España en el extranjero.

Ohtels diversifica su negocio con la gestión de hoteles de ciudad

Ohtels Hotels & Resorts diversifica su línea de negocio entrando en la gestión de hoteles urbanos con el Ohtels San Antón Granada, dentro de sus planes de expansión en España. La apertura de este establecimiento, ubicado a escasos metros del casco histórico, está prevista para principios de diciembre.

Como señala el director general de Ohtels Hotels & Resorts, Giovanni Cavalli, "con esta nueva incorporación, continuamos con nuestro plan de expansión gestionando a partir de ahora hoteles de ciudad y eligiendo los mejores destinos estratégicos, tanto en ciudad, como es el caso del hotel de Granada, o en costa, como los otros que tenemos". La cadena hotelera cuenta ya en Andalucía con seis hoteles, que se suman a los ocho de los que dispone en la Costa Daurada.

Ohtels San Antón Granada dispone de 189 habitaciones, todas ellas equipadas con wifi gratuito, televisión, calefacción, aire acondicionado, hilo musical y caja de seguridad. Además, cuenta con un restaurante panorámico con cocina de autor donde degustar los mejores platos de la gastronomía



Cuenta con 14 hoteles en España.

andaluza y española. El hotel ofrece también servicios como piscina exterior, salón para banquetes, solárium y parking propio.

Una de las principales apuestas de este establecimiento va dirigida al Turismo de congresos y convenciones, ya que dispone de salas equipadas con todo tipo de servicios para la celebración de eventos y reuniones. De hecho, Granada se sitúa como el sexto destino español que más congresos internacionales acoge, por detrás de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Málaga, según la Asociación Mundial del Turismo de Reuniones.

■ PRODUCTO

El hotel Alhambra Palace conquista la quinta estrella tras renovarse

A punto de cumplir su 108 cumpleaños, el centenario establecimiento de lujo Alhambra Palace, habitual de Reyes, mandatarios y estrellas de Hollywood, acaba de obtener su quinta estrella tras renovar su oferta. Otra de las novedades que trae consigo esta quinta estrella es la incorporación a su catálogo de seis habitaciones Deluxe, que se unen a las 11 junior suites, 45 classic vista ciudad y 46 classic exteriores que han sido reformadas durante este 2017, incorporando cuartos de baños adaptados a la normativa, sin renunciar a su esencia clásica. Ofrece además nuevos servicios e instalaciones.

Desarrollo del Modelo ITH de Sostenibilidad y plataforma iSave Hotel

El nuevo convenio suscrito entre la secretaría del Estado de Turismo y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) permitirá continuar con el desarrollo del Modelo ITH de sostenibilidad y la plataforma tecnológica iSave Hotel. La firma de este convenio supone un gran impulso a la sostenibilidad del sector, ya que facilita la difusión de las medidas del modelo ITH de Sostenibilidad, recogidas en la aplicación gratuita para hoteles iSave Hotel, que fue lanzado en 2016 y ha despertado el interés del sector hotelero. Los alojamientos turísticos interesados en conocer el estado de sostenibilidad y eficiencia energética en sus instalaciones deberán acceder a la web.

El Gran Hotel Lakua es reconocido por tener prácticas sostenible

La Fundación Laboral San Prudencio ha incluido al Gran Hotel Lakua de Vitoria en su catálogo de buenas prácticas de organizaciones alavesas por su iniciativa 'Agua Km Cero'. A través de este proyecto, el hotel filtra el agua procedente de la red local para obtener "un resultado de excelente calidad". El Gran Hotel Lakua con su iniciativa "Agua Km Cero" ha sido seleccionada entre todas las empresas del territorio alavés para ser incluida como una de las 50 que se recogen en dicho catálogo, que pretende ser un referente en el ámbito de la sostenibilidad, la seguridad y salud laboral, la RSE o la gestión avanzada.



En lo que va de año, el número de nuevos asociados asciende ya a 307.

Hotusa Hotels incorpora 75 nuevos hoteles asociados en un trimestre

El consorcio de hoteles Hotusa Hotels ha incrementado su portafolio con 75 nuevos establecimientos asociados entre los meses de julio y septiembre, de los cuales, seis se encuentran en España y 69 repartidos por un total de 25 países de Europa, América, Asia y África. Con estas incorporaciones, el consorcio de hoteles independientes de Grupo Hotusa, consolida su expansión internacional adentrándose a nuevos destinos como son Islandia y Paraguay.

Con ocho nuevos establecimientos, Portugal es el país que más

incorporaciones ha sufrido en estos tres meses. El país luso supera ya los 200 hoteles asociados. En este trimestre le siguen México, Estados Unidos e Italia, con siete, seis y cinco respectivamente.

En la actualidad, Hotusa Hotels cuenta con más de 2.700 establecimientos hoteleros asociados en 27 países europeos, 15 países americanos, siete africanos y ocho asiáticos. Hotusa Hotels basa su estrategia en un portafolio de establecimientos de diferentes gamas y categorías ubicados en los principales destinos turísticos.

Andalucía obtiene esta temporada de verano más de 25 millones de estancias con cerca de ocho millones de viajeros

El empleo hotelero crece un 6% entre los meses de junio y septiembre, según los datos de la Junta

Andalucía vuelve a superar sus mejores marcas turísticas, como destaca el consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, Francisco

Javier Fernández. Y es que este verano con cerca de ocho millones de viajeros alojados en hoteles ha registrado 25,2 millones de pernoctaciones.

Todas las provincias andaluzas suben en verano, excepto Málaga que aumenta en viajeros y mantiene las estancias sobre el año pasado.

Andalucía ha contabilizado durante los meses de junio a septiembre, 25,2 millones de pernoctaciones y 7,8 millones de viajeros alojados en los establecimientos hoteleros. Esto supone un aumento del 1,6% y 2% respecto al año anterior.

El consejero de Turismo y Deporte, Francisco Javier Fernández, ha afirmado que la región ha vuelto a superar sus mejores marcas turísticas, ya que se trata de la primera vez que se rebasan los 25 millones de estancias estivales, y ha valorado el extraordinario dinamismo de los mercados internacionales, siendo el principal responsable de la buena marcha del Sector, con un avance del 7% en las pernoctaciones que compensa la bajada del emisor nacional (-4,3%).

Además, los datos dejan un saldo muy positivo en el empleo hotelero, con un crecimiento cercano al 6%, por encima de las demás variables. Francisco Javier Fernández precisó, no obstante, que "aunque

el saldo sea positivo no nos podemos permitir el lujo de perder de vista al turista nacional, porque es nuestro mejor cliente, el más fiel, y el que nos ha salvado en más de una ocasión". En este sentido, destacó "la apuesta de la Consejería por estos viajeros, que representan el 60% de los que nos visitan, para que vuelvan a centrar su atención en nuestro destino".

Por provincias

Todas las provincias andaluzas suben en verano, excepto Málaga que aumenta en viajeros y mantiene las estancias sobre el año pasado. Destacan los ascensos en el interior, 7% en Jaén, casi un 5,5% en Sevilla, un 3,4% en Granada y un 2,7% en Córdoba.

También han sido significativos los resultados de Huelva, que saldó el balance veraniego con un importante ascenso del 4,6% de las noches en los establecimientos ho-



El turista nacional representa el 60% de los visitantes a la región.

teleros. Cádiz y Almería, que junto con Málaga son las provincias que más volumen acogen en este pe-

riodo, han alcanzado crecimientos más suaves del 2% y 1,5% de las pernoctaciones, respectivamente.

Barcelona es el destino español más demandado, según HotelsCombined

El comparador de hoteles identifica los destinos españoles favoritos

Hotels Combined ha lanzado un índice sobre las tendencias de los viajeros extranjeros que visitan España, con los datos de las búsquedas que realizan los usuarios en su página web. El objetivo del comparador de hoteles es convertir los datos en una información útil, que puedan aprovechar los destinos y empresas del Sector Turístico, y así poder anticiparse a las necesidades de los turistas.

HotelCombined presentará mensualmente un índice que revelará las tendencias que están siguien-

do los viajeros, y otro de forma trimestral en base a las reservas efectuadas. Este último permitirá conocer de dónde son, qué ciudades visitan, y cómo viajan los turistas que visitan España.

Los últimos datos

Según los datos del primer informe de Hotels Combined, en el trimestre de julio a septiembre los precios hoteleros han subido un 16% respecto al año pasado, alcanzando un valor aproximado de 133 euros por

noche, mientras que el año anterior el precio se situaba cerca de los 114 euros por noche. Entre las búsquedas realizadas, los turistas que se interesan en viajar a España preeven hacerlo con una duración de tres noches calculando un gasto máximo de 432 euros en su alojamiento. Barcelona es la ciudad más demandada por los turistas que visitan España, según Hotels Combined. En segundo lugar los extranjeros escogen Madrid, seguida de ciudades como Palma de Mallorca, Málaga, Valencia o Sevilla.

Leonardo Hotels revela los cinco principales hábitos de sus clientes al buscar hotel

La cadena de origen israelí estudia los hábitos de sus clientes

La cadena de origen israelí Leonardo Hotels ha encargado a una compañía independiente de investigación de mercados una encuesta entre 700 viajeros de negocios y 300 turistas privados para averiguar sus hábitos a la hora de buscar un hotel. Dicho estudio ha desvelado los cinco aspectos preferentes que tienen en cuenta los viajeros a la hora de elegir un hotel. En el caso de los viajeros de negocios, estos aspectos son, por este orden: la limpieza, la localización, la

relación calidad-precio, la comodidad para dormir, la oferta en el desayuno y el equipo técnico.

Viajeros de ocio

Para los viajeros de ocio, los aspectos más valorados son: relación calidad-precio, limpieza, localización del hotel, personal amigable y variedad en el desayuno. En apenas unos años Leonardo Hotels ha abierto en España siete establecimientos distribuidos en Madrid, Barcelona y Gra-

nada, y en dos años quiere doblar su presencia, por lo que la información sobre lo que más valoran los viajeros resulta de vital importancia.

Según el estudio, tanto los viajeros de negocios como los turistas independientes buscan criterios de calidad similares al elegir un hotel. Los miembros de ambos grupos indicaron que la limpieza, la ubicación y una buena relación calidad-precio desempeñan un papel importante en la selección de un hotel, aunque con diferente orden de prioridad.

■ PRODUCTO

Meliá avala el modelo 'bleisure' con un nuevo establecimiento hotelero

Meliá Hotels International prosigue ampliando su presencia en el continente asiático donde ha anunciado recientemente la firma de su segundo hotel en Shanghai y noveno en China. El Meliá Shanghai Parkside apuesta por el modelo *bleisure*, una combinación entre ocio y negocio que fomenta el tiempo de alojamiento y el confort de los clientes. Pretende dar respuesta a la creciente demanda de viajeros de ocio y negocio de esta zona de la ciudad. "Estamos muy orgullosos de comenzar este nuevo proyecto de la mano de Shanghai Shendi Garden Investment & Construction", ha declarado el vicepresidente senior para Asia Pacífico de Meliá, Bernardo Cabot Estarellas.

Sercotel inaugura su nuevo alojamiento en la ciudad de Badajoz

Sercotel Hotels ha inaugurado oficialmente el hotel Sercotel Gran Hotel Zurbarán, en Badajoz, después de culminar un proceso de reformas que empezó el pasado mes de marzo tras entrar a formar parte de la cartera de explotación de la cadena española. Después de las mejoras introducidas en el establecimiento hotelero, espera convertirse en el hotel de referencia en la ciudad pacense para el segmento corporativo y de reuniones. El vicepresidente de Desarrollo Corporativo de Sercotel Hotels, Benjamín Sanz, ha comentado que "nos alegra poder celebrar oficialmente la apertura de un hotel tan emblemático en Badajoz como lo ha sido siempre el Gran Hotel Zurbarán".

El NH Collection Paseo del Prado fomenta el consumo de té

El hotel NH Collection Paseo del Prado ha reconvertido uno de sus espacios en un salón de té de la mano de Suite & Tea. El hotel quiere presentarse como "un nuevo lugar de encuentro para los amantes del té" y para todo aquel que "desea aprender y disfrutar de esta bebida milenaria". "El mundo del té es mucho más complejo y extenso de lo que parece. No solo en cuanto a variedades se refiere, sino también en lo que respecta a la forma de servirlo y el protocolo que hay en torno a él", declaró la directora del hotel NH Collection Paseo del Prado Belén Díaz. Suite & Tea ha seleccionado 16 variedades de té, ofreciendo té fríos e infusiones de ginebras Premium para la elaboración de gin tea tonics.

ANBAL firma un convenio con el Banco Sabadell

Los establecimientos que formen parte de la Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL) van a poder disponer de un paquete de productos y servicios en condiciones muy ventajosas gracias a un convenio que han firmado con el Banco Sabadell. En un acto celebrado en la sede de Banco Sabadell en Madrid el presidente de ANBAL, Miguel Mirones, y el director regional Madrid-Oeste del Banco, Federico Manuel Suarez Martínez, han suscrito este acuerdo por un periodo inicial de tres años que se puede ampliar.

Entre los productos ofrecidos por el Banco Sabadell a los miembros de ANBAL incluidos en el convenio, se encuentran las Cuentas de Expansión Negocios Plus y Empresas, los TPV's Virtuales y Físicos, el Leasing Hotelero, Mobiliario y Energía Renovable, el Renting Eficiencia Energética y el Seguro Protección de Hotel, entre otros. Se trata de una oferta muy competitiva y responde a sus necesidades profesionales, como indican desde la asociación. "Desde la asociación buscamos acuerdos que supongan un valor añadido para nuestros Balnearios, como lo demuestra la firma de este convenio con una entidad bancaria que tiene un gran conocimiento del sector turístico español", afirma Mirones.

BOOKING

NEXOTUR

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

☎ **91 369 41 00**
☎ **91 369 18 39**

Mayoristas

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

NIZA TOURS-VIAJES NIZA Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 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. lqz. MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 10, 6º drcha MADRID	☎ 900 995 282 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. Descubridor Diego de Ordas, 3-3º MADRID	☎ 91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	☎ 902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	☎ 971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	☎ 91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Tarragona, 161, 15º BARCELONA	☎ 901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Luisa Fernanda, 2 MADRID	☎ 91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	☎ 91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
LAN Capitán Haya 1, 7º planta. MADRID	☎ 91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	☎ 91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
AMERICAN AIRLINES Plaza del Callao, 5 - planta 8 MADRID	☎ 902-011737

Compañías Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	☎ 902-160180 Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
CROISIEUROPE C/ General Oraa, 5, 1º MADRID	☎ 91-2952497 ☐ reservas@croisieurope.com
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	☎ 956-651178-507070 Fax 956-653379
P&O PORTSMOUTH Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	☎ 94-4234477 Fax 94-4235496
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	☎ 91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA www.trasmediterranea.es	☎ 902-454645
VISION CRUCEROS www.visioncrueros.com	☎ 91-7896400 ☎ 91-3107215

Ferrocarril

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

Alquiler de Automóviles

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

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

Centrales de Reservas

CANARIAS.COM-TENERIFE av. Las Americas, cc Americas Plaza L26 ARONA	☎ 922-715353 Fax 922-719131
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	☎ 902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECNIA 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
INSTRALEAR 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 Joaquín Costa, 15-1 2º 1 MADRID	☎ 91-4118324 Fax 91-5626650

Cadenas hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



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

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

POSITIVO FRANCÉS NATIVO
ANGLORICANO: GLOBISH
SPANISH
COACH
Busqueda activa de EMPLEO
Excelente **PROFESOR** Management y Marketing
ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE
Suiza ("La primera del mundo")
Centro de Estudios Turísticos Cuba
Escuela OFICIAL de Turismo Madrid
Shanghai Institute of Tourism Shanghai
Normal University China
GARANTIZO RESULTADOS
GRATIS 1ª hora
fetisalain@gmail.com
skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71

NEXOTUR

La información profesional no es un juego de niños

**El Periódico NEXOTUR
ofrece, cada semana,
la información más útil,
rigurosa y comprometida
con el Sector.**

**Sin rumores, ni vida social
o datos sin contrastar.
Un instrumento de trabajo
al servicio del agente
de viajes emisor y en
defensa de sus intereses.**

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

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

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid

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



De Profesional a Profesional

La nueva 'web' de Fuerte Hoteles no contempla la gestión para agencias

Fuerte Hoteles presenta una nueva página en la que, con pocos cambios en su diseño, mantiene una amplia información de sus hoteles y su entorno, y optimiza su sistema de reservas, que ahora no está disponible para las agencias de viajes.



www.fuertehoteles.com

La web actual del Grupo El Fuerte, mantiene, con una presentación *responsive* muy semejante a la anterior, la información sobre el grupo y sus empresas, y una completa descripción de sus ocho hoteles y apartamentos de vacaciones en Andalucía, de su entorno y los servicios que ofrece, con una especial atención a la gestión de reuniones, grupos, bodas y banquetes. El sistema incluye una gestión de reservas, válida únicamente para el cliente final, con acceso posterior para su mantenimiento *online*. La página presenta versiones en castellano, inglés, francés, alemán y holandés.

INFORMACIÓN

Al pulsar hoteles o apartamentos presenta las opciones. Seleccionando una, ofrece una completa información en varias pantallas, incluyendo varios vídeos sobre el hotel y su entorno. Accediendo por destino ofrece un mapa y el acceso a la descripción del destino.

RESERVA

Mantiene el sistema de reservas en tres pasos, pero ya sólo es válido para clientes y no parece disponible para empresas y agencias. Sigue siendo de muy fácil uso y con una completa información sobre habitaciones, tarifas y ofertas y permite el mantenimiento posterior *online*.

GENERAL

Ofrece una amplia información sobre el Grupo El Fuerte y su historia, con una especial atención a los Recursos Humanos que informa de los empleos disponibles, con un formulario para enviar el currículum. También informa sobre las empresas y los hoteles asociados.

▲ Lo Mejor / Amigable

Es una página bien diseñada, que permite acceder a la información de sus hoteles y gestionar sus reservas muy fácilmente.

▼ Lo Peor / Cobertura

La oferta del Grupo El Fuerte se limita únicamente a ocho hoteles y apartamentos de vacaciones en Andalucía.

FUERTE / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página web de Fuerte Hoteles ofrece muy poco interés a las agencias de viajes ya que, además de seguir ofreciendo solo ocho establecimientos —todos en Andalucía—, a diferencia de la versión anterior ya sólo contempla la reserva desde el cliente final.



Amplia información de Extremadura en una página 'web' muy amigable

La web actual de Turismo en Extremadura ofrece, con un atractivo diseño compatible, una completa información de todos sus atractivos turísticos, a los que se accede desde un mapa activo, y de sus alojamientos y restaurantes desde un buscador.



www.turismoextremadura.com

Extremadura ofrece una nueva versión de su página de Turismo que, con un cuidado diseño compatible para cualquier tipo de terminal, presenta diversas formas de acceder a los atractivos y servicios turísticos de la región. Entre ellas, destaca la gestión desde un mapa activo en el que permite seleccionar por destino o por tipo de recurso, que presenta en el mapa, y acceder a una completa información del seleccionado y el acceso a su página. En cuanto a los servicios incluye buscadores de todo tipo de alojamientos y restaurantes, pero todo ello en castellano e inglés.

INFORMACIÓN

Además de la información que ofrece en sus apartados 'Ven a Extremadura' y 'Explora', incluye la posibilidad de acceder desde un buscador por texto o desde un mapa activo a sus contenidos por localidad o por categoría, que permiten acceder a una completa descripción.

RESERVA

Dispone de buscadores de restaurantes y de todo tipo de alojamientos que permite seleccionar por múltiples parámetros. Presenta las alternativas, la descripción del seleccionado y el enlace con la página del establecimiento para gestionar las reservas.

GENERAL

También ofrece una amplia información de los atractivos turísticos de Extremadura por tipo, información práctica para el viajero que incluye sus oficinas de turismo, un área específica para los profesionales y una agenda de eventos próximos por mes y/o por destino.

▲ Lo Mejor / Mapa Activo

Desde el mapa activo, se accede fácilmente a una completa información de todos sus temas de interés turístico.

▼ Lo Peor / Buscador

Debería concretar más las búsquedas. Por ejemplo, "Museo Romano de Mérida" presenta 2.740 resultados.

EXTREMADURA / Destino

Ponderación de los Valores

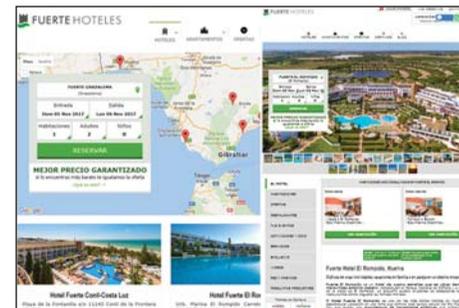
Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
10	% DEL PRODUCTO									
6	ACTUALIZACIÓN									
10	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	ENLACE CON OTROS PORTALES									
6	GESTION DE ALOJAMIENTOS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

EVALUACION NEXOTUR.COM

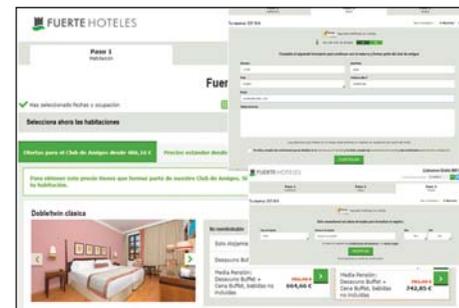
La página de oficial de Turismo de Extremadura puede ser de interés para los agentes de viajes por la amplia información que ofrece de sus atractivos y servicios turísticos, con un sencillo acceso desde un mapa o desde buscadores, incluyendo su descripción y el enlace con su web.



Entrada / Presenta en el nuevo formato la solicitud de reserva *online*, el acceso a todas sus áreas de información y sus sugerencias.



Producto / Seleccionando un hotel o un conjunto de apartamentos, ofrece una completa información en varias pantallas.



Reserva / Ofrece un sencillo sistema de reservas en tres pasos, que en esta versión ya no dispone de área para agencias.



Entrada / Presenta el acceso a su información en tres áreas, los próximos eventos y un mapa activo muy interesante.



Producto / Desde el mapa se selecciona por nombre o por categoría, presenta las alternativas y una completa descripción.



Reserva / Ofrece buscadores de oficinas de Turismo, restaurantes y todo tipo de alojamientos, incluyendo el enlace con su web.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

La mayoría de las nuevas plazas de empleo para agentes se ofertan 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'.**

■ **Viajes Paraiso.** Madrid. Se busca un agente de viajes con una experiencia demostrable mínima de un año para cubrir una baja maternal, por lo que es necesaria la disponibilidad de incorporación inmediata. De igual manera, es necesario que los candidatos a este puesto demuestren su conocimiento de un nivel elevado de inglés y del lenguaje Amadeus.

■ **CTI Viajes, S.L.** Madrid. Esta agencia madrileña busca a un profesional especializado en viajes de incentivo o convenciones para el departamento de operaciones de agencia de viajes. No hay requisitos imprescindibles, pero se valorará positivamente que los candidatos posean un nivel alto de conocimiento de Amadeus.

■ **Grecia Vacaciones.** Madrid. Esta agencia de viajes especializada en los viajes al país heleno y con 25 años en el Sector, busca a un profesional con experiencia previa de dos o más años, para incorporarse inmediatamente. Otros requisitos imprescindibles para quienes se pre-

sentes son, poseer un conocimiento demostrable de Amadeus, así como de los idiomas inglés o griego. La agencia madrileña recibirá los currículos a través del correo disponible en su página web.

■ **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.

■ **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 es-

pecializada en este producto y conocimiento de Sabre o Amadeus. Se valorarán conocimientos del sistema Dometour.

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

■ **Tiempo de viajar.** Madrid. Esta agencia de viajes madrileña busca un agente con experiencia y conocimiento en Amadeus y billeteaje. También se valora el conocimiento en grupos y empresas.

■ **Integración Agencias de Viajes.** Madrid. Ofertan dos puestos de trabajo de agente de viajes, uno de ellos especializado en el segmento de viajes de negocio. Por un lado necesita de la incorporación de un agente de viajes con experiencia de al menos cinco años en el departamento de Business Travel. También ofertan un puesto de trabajo para un agente de viajes vacacional con, al menos, tres

años de experiencia. Para ambos es imprescindible el dominio del lenguaje Amadeus y buen nivel de inglés.

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

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

■ **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.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles de playa

↑ BQ Hoteles presenta una nueva web que, modificando su diseño, mantiene, con un adecuado sistema de accesos, la **información** sobre sus hoteles de playa y un sencillo sistema de reservas, disponible para clientes, empresas y agencias registradas.

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

↓ Contempla la gestión de **reservas** desde las agencias de viajes.



<http://www.bqhoteles.com>

Autocares en Madrid

↑ Emdosa presenta una nueva versión de su web con el diseño totalmente renovado y disponible para cualquier tipo de terminales, que mantiene la **información** y los formularios para solicitar presupuestos y para reservar de la versión anterior.

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

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



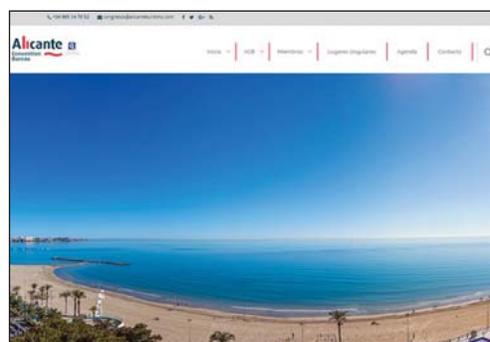
<http://www.emdosa.com>

Eventos en Alicante

↑ La página del Convention Bureau de Alicante ofrece una amplia información sobre todas las facilidades que ofrece la ciudad para la organización de eventos, dedicando una especial atención a todo lo relacionado con actividades deportivas.

⇒ Por su amplia información es de **utilidad** para las empresas OPC.

↓ Para **reservar** enlaza con los proveedores de sedes y servicios.



<http://www.alicantecongresos.com>

Traslados a medida

↑ La web Aerocity.com ofrece al cliente final la **información** y la gestión *online* de todo tipo de traslados a medida desde los aeropuertos de Madrid y Barcelona, que incluyen desde coches con o sin conductor y limusinas hasta autobuses de 50 plazas.

⇒ Es de **utilidad** por ofrecer la reserva de un producto muy concreto.

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



<http://www.aerocity.com>

Turismo en Granada

↑ La versión actual de la página de Turismo del Ayuntamiento de Granada presenta, con un nuevo diseño y una estructura muy mejorados, una amplia **información** sobre los temas de interés turístico en la ciudad, con un planificador y reserva de visitas.

↑ Por su completa ayuda el viajero es una página de **utilidad**.

↓ Ofrece entradas al viajero y el enlace con las páginas de servicios.



<http://www.granadatur.com>

Varios tipos de servicios

↑ La página www.central.viajes es un sistema muy completo y fácil de utilizar, de **información** y gestión de reservas, conectando con otras centrales, de todo tipo de alojamientos, vuelos, viajes y alquiler de coches, no disponible para las agencias de viajes.

⇒ Por su amplia cobertura es una web de **utilidad** para el viajero.

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



<http://www.central.viajes>

LEGISLACIÓN

*Interés turístico**'Fiestas de Moros y Cristianos'*

✓ El Boletín Oficial del Estado (BOE) hace pública el 31 de octubre de 2017, la resolución del 11 de octubre de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se concede el título de Fiesta de Interés Turístico Internacional a la 'Fiestas de Moros y Cristianos', de Crevillente (Alicante). Se hace de conformidad con lo dispuesto en el apartado sexto de la Orden ITC/1763/2006, de 3 de mayo, por la que se regula la declaración de este tipo de eventos según se publicó en el BOE número 135, 7 de junio de 2006. La disposición ha sido firmada por la secretaria de Estado de Turismo de España, Matilde Pastora Asían González.

✓ El Boletín de la Región de Murcia publica la concesión del servicio de agencia de viajes para la Universidad de Murcia a BCD Travel para el curso 2017/2018. La concesión tiene una duración de dos años y prestará servicio en una oficina dentro del propio campus universitario.

Boletín Oficial del Estado
✉ www.boe.es

CURSO

*Formación para el Turismo digital**Ashotel busca dar respuesta a las nuevas necesidades del Sector*

Ashotel, la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro quiere proveer a sus socios de herramientas para mejorar en el ámbito del Turismo digital. Por ello ha firmado un acuerdo de colaboración con The Valley Digital Business School, una escuela especializada en preparar a profesionales de diferentes compañías e instituciones para entender mejor el ámbito digital. Gracias a ello, los asociados de Ashotel tendrán condiciones económicas favorables a la hora de inscribirse en los cursos.

El convenio, suscrito en la sede de Ashotel por el gerente de la patronal hotelera, Juan Pablo Gon-

zález, y el director general de The Valley DBS, Isaac Hernández, (ambos abajo en la imagen) persigue también que ambas entidades puedan diseñar e implementar programas formativos específicos. Los nuevos cursos se han ido haciendo cada vez más necesarios por los cambios en el Sector Turístico.

The Valley DBS ofrece ya los siguientes cursos, que forman parte de la oferta de este convenio: Programa Superior en Digital Business y Marketing, Programa Superior en Turismo Digital (Smart Traveller), Programa en Alta Dirección en Digital Business y Programa Directivo en Digitalización de Recursos Humanos.



LIBROS

*Turismo y geografía**'Territorio y Turismo mundial: análisis geográfico'*

Eva María Martín Roda y Julián Alonso Fernández son los autores de este libro publicado por la editorial universitaria Ramón Areces para situar a los futuros profesionales del Sector Turístico en el medio en el que desarrollarán su vida laboral. El objetivo del libro 'Territorio y Turismo mundial: análisis geográfico' es que el alumno de cualquier grado de Turismo se familiarice con unos mínimos conocimientos territoriales que faciliten el desarrollo de una parte de su actividad profesional, capacitándolo para analizar e interpretar las relaciones entre Turismo y paisaje. Para ello se integra el estudio de la geografía turística desde diferentes perspectivas, por ejemplo, analizando los recursos culturales, determinando el impacto económico, estudiando las peculiaridades climáticas o considerando las características geomorfológicas.

CALENDARIO

El Sector MICE en Barcelona

● Del 28 al 30 de noviembre tiene lugar en Barcelona uno de los eventos más importantes para el sector del Turismo MICE a nivel mundial. Fira Gran Vía abrirá sus puertas para acoger la trigésima edición de la Feria IBTM World. Alguna de las novedades que se presentan este año son la celebración de una entrega de premios a las mejores tecnologías, varias sesiones formativas de actualidad y diversos eventos de *networking*. De entre los temas que se tratarán en el programa formativo destaca la especial atención que se le dará a la seguridad. Asimismo, se mostrará las últimas tecnologías de aplicación en la organización y celebración de eventos, y las tendencias en sostenibilidad y responsabilidad social corporativa. En este sentido, una de las últimas novedades anunciadas es la existencia de un espacio de exposición para *start-ups*, nacidas hace menos de dos años y con un volumen de negocio menor de 500.000 euros. Más información en www.ibtmworld.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

▲ Maya García

Maya García Oubiña es la nueva directora adjunta de operaciones de Bluesock Hoteles para Portugal. Estudió en Vigo la licenciatura de Empresariales y ha trabajado en varios establecimientos con anterioridad.



▲ Daniel Ceballos

BlueBay Hotels sigue reforzando su equipo directivo con la incorporación de Daniel Ceballos como director comercial de América. Formado en marketing dirigido a atención al cliente, liderará un equipo multidisciplinar enfocado al producto vacacional.



▲ Eneko Goia

San Sebastián ha nombrado a diez profesionales del Turismo MICE como nuevos embajadores de la ciudad. El presidente de San Sebastián Turismo & Convention Bureau y alcalde de San Sebastián, Eneko Goia, fue el encargado de presidir este reconocimiento al Sector.



SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Manuel Benavides	3
Entrevista / Eduardo Bahamonde	4
Escaparate	6-14
Gestión	15
Mostrador	17-21
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluatnet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 6 AL 12 DE NOVIEMBRE DE 2017



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

La contribución del Turismo al PIB, al alza

El Turismo proseguirá con su expansión en Europa. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) estima que su contribución al Producto Interior Bruto (PIB) del viejo continente aumentará en 500.000 millones de euros durante la próxima década, mientras que en términos de empleo prevé la generación de aproximadamente cinco millones. La actividad turística, que en 2016 representó el 10% del PIB, llegará a aportar el 11% en un plazo de diez años, con un crecimiento anual del 2,4%. La investigación concluye que el Turismo contribuye en mayor medida a la economía europea que los sectores de la minería, la agricultura, la banca, la fabricación de productos químicos y la industria de automoción.



SEMANA DEL 13 AL 19 DE NOVIEMBRE DE 2017

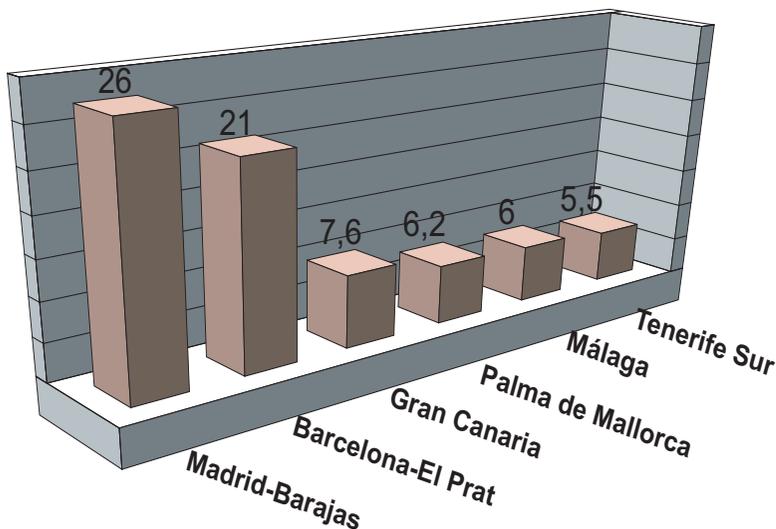
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

Aena programa un 11% más de asientos

Los aeropuertos de la red de Aena han programado 102,6 millones de plazas entre el 29 de octubre de este año y el 24 de marzo de 2018, lo que supone un 11,3% más que en la temporada de invierno del año anterior. El Aeropuerto Madrid-Barajas sigue siendo el que más asientos operará, pero su número se incrementa por debajo de la media (+7%), mientras que otros más modestos como el de Palma lo hacen por encima del 18%.

Millones de plazas según aeropuertos



Fuente: Aena.

© NEXOTUR

Sin embargo, los siguientes en el ranking sí que tienen un mayor peso, se trata de Tenerife Norte (32,9%, con más de 2,7 millones de asientos), el Aeropuerto de Sevilla (32,1%, con más de 2,6 millones), y el de Valencia (27,5%, con más de 3.000.000 asientos). Así mismo des-

taca el de Ibiza (24,3%, con más de 1,2 millones de asientos).

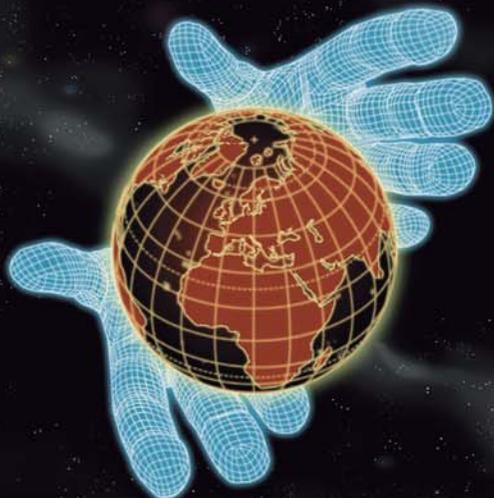
En cuanto a las cifras totales de plazas ofertadas para estos meses, a Madrid y Barcelona le sigue el de Gran Canaria, con una oferta que llega a los 7,6 millones (14,9%). Le siguen Palma de Mallorca, con 6,2

millones, (18,5%), el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol con una programación de 6 millones de plazas, (7,7%) y Tenerife Sur con 5,5 millones, y un crecimiento del 3,1%.

Nuevas Rutas

En la temporada de invierno 2017-2018, está previsto que empiecen a operar 416 nuevas rutas en los aeropuertos de la red de Aena. Esta cifra es mayor que las 191 rutas más que se van a realizar esta temporada, puesto que no tiene en cuenta las rutas que desaparecen. En conjunto, los aeropuertos canarios, con 166 nuevas rutas son los que más destacan en este apartado. Gran Canaria está el primero en la lista con 50 nuevos itinerarios, seguido de Palma de Mallorca (45), Barcelona-El Prat (43), Tenerife Sur (38), Fuerteventura (35), y por último Adolfo Suárez Madrid-Barajas y Málaga-Costa del Sol empatan con 30.

Entre los nuevos destinos anunciados por las compañías aéreas cabe resaltar las nuevas rutas de largo radio con América Latina, Norteamérica y Asia. Barcelona concentra varias de estas rutas, como la que conectará con Buenos Aires gracias a Level, Seúl por Korean Airlines o Fort Lauderdale con Norwegian. Por su parte, el aeropuerto de la capital tendrá nuevas conexiones con Teherán, operada por Mahan Air y San Pedro de Sula por Air Europa. Sin embargo, los destinos con más plazas por detrás de la propia España, seguirán siendo Reino Unido (con 13 millones de plazas), Alemania (11 millones) e Italia (5,8) y Francia (cinco).



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 las Asambleas 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?