NEXO

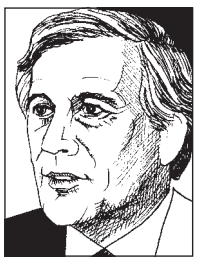
NEXOTUR®

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

NÚMERO 1.020 / AÑO XXII / SEMANA DEL 4 AL 10 DE DICIEMBRE DE 2017 / PRECIO: 2 EUROS

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO Nexo



ANTONIO TAJANI

Cambio normativo

PÁG. 13 / Bruselas reacciona ante el aumento del fraude *online*

PETER FANKHAUSER

Recuperación de Turquía

PÁG. 6 / El desvío de turistas a España perderá fuerza en verano

SIMÓN PEDRO BARCELÓ

Un fuerte crecimiento

PÁG. 11 / Ávoris pasa a aportar más de la mitad de la facturación

MIGUEL MIRONES

Referente mundial

PÁG. 10 / El ICTE es un referente mundial replicado en muchos países

JUAN JOSÉ OLIVÁN

Dudas del IVA

PÁG. 12 / Airmet resuelve dudas de agencias en materia de IVA

Luz verde a la implementación total del polémico NewGen ISS

'Brindará mayores opciones y flexibilidad a los agentes de viajes', según IATA

En marzo de 2018 entrará en funcionamiento NEWGen ISS tras aprobar la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) su implantación. A pesar de la oposición del Sector de agencias de viajes, el *lobby* aéreo incide en que "representa una modernización ambiciosa del BSP" que "facilitará la distribución global".

Aleks Popovich

La implementación del NEWGen ISS "es un paso fundamental de la industria del transporte aéreo mundial para garantizar que el BSP continúe satisfaciendo los requisitos de liquidación financiera de la industria", asegura el vicepresidente senior de finanzas y distribución de IATA, Aleks Popovich. "Brindará mayores opciones y flexibilidad a los agentes de viajes, al tiempo que dará aún más seguridad financiera a las aerolíneas", afirma. El Sector no lo ve tan claro y desde su anuncio tanto CEAV, como la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) y la Alianza Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes (WTAAA) lo han criticado.

☞ ***Escaparate*** **en pág. 7**

José Luis Prieto preside UNAV.

En este Sector 'existen grandes desequilibrios'

"Existe un gran desequilibrio entre las exigencias legislativas a las agencias y al resto", según el presidente de UNAV. **Pág. 4**

La compra de 'paquetes' lidera las ventas 'online'

En 2016, el 46,6% de las reservas de alojamiento, compra de 'paquetes' y de billetes de avión se han hecho *online*. **Pág. 13**

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 17

'Graves deficiencias' del megacontrato del Estado

CEAV acusa a Hacienda de 'ignorar a las agencias'

Mercedes Tejero

CEAV avisa que la configuración del nuevo contrato centralizado de la Administración General del Estado, "en los términos que prevé la Dirección General de Racionalización y Centralización, supondría inseguridad jurídica y falta de transparencia, en relación con la política de ahorro que persigue la Administración". De ahí que, como explica su gerente, Mercedes Tejero, se inste a la Administración del Estado a "retomar el contacto con las agencias" para "consensuar los términos que deben regir el segundo contrato centralizado". "Esperamos que se replantee el contenido y formato del pliego para que no se vuelva a repetir la situación del concurso anterior, adecuándose a los planteamientos de CEAV", subraya Tejero.

☞ ***Escaparate*** **en pág. 12**

Se plantea la creación de una garantía extra para agencias

El anteproyecto de Ley para la transposición de la Directiva de Viajes Combinados, aprobado por el Consejo de Ministros a principios de noviembre, contiene varias medidas que supondrían un gran perjuicio para las agencias de viajes. Y es que además de la garantía de insolvencia financiera, se contempla una adicional que cubra los incumplimientos contractuales del viaje combinado. Al respecto, CEAV advierte que es "totalmente contraria" a la directiva y avisa que, en el caso de que no se elimine del texto la garantía extra, ejercerá "las vías jurídicas necesarias para denunciar a España por infracción del Derecho Comunitario ante la Comisión Europea". La Confederación considera que "es una directiva de máximos en este punto", y "no se da ninguna opción a los Estados miembros para poder solicitar garantías adicionales".

☞ ***Escaparate*** **en pág. 6**

El aumento de avales costará hasta 500 euros a la agencia

F. Javier del Nogal

Se acerca el límite de plazo para que las agencias adapten sus avales a los exigidos por la Unión Europea. La garantía de viajes combinados se modificará y el importe se calculará aplicando el 5% de la facturación bruta en viajes combinados del año anterior, siendo el mínimo de 100.000 euros, a priori en la mayoría de las Comunidades autónomas. Como explica el director general de Tourism&Law, Francisco Javier del Nogal, acarreará "un evidente encarecimiento del coste de la garantía". "En el caso de una agencia minorista 'tipo', este cambio les supondrá pagar de 300 a 500 euros adicionales en la prima de su seguro de caución", avisa.

☞ ***Escaparate*** **en pág. 8**

CLAVES

Turismo de compras, Turismo de calidad

RECIENTEMENTE SE HA celebrado el Summit del Turismo de Compras, cita obligada para aquéllos que abordan esta tipología del Sector.

Se insistió mucho en que el Turismo de compras es un Turismo de calidad. Por supuesto, que es un Turismo de calidad, pero también, lo es el de 'sol y playa'. Sin embargo, existen matices interesantes que apuntalarían esta apreciación, aun cuando, vaya por delante, la calidad del Turismo se puede encontrar en cualquier tipología y gasto; lo importante es que exista una relación honesta entre el precio y el servicio ofrecido.

MÓNICA FIGUEROLA

Está claro que el Turismo de compras es fundamental para España, sobre todo, para destinos que ofrecen una exclusiva oferta comercial y, de cara a la atracción de mercados lejanos como el chino.

Es por ello que me quiero detener en la importancia de este Turismo y en su alto rendimiento económico; justificándolo con datos, recién obtenidos y que hacen referencia a la Golden Week, periodo en el que España ha experimentado un incremento considerable de turistas asiáticos.

Sabemos que operadores como Ctrip han enviado más de 5.000 chinos a España; siendo nuestro país uno de los destinos favoritos entre los 88 países que se repartieron el mercado, con 20 nuevos destinos más que en 2016, lo que destaca el incremento del *outbound*, no sólo hacia nuestro territorio.

El 90% de las llegadas procedieron de las 10 ciudades más pobladas, dato a tener en cuenta de cara a la segmentación de la promoción y el gasto medio fue de algo más de 1.300 euros.

Durante la semana dorada, ya un 45% de los viajeros organizaron su viaje individualmente; siendo los "viajes a la carta" la tendencia de moda. El 70% de las reservas se realizaron a través de aplicaciones móviles y un 49% se alojaron en hoteles de cinco estrellas.

Debemos por ello, profundizar en el análisis de los datos para personalizar la promoción y, entender la segmentación como una herramienta clave de éxito.

Mónica Figuerola Martín es doctora en Turismo, profesora en la Universidad de Nebrija y directora de desarrollo de Negocio de Asialink-Ctrip Spain.

TRIBUNA

'España es uno de los países con mayores posibilidades de hacerse un hueco en el ecoturismo, y la tecnología y la innovación van a ser la clave para que las empresas del Sector consigan optimizar los recursos y posicionarse en este emergente mundo', destaca el socio de Cognodata

ALFREDO REVUELTA

El sector ante las transformaciones del mundo digital

RECIENTEMENTE, REALIZAMOS un estudio entre las empresas punteras del sector Travel & Leisure sobre los cambios que se están produciendo en las organizaciones para la gestión del cliente en entornos digitales. En concreto, hablamos con empresas pertenecientes a los sectores hotelero, juego, agencias de viaje, cine, museos y aerolíneas que nos dieron su visión de la necesidad de adaptarse rápidamente a las transformaciones en un entorno económico digital y globalizado.

Nos encontramos en un contexto en el que el Sector Turístico está viviendo una época dorada en los últimos diez años con un 27% de crecimiento en número de turistas y un 50% en ingresos y el último año ha seguido la misma senda con un crecimiento del 9'9% en número de turistas y del 10 % en ingresos. Las perspectivas del sector son muy buenas, y esa es también la impresión que las empresas del sector tienen a corto y medio plazo, ya que el 80% entienden que seguirán creciendo en los próximos años, mientras que el 20% restante están en recuperación y creen que seguirán así a corto plazo (sectores menos vinculados al turista extranjero como cines y loterías).

Los cambios en el mercado a la hora de interactuar con los clientes y de cómo estos deciden emplear su tiempo y presupuesto, están precisando adaptar tanto las estructuras organizativas como tecnológicas, lo que es percibido por las empresas como una oportunidad de reposicionarse. El 90% identifica como los factores más importantes en este cambio y desafíos a enfrentar: la digitalización, la reputación y la calidad del servicio, la experiencia al cliente y valor añadido.

Las empresas del sector Travel & Leisure se han ido concienciando de la importancia que tiene el cliente

Optimizar recursos

Un claro ejemplo de estos cambios en el mercado es el tipo de Turismo que ha ido creciendo en los últimos años: ecoturismo y Turismo gastronómico, versus el típico Turismo de 'sol y playa', que, aunque no ha decrecido ha experimentado un estancamiento. España es uno de los países con mayores posibilidades de hacerse un hueco en el terreno del ecoturismo, y la tecnología y la innovación van a ser la clave para que las empresas del Sector consigan optimizar los recursos turísticos, naturales, culturales y patrimoniales y posicionarse en este emergente mundo.

SAMPER

Teniendo en cuenta la situación actual y las previsiones en el Sector, las empresas están intentando aumentar su competitividad a través de estrategias centradas en una experiencia de cliente de mayor calidad y una oferta de servicios más especializada, todo dentro del nuevo ámbito digital.

Para ello, la toma de decisiones estratégica de cara a la gestión del cliente debe ser transversal y funcionar como una máquina bien engrasada a través de toda la organización. Tras analizar los resultados del estudio, el 56% de las empresas realiza esta toma de decisiones de manera transversal involucrando los diferentes departamentos que impactan directamente en el cliente, lo que quiere decir que aún casi la mitad del Sector realiza una gestión de cliente ineficiente o mejorable.

En este punto, podemos diferenciar tres tipos de gestión que se están dando actualmente. En primer lugar, la operativa en la que cada departamento toma sus propias decisiones de gestión de cliente de forma independiente y sin tener en cuenta otros departamentos interesados. En segundo lugar, la funcional donde la gestión de cliente la realizan varios departamentos que marcan unos objetivos comunes. Por último, la estratégica en la que la empresa tiene un departamento específico y horizontal, que se encarga de definir la estrategia de cliente y hacer que todos los departamentos que deben estar involucrados trabajen en la misma dirección.

La gestión de cliente es el punto de apoyo donde se ancla el crecimiento del negocio

Hoy en día, las empresas están tendiendo cada vez más a una gestión estratégica y es esta la evolución organizativa que más se está dando en estos momentos. Aquellas empresas que ya han realizado esta migración están consiguiendo una ventaja competitiva respecto a la competencia que repercute ya en el negocio y seguirá repercutiendo en el medio plazo.

En los últimos años, las empresas del sector Travel & Leisure se han ido concienciando de la importancia que tiene el cliente, especialmente en un contexto de mercado que ofrece al cliente cada vez más opciones y que les proporciona voz propia. Por ello, las empresas están realizando un esfuerzo en la reestructuración que necesitan realizar para adaptarse a este nuevo paradigma.

Gestión del cliente

Una gran parte de este esfuerzo, según las compañías del Sector, se centra en los aspectos que hacen más eficiente a la compañía y que, además, aportan un valor añadido al cliente. Para ello, un primer paso consiste en incrementar el conocimiento del target de clientes.

En este sentido, el 62,5% de las empresas del Sector conocen mejor a sus clientes que antes, pero reconocen que todavía existe un porcentaje de mejora. Según los datos del estudio, el 90% de las compañías aseguran haber incrementado su conocimiento del cliente en los últimos años, especialmente en cuanto a información sociodemográfica, gustos y preferencias se refiere. El 37,5% de las organizaciones, por su parte, afirman estar trabajando en el conocimiento del cliente o pensando en hacerlo.

En conclusión, el mercado está cambiando y con él se está produciendo un crecimiento notable del Sector al que las empresas están tratando de adaptarse con una estructura reorganizada.

Sin embargo, no todas las empresas están yendo al mismo ritmo, y mientras algunas llevan ya algunos años realizando cambios organizativos y estructurales, e invirtiendo recurrentemente en mejorar plantillas y tecnología, existe un amplio número de ellas que todavía no están preparadas a corto plazo para competir en el mercado actual.

La gestión de cliente es bajo nuestro punto de vista, y el de muchas empresas que están apostando en esta dirección, el punto de apoyo donde se ancla el crecimiento del negocio. Sin una buena gestión de cliente a todos los niveles, no va a ser posible un crecimiento sano y continuado. Un cliente cada vez más informado y exigente tanto en términos de calidad como de la experiencia que se le ofrezca.

Aquellas empresas que no sean capaces de llegar reorganizar y mejorar sus procesos organizativos y tecnológicos quedarán atrás irremediablemente.

Alfredo Revuelta es socio de Cognodata.

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 GALLEGO ALIAS, ALEJANDRA CABOMERO Y GUILLERMO MIERES (TRANSPORTES), GERMÁN RUIZ ALONSO (BUSINESS TRAVEL), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEP MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), ILEANA SARRIAS (CIMET Y FUTURALIA), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR)

COLUMNISTAS: JULIO C. ABREU STAUD, ISABEL ALBERT PIÑOLÉ, DR. VENANCIO BOTE, ANTONIO CABALLOS, GONZALO GARCÍA, COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO, MANUEL FIGUEROLA PALOMO, ENRIQUE HERNÁEZ, JUAN CARLOS MAÑAS Y CLAUDIO MEFFERT

CONSEJO ASESOR (DIRECTORES): FRANCISCO VÁZQUEZ (CIMET), CLAUDIO MEFFERT (FUTURALIA) Y JULIO C. ABREU (NEXOBUSINESS)

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 INFORMÁTIZACIÓN 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 NATIONAL POST *(EMBLISTADO Y DISTRIBUCIÓN)*

NEXOTUR, PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA AGENCIA DE VIAJES, ES UN SEMANARIO INDEPENDIENTE DE LOS INTERESES DEL SECTOR TURÍSTICO
® NEXOTUR ES UNA MARCA REGISTRADA DE NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)
© COPYRIGHT: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO) / DERECHOS RESERVADOS
DEPÓSITO LEGAL: M-8043-2012 / IMPRESO EN ESPAÑA
ISSN (INTERNACIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966
TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL *GRUPO* Nexo

La Q de Calidad se internacionaliza

EL ICTE YA LO HA LOGRADO. El Sistema de Calidad Turística Española se internacionaliza. Uno de los últimos hitos es el acuerdo de intenciones firmado por la Administración Turística del Valle del Cauca, cuyo acuerdo final podría concretarse en Fitur.

El acuerdo de Cali, suscrito al cierre de la IV Conferencia Internacional de Calidad Turística —celebrado con notable éxito en Colombia—, no es el primer logro para exportar la Q de Calidad, ni será el último. Pero supone un nuevo (e importante) espaldarazo a la implantación de la Q en destinos de Iberoamérica. Un objetivo para el que el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) cuenta con el impulso desde la presidencia de Miguel Mirones, presidente de los Miembros Afiliados de la Organiza-ción de las Naciones Unidas para el Turismo (OMT) o la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET). Aunque es de justicia reconocer que el sostenimiento y expansión de la célebre Q de Calidad Turística Española se debe al titánico esfuerzo desarrollado por su presidente, Miguel Mirones, y el director general, Fernando Fraile, con el Equipo técnico del ICTE, formado por un excelente grupo de profesionales, al que el Sector Turístico debe reconocimiento público por su gestión.

El ICTE es fruto de la unión, en pos del objetivo común de la calidad, de las Organizaciones empresariales de hoteleros, agentes de viajes, transportistas y el resto de sectores y segmentos turísticos. Estamos, por tanto, ante un caso verdaderamente excepcional, al reunir a todos los sectores y actividades turísticas, en una iniciativa modélica.

El éxito de Congreso de Cali y la formidable labor del Equipo del ICTE contrasta con la dejación de la obligación de la Secretaría de Estado de Turismo de la promoción de "su" Q de Calidad Turística

En el debe, hay que denunciar una vez más la inacción de la Secretaría de Estado de Turismo —que es la entidad propietaria de la marca Q—, que pese a estar obligada a financiar su promoción, hace dejación de su obligación, dejando solo al Turismo en este gran reto.

El rotundo éxito del IV Congreso Internacional de Calidad Turística, que reunió en Cali a medio millar de congresistas, contrastó con la no participación de la Secretaría de Estado y de TurEspaña, que brillaron por su ausencia. No así de las Administraciones turísticas autonómicas, representadas por el consejero del Gobierno Vasco, y directores generales de la Xunta de Galicia o Asturias. Una orfandad del Estado, tanto en la promoción de la Q como por su falta de asistencia, que pone en riesgo este gran objetivo común.

Ahora que hasta la OCDE ha advertido al Gobierno de España de la necesidad de invertir en innovación, la inversión en I+D+i y Calidad sectorial es irrenunciable. Organismos surgidos y gestionados por el Sector, como es el caso del ICTE o del Instituto Tecnológico Hotelero, no pueden seguir trabajando con recursos insuficientes a causa del desinterés del Gobierno de España (y de su Secretaría de Estado de Turismo), que ponen en riesgo aspectos tan vitales para el presente y futuro del Turismo en España, como son la Calidad y la Innovación.

Por tanto, junto a la enhorabuena y la alta valoración de la ciclópea labor del Equipo del ICTE, hemos de denunciar el incumplimiento del Gobierno de su obligación.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

▲ CHECK-IN / *I Congreso Guest*

Guest, un modelo a seguir

Guest, la gran cita profesional del año del Sector Hotelero en España, se dedicó a impulsar los objetivos marcados por su artífice, la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), y hace posible un nuevo modelo de evento sectorial, del que otros sectores, como el de agencias de viaje, debieran tomar buena nota.

La innovación hotelera y los retos a los que se enfrenta la hotelería en la actualidad es (o, más bien, debiera ser), una prioridad absoluta para la secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asían, que no ha encontrado hueco en su agenda para inaugurar o clausurar este importante evento.

En la apertura, el presidente del Congreso y de CEHAT, Juan Molas, destacó el papel organizador de Easyfairs, por confiar en CEHAT para llevar a cabo la puesta en marcha del Congreso Guest.

Durante la primera sesión, los ponentes expusieron su punto de vista de la evolución del Sector y de cómo sus empresas han ido evolucionando. Andrea Bertoli (Lastminute.com) trató el tema de los metabuscadores y la inteligencia artificial de estos, basada principalmente en la información. Representantes de Amadeus, Pangea, Logitravel, Sercotel y Destinia, ofrecieron su privilegiada visión de la innovación en la distribución hotelera.

Una de las mesas redondas analizó la economía colaborativa, la legislación actual que la regula y los inconvenientes que supone a los empresarios.

Pero estas son solo algunas pinceladas de todo lo abordado en un evento que pone sobre la mesa la necesidad de potenciar la innovación sectorial.

☆ PERSONAJE DE LA SEMANA / *Simón Pedro Barceló*

El copresidente de Barceló Corporación Empresarial ha diseñado una operación que, de culminar con éxito, llevaría a Barceló Hoteles a su fusión con NH Hotels y la creación del 14º grupo hotelero del mundo, lo que incluye la salida a Bolsa (al fusionarse con NH, que cotiza en el mercado de valores) y, probablemente, a adoptar el nombre NH-Barceló. Al tiempo, sigue incrementando el tamaño de Avoris, su división de viajes, y acercándose a la facturación de Globalia.

LA CHISPA / *Quique*

▼ CHECK-OUT / *Comisión Europea*

Lobbies vs competencia alegal

La competencia alegal surgida de numerosos negocios basados en una economía sumergida pura y dura, que compiten con las empresas turísticas, ya no puede ampararse en el eufemismo de que se trata de iniciativas de la mal llamada economía colaborativa. Estamos ante grandes negocios de ámbito multinacional, cuyas plataformas están valoradas en verdaderas fortunas, que ni siquiera pagan impuestos en los países en los que trabajan.

Y es que el *boom* de la economía colaborativa ha traído consigo, además de efectos positivos, precariedad laboral, mayor grado de incumplimientos fiscales y, lo que es más lacerante, inseguridad jurídica para los consumidores. Aspecto este último al que agencias, hoteles y transportistas, dedican ingentes recursos y que obligan al cumplimiento de un sinfín de normativas... de las que continúan exentos quienes interesadamente tildan como colaborativa lo que no es sino economía sumergida.

Los *lobbies* sectoriales hoteleros HOTREC y EFFAT, al igual que el *lobby* de agencias ECTAA, instan a Bruselas a hacer públicas sus directrices para atajar, de una vez por todas, esta problemática.

El sector privado presiona a la Comisión Europea para que regule la economía colaborativa y, al mismo tiempo, reduzca la precariedad laboral existente en los negocios vinculados a la misma.

El Ejecutivo comunitario debe aprobar con la mayor celeridad propuestas para orientar a los Estados miembros, en relación a la regulación de los alquileres de alojamientos, y que las conclusiones acordadas se transformen en nuevas directivas.

En el apartado emisor, puede decirse ya que este año 2017 se ha mostrado como un ejercicio de crecimiento satisfactorio / Las agencias de viajes de Cataluña están sufriendo un importante receso / Existe un gran desequilibrio entre las exigencias legislativas que afectan a las agencias de viajes con respecto del resto de las empresas vinculadas al Turismo

«La crisis catalana no parece afectar a las agencias del resto de España»

José Luis Prieto / Presidente de UNAV

La Unión de Agencias de Viajes (UNAV) cumplió el pasado mes de noviembre su 40 aniversario. Tras estas cuatro décadas defendiendo sin descanso los intereses de las empresas del Sector, su presidente, José Luis Prieto, analiza la situación actual de la Asociación, así como el momento que atraviesan las agencias de viajes españolas.

P.- UNAV ha celebrado en Madrid su 40 aniversario. ¿Qué supone para usted este hito?

R.- Creo, sinceramente, que cumplir como Asociación empresarial, tantos años como tiene nuestra democracia, es un motivo para que todos cuantos formamos UNAV, nos sintamos muy orgullosos del trabajo realizado por tantos colegas nuestros.

P.- Durante este evento han premiado al Grupo NEXO y al director general de Viajes El Corte Inglés, Jesús Nuño de la Rosa. ¿Por qué?

R.- Durante tantos años en el terreno asociativo como miembro del consejo directivo de UNAV, Jesús Nuño de la Rosa ha mostrado siempre una encomiable entrega e ilusión en tantas ocasiones como la Asociación le haya podido requerir. Su aportación a UNAV ha sido valiosísima. Si todo ello, lo enmarcamos en su brillante trayectoria profesional creo, sinceramente, que nuestro modesto homenaje está plenamente justificado.

Con respecto al reconocimiento hecho al Grupo NEXO, se ha tratado de premiar el trabajo realizado hasta su número 1.000, marcando una forma periodística diferente a lo que anteriormente existía, con una competencia, en sus inicios, tan consolidada como la que representaban Editur, Spic, etc.

El aumento de avales supondrá un nuevo esfuerzo económico y financiero para las agencias

P.- En estos años ha visto como desaparecían, por diferentes motivos, grandes Organizaciones empresariales del Sector, como es el caso de AEDAVE o FEAAV. ¿Cuál ha sido la clave para que UNAV se haya mantenido todo este tiempo como una de las Asociaciones de referencia en el ámbito turístico?

R.- Los casos de AEDAVE y FEAAV fueron distintos. Mientras que en la antigua AEDAVE siempre reinó un espíritu muy cerrado a la integración sectorial, en FEAAV se derrocharon esfuerzos para integrar a todo el Sector, trasladando este espíritu a la actual Confederación (CEAV). La clave del mantenimiento de UNAV durante 40 años como la Asociación de referencia, no es otra que el espíritu de entrega de todas las personas que, teniendo alguna responsabilidad dirigente, han sabido anteponer los intereses del Sector a los de la propia Asociación.

P.- Estamos cerca de finalizar el año 2017. ¿Qué balance hace?

R.- En el emisor, puede decirse ya que 2017 se ha mostrado como un ejercicio de crecimiento satisfactorio. Naturalmente, son muchos, y de muy diferente índole, los problemas que los agentes de viajes hemos de afrontar aún. Pero los números indican claramente una curva de crecimiento sostenido. Lamentablemente, no se puede decir lo mismo de las rentabilidades.

En lo que respecta al receptivo, nuevamente se van a batir la cifra récord de entradas de visitantes extranjeros, con crecimientos de dos dígitos. Los mercados tradicionales, como el alemán, británico y francés, continúan subiendo al tiempo que se mantienen o crecen la mayor parte de los mercados asiáticos.

P.- ¿Cómo ha impactado en esta recta final de año la crisis catalana? ¿Se han visto afectadas las agencias de otras partes de España, como por ejemplo Madrid?

R.- La crisis aparecida en Cataluña no favorece absolutamente a nadie, pero no parece que esté afectando a las agencias de viajes del resto del territorio español. No así a las agencias de Cataluña que, parece evidente, están sufriendo un importante receso.

P.- ¿Espera que con la celebración de elecciones autonómicas se recupere la normalidad y tranquilidad que tanto necesitan las empresas turísticas?

R.- Yo diría que, más que con la celebración de las elecciones, con el resultado de las mismas y los posteriores pactos entre partidos. Lo que no sería deseable es que se cometiesen, de nuevo, los mismos errores. Los mismos que tan caro le están costando a Cataluña y en menor medida al resto de España.

P.- Como avanzó UNAV, el próximo mes de junio todas las agencias deberán contar con los nuevos avales. ¿Qué supone esto para las empresas del Sector?

R.- Sin duda, supondrá un nuevo esfuerzo económico y financiero, pero prefiero esperar a que acabe el plazo el próximo mes de junio.

Tenemos muy avanzadas las conversaciones con las instituciones de Cuenca para nuestro congreso

P.- ¿No resulta incongruente que se exija tanto a las agencias y tan poco a otras empresas turísticas?

R.- Este sería un tema bonito para un debate. Pero, efectivamente, existe un gran desequilibrio entre las exigencias legislativas que afectan a las agencias de viajes con respecto del resto de las empresas vinculadas al Turismo.

P.- La otra gran novedad en materia legislativa es la reciente aprobación de la nueva Directiva de Viajes Combinados. ¿Qué supondrá para las agencias su entrada en vigor?

R.- La transposición de la Ley aún está pendiente de concluirse en todas las Comunidades autónomas, a excepción de La Rioja y Cataluña. Por tanto, existen aún muchos elementos pendientes de cerrar por parte de las diferentes Comunidades hasta la finalización del plazo, en junio 2018. Llegado el momento y con independencia de la publicación y difusión oportunas, seguramente UNAV celebrará un foro específico para las agencias asociadas, a fin de informar y asesor con todo detalle.

P.- ¿Están trabajando con las autoridades turísticas para lograr una transposición lo más beneficiosa posible para el Sector?

R.- De manera permanente. Precisamente, hace pocas fechas que, en una reunión personal, hemos transmitido a la directora general de Turismo de la Comunidad de Madrid nuestra invitación a tratar el tema en sesión específica de nuestro próximo congreso. De la mano de CEAV, se está trabajando permanente en este asunto.

P.- Tras el éxito de su último congreso anual en León, ¿podría avanzar cuál será la sede del siguiente y cuándo se celebrará?

R.- Tenemos muy avanzadas conversaciones con las instituciones de la bellísima ciudad de Cuenca, en la actualidad, magníficamente comunicada por AVE en menos de una hora. En breve, estaremos en condiciones de confirmarlo.

P.- ¿Volverán a apostar por el formato más dinámico y participativo usado en la última edición?

R.- A tenor de las felicitaciones recibidas por el formato utilizado en el último congreso, es casi seguro que se repetirá. El comité organizador ya está trabajando en ello y de la mano de todos los intervinientes se definirá con todo detalle.

P.- El próximo mes de marzo hay elecciones en UNAV. ¿Tiene previsto presentar su candidatura?

R.- Me cabe el profundo orgullo de haber recibido ya palabras y algunas llamadas de socios de UNAV animándome a continuar, pero he de confesar que aún es pronto para decidirlo. Pocas actuaciones profesionales me han reportado tanta satisfacción como la de haberme sentido querido por mis colegas y amigos de profesión durante estos 22 años. Créame que es difícil de definir.

Hay una curva de crecimiento sostenido

JOSÉ LUIS PRIETO

En el emisor, puede decirse ya que 2017 se ha mostrado como un ejercicio de crecimiento satisfactorio. Naturalmente, son muchos, y de muy diferente índole, los problemas que los agentes de viajes hemos de afrontar aún. Pero los números indican claramente una curva de crecimiento sostenido. Lamentablemente, no se puede decir lo mismo de las rentabilidades.

En lo que respecta al receptivo, nuevamente se van a batir la cifra récord de entradas de visitantes extranjeros, con crecimientos de dos dígitos. Los mercados tradicionales, como el alemán, británico y francés, continúan subiendo al tiempo que se mantienen o crecen la mayor parte de los mercados asiáticos.

Estamos en fase de recuperación, pero considerando que la pasada crisis ha contribuido mucho a una reconfiguración del tejido empresarial. Por una parte, se consolidan los grandes grupos. Por otra, aparecen con fuerza las agencias especializadas. Como ya he manifestado, resultaba inevitable una selección natural de un Sector que se encontraba sobredimensionado y atomizado en exceso.

Únete

Formar parte de una gran empresa nunca fue tan sencillo.

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

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

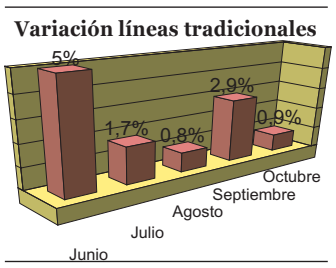
91 217 02 04
unete@carrefour.com
www.viajes.carrefour.es/franquicias

Carrefour | Viajes

ESCAPARATE

Un 9% de pasajeros más en aerolíneas 'low cost'

Las llegadas internacionales por vía aérea han aumentado un 5% en octubre, con 7,9 millones de pasajeros. Las de 'bajo coste' aumentan un 9,1% y las compañías aéreas tradicionales un 0,8%. **Pág. 32**



Los viajes lideran las compras hechas 'online'

El 46,6% de las reservas de alojamiento, las compras de 'paquetes' turísticos y de billetes de avión se han hecho de forma *online*, según el 'Estudio sobre Comercio Electrónico B2C' de ONTSI. **Pág. 13**

Desplome de búsquedas de viajes a Barcelona

Las búsquedas globales de viajes a la ciudad condal han descendido en octubre un 20,4% en comparación con 2016, según Gopili.es. La caída es del 11% a nivel mundial y del 8,1% en mercados nacionales. **Pág. 10**

PRONTUARIO

¿Quién controla al controlador?

ANTONIO CABALLOS

UNA VEZ MÁS dos líneas aéreas dejan en tierra a miles de pasajeros que les han adelantado el pago de sus billetes aéreos. Presumiblemente también miles de ellos tendrán dificultades para lo mínimo: recuperar su dinero.

Las compañías aéreas controlan hasta la saciedad a sus principales distribuidores, las agencias de viajes, pues a Internet no hay quien lo controle. Yo diría que lo hacen de forma férrea, con unas formas que no sé si calificarlas de dictatoriales o incluso abusivas. Lo que está claro es que lo hacen de una forma poco menos que lejanas a lo que se acostumbra en el comercio de la distribución entre cliente y proveedor, en el mundo.

Las reacciones en casos similares, que están en la mente de todos, fueron diametralmente opuestas por parte de esos distribuidores, las agencias de viajes, que en todo caso trataron de proteger y atendieron las demandas de los clientes para los que intermediaban. E incluso intentaron reembolsarles el dinero, que estaba aún en su poder, de esos billetes de sus clientes que aún no habían iniciado su vuelo, siéndoles prohibido no solo por la línea aérea quebrada o en otras dificultades, sino también por sus poderosas asociaciones. Las agencias de viajes y sus asociaciones nacionales o europeas, por tanto, tan solo pudieron limitarse a ayudar y apoyar a sus clientes a realizar sus reclamaciones. Los que compraron sus billetes *online*… ni eso.

Hora es ya de que los gobiernos y las asociaciones de aerolíneas actúen e interpongan los medios que defiendan al pasajero de las líneas aéreas, pues el pasajero es inocente de los problemas en que estas puedan incurrir.

Antonio Caballos García es agente de viajes.

Consumo pretende exigir una garantía extra a las agencias de viajes españolas

CEAV asegura que 'no se da opción a los Estados miembros para solicitar garantías adicionales'

Contratiempo para el Sector en la transposición en España de la Directiva de Viajes Combinados. Según el anteproyecto de Ley, las agencias deberán contar con una garantía adicional a la exigida por la UE. CEAV amenaza con usar la vía jurídica porque entiende que su inclusión es "contraria" a la Directiva. Argumenta que "es una directiva de máximos en este punto" y "no se da ninguna opción a los Estados para solicitar garantías adicionales".

Rafael Gallego

A pesar del apoyo recibido durante el último año de la Secretaría de Estado de Turismo, finalmente el anteproyecto de Ley para la transposición de la Directiva de Viajes Combinados, aprobado por el Consejo de Ministros a principios de noviembre, contiene determinadas medidas que, en caso de ver la luz, supondrían un enorme perjuicio para las agencias de viajes que operen en el territorio español. En las alegaciones remitidas al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, CEAV advierte que uno de los artículos contenidos en el mismo es "totalmente contrario" a la directiva impulsada por la Unión Europea. El motivo es que se solicita, además de la garantía de insolvencia financiera, una adicional que cubra los incumplimientos contractuales del viaje combinado.

En el escrito, la Confederación argumenta que la nueva Directiva de Viajes Combinados y de Servicios de Viaje Vinculados "es una directiva de máximos en este punto" y "no se da ninguna opción a los Estados miembros para poder solicitar garantías adicionales". Por este motivo, su inclusión en el texto del Gobierno "desvirtúa totalmente el artículo transpuesto e implicaría obligaciones más onerosas" que las acordadas por la Unión Europea.

Por ello, CEAV avisa que, en caso de que no se elimine del texto la garantía extra, ejercerá "las vías jurídicas necesarias para denunciar a España por infracción del Derecho Comunitario ante la Comisión Europea". Igualmente, tiene intención de trasladar esta observación tanto a todas las Comunidades autónomas, ya que también son responsables de la correcta adaptación, con el objetivo de que comprendan que la transposición realizada por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) "no es correcta, y si la transcriben tal cual, también estarán incumpliendo el derecho comunitario e igualmente serán denunciadas por la Confederación".

Contraviene la Bolkestein

Por otro lado, CEAV sostiene que la inclusión de la citada garantía adicional "contraviene la Directiva Bolkenstein de liberalización de servicios", la cual establece el principio de libertad de establecimiento de los prestadores de servicios y sólo permite que los Estados miembros supediten el acceso a una actividad al cumplimiento de determinados requisitos cuando el régimen de autorización no sea discriminatorio, esté justificado por una razón de interés general y no se pueda conseguir por medio de una manera menos restrictiva. "En este caso, sin lugar a dudas, no resulta justificado que el Estado español pueda exigir una garantía extra para poder comercializar y organizar viajes combinados en España, dado que ello contraviene una norma legal de ámbito superior que es la nueva Directiva de Viajes Combinados", aclara.

Además, ello implica "un perjuicio comparativo hacia las empresas españolas que se dediquen a la actividad de comercialización y organización de viajes combinados, respecto de aquellas que realicen la misma actividad en cualquier otro países de la Unión Europea", a las que se les pedirá únicamente la garantía de insolvencia financiera. A lo anterior cabe añadir que a los servicios de viaje vinculados se requiere únicamente la garantía de insolvencia financiera, quedando exentos de la citada garantía adicional.

La recuperación de Turquía y Egipto aliviará la saturación del destino España, según Thomas Cook

El margen bruto del primer grupo emisor de turistas en Europa junto a TUI cae 130 puntos base

Peter Fankhauser

El efecto desvío como consecuencia de la inestabilidad de varios países competidores, del que se ha beneficiado en estos últimos años especialmente España, podría empezar a atenuarse la temporada de verano. Según Thomas Cook, primer grupo emisor de turistas en Europa junto a TUI, la demanda de sus vacaciones a Turquía y Egipto "es muy fuerte".

Esto, unido al "significativo aumento" de las reservas para viajar a Grecia y Chipre, previsiblemente "comenzará a aliviar las presiones en los márgenes causadas por la alta concentración de vacaciones en España durante 2016 y 2017", informa. Como reconoce, su margen bruto ha caído 130 puntos base en su recién finalizado ejercicio fiscal debido, principalmente, "al impacto de la inflación del coste del alojamiento en España". En esta línea, su director ejecutivo, Peter Fankhauser, revela que se trata del primer descenso del margen en los últimos cinco años.

A pesar del descenso de la rentabilidad en destinos clave como el español, ha mejorado los resultados en su último ejercicio fiscal, finalizado el pasado 30 de septiembre. Su beneficio neto asciende a 13,5 millones, frente a la cifra de 1,1 millones que consiguió en el anterior año fiscal. Su volumen de negocio experimenta un fuerte aumento del 15,3%, pasando de los 8.787 millones de euros de 2016 a cerca de 10.134 millones en los últimos 12 meses. También crece de forma significativa (+17,2%) su beneficio operativo, que roza los 260 millones.

Para Fankhauser, 2017 ha sido "un año importante en el desarrollo estratégico de Thomas Cook". "Ahora vemos que las decisiones que tomamos para devolver al cliente al corazón de nuestro negocio están dando sus frutos", destaca, haciendo referencia al "fuerte aumento de la satisfacción" de los mismos "por segundo año consecutivo". Además, se muestra "particularmente satisfecho por la cantidad de nuevos clientes que hemos ganado este año".

Para el próximo ejercicio, espera "poder ver un impulso en nuestra aerolínea", así como "un buen desempeño de nuestros operadores turísticos de Europa". A pesar de las "condiciones desafiantes en Reino Unido" por el Brexit, está convencido de que "estamos bien posicionados".

IATA aprueba la implementación total del NewGen ISS pese al rechazo de las agencias

El 'lobby' aéreo asegura que 'brindará mayores opciones y flexibilidad a los agentes de viajes

Luz verde a la implementación de NewGen ISS. Para IATA "representa una modernización ambiciosa del BSP" que "facilitará la distribución global" a través de las agencias de viajes. Aunque representastes del Sector como CEAV, ECTAA y WTAAA rechazan algunas partes como el sistema de pago EasyPay o los tres nuevos niveles de acreditación. Ahora se une la Capacidad de Retención de Remesas (RHC), con la que IATA pretende lograr "una venta más segura y mitigar las pérdidas derivadas de los incumplimientos de las agencias de viajes".

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) anuncia que la PAConf, órgano compuesto únicamente por aerolíneas, ha dado luz verde a la implementación total del proyecto NewGen ISS, cuya puesta en marcha supondrá un antes y un después en la relación con las agencias de viajes. Mientras que las principales Organizaciones del Sector, como es el caso de CEAV, la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) y la Alianza Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes (WTAAA), rechazan algunos de los artículos recogidos en el mismo, el *lobby* aéreo defiende que "representa una modernización ambiciosa del BSP" que "facilitará la distribución global" a través de las agencias de viajes.

El vicepresidente senior de finanzas y distribución de IATA, Aleks Popovich, afirma que su implementación "es un paso fundamental de la industria del transporte aéreo mundial para garantizar que el BSP continúe satisfaciendo los requisitos de liquidación financiera de la industria en los próximos años". "Brindará mayores opciones y flexibilidad a los agentes de viajes, al tiempo que dará aún más seguridad financiera a las aerolíneas", afirma.

Como avanzó NEXOTUR, el año pasado la PAConf aprobó la introducción de tres pilares del NewGen ISS. El que generó mayor rechazo entre las agencias fue el sistema de pago EasyPay, con el que el importe del billete queda bloqueado en la cuenta del agente en el momento en que se autoriza la emisión del mismo. Aunque el *lobby* aéreo ha reiterado que su adopción será voluntaria, tanto ECTAA como WTAAA advierten de que dicha voluntariedad de los nuevos criterios "no es cierta". "Muchas no tendrán otra alternativa al ser incapaces de hacer frente a garantías desmesuradas, por lo que estarán obligadas a utilizar el sistema EasyPay", subrayan.

Límite de crédito

Otro de los cambios acordados entonces fue la creación de tres nuevos niveles de acreditación: estándar sin posibilidad de pago en cash; estándar con posibilidad de pago en *cash* y con un límite de crédito; o acreditación en varios países, con límite de crédito, lo que significa que las agencias *online* o consolidadores no necesiten tener una licencia en cada país y les sirva una sola. Al respecto, CEAV denunció que se trata de "una ruptura unilateral de las relaciones contractuales establecidas con las agencias ya acreditadas, obligando a las mismas a solicitar una nueva acreditación, todo ello en base a unas normas que IATA pretende imponer de manera unilateral".

A estas tres medidas ahora se agrega una cuarta. Se trata de la Capacidad de Retención de Remesas (RHC), con la que IATA pretende lograr "una venta más segura y mitigar las pérdidas derivadas de los incumplimientos de las agencias de viajes". Grosso modo, es un sistema de gestión de crédito mediante el cual se establece un límite de ventas de la agencia y, una vez superado, se le darán opciones de distribución más seguras que minimicen el riesgo de impago.

El director de IATA, Alexandre de Juniac.

Al respecto, Popovich aclara que "las aerolíneas no tienen ningún deseo de restringir o limitar las ventas de agentes de viajes", si bien reconoce que "es importante contar con salvaguardas prudenciales para proteger los ingresos de las aerolíneas". "Los niveles de RHC son el resultado de un proceso de colaboración que involucra a aerolíneas y agentes de viajes, para garantizar que las agencias de viajes tengan la flexibilidad que necesitan, al tiempo que se protege la venta de billetes de avión", concluye.

Además, el texto aprobado por las aerolíneas incorpora disposiciones relacionadas con Transparency in Payments (TIP), una nueva iniciativa impulsada por la industria aérea. TIP revela las diferentes características y costos asociados con cada forma de pago y el envío del agente de los fondos de la línea aérea. El TIP no prohíbe ninguna forma de envío, pero las agencias de viajes solo pueden usar los formularios a los que una compañía aérea ha otorgado previamente su consentimiento. IATA destaca que el TIP permite a las agencias de viajes usar sus propias tarjetas de crédito, que anteriormente no eran compatibles con BSP, si la aerolínea lo permite.

NewGen ISS y Transparency in Payments se implementarán progresivamente a partir de marzo de 2018. Algunas medidas, como es el caso del EasyPay, ya están disponibles en algunos mercados (Noruega, Suecia, Finlandia e Islandia).

Más de 550 profesionales en la convención de Nego

Nego Servicos congrega a más de 550 profesionales en su convención anual, que tuvo lugar del 24 al 26 de noviembre en Toledo. Rebautizada desde esta edición como Nego Connection, ha permitido a los agentes del Grupo comercial, el tercero de España por puntos de venta, estrechar lazos con mayoristas y compañías aéreas, así como con el equipo central de la empresa.

Aerticket España abre delegación en Madrid

Aerticket prosigue con su plan de expansión en España. El consolidador aéreo, que hace un año inauguró en Valencia su segundo centro de operaciones en el país (ya estaba en Palma de Mallorca), abre ahora una delegación en Madrid. También ha anunciado la incorporación de Claudia Serrano como *key account manager* con base en Madrid a partir del 1 de diciembre de 2017.

Azul Marino se lleva los viajes de un laboratorio

El departamento de empresas del Grupo AM, Azul Marino Business Travel, se ha adjudicado el servicio de agencia de un gran laboratorio farmacéutico por un valor estimado de unos cinco millones de euros. De esta manera, gestionará los viajes, eventos y congresos de este laboratorio. Contará con el refuerzo del departamento MICE recientemente presentado.

Iberia estrena espacio Premium en Madrid

Iberia ha inaugurado su recién remodelada sala Velázquez, 2.500 m^2 exclusivos con vistas a las pistas de despegue y aterrizaje del aeropuerto de Madrid. "Descansar, trabajar, tomar algo o esperar tranquilamente la salida del vuelo cobran otro significado; hemos incorporado mejoras en todos los ámbitos", asegura el director de Clientes y Transformación de Negocio de Iberia, Gabriel Perdiguero.

Grandes 'lobbies' urgen a Bruselas a actuar contra la economía colaborativa ilegal

Piden que las conclusiones acordadas se transformen en directrices públicas

El *boom* de la economía colaborativa ha traído consigo, además de efectos positivos, precariedad laboral, mayor grado de incumplimientos fiscales e inseguridad jurídica para los consumidores. HOTREC y EFFAT instan a Bruselas a hacer públicas sus directrices para atajar estas problemáticas.

El sector privado presiona a la Comisión Europea para que contribuya a lograr que la economía colaborativa esté mejor regulada y, al mismo tiempo, a reducir la precariedad laboral existente en los negocios vinculados a la misma. Dos grandes lobbies europeos, como son la Organización Empresarial Europea de Hotelería y Restauración (HOTREC) y la Federación Europea de Sindicatos de Alimentación, Agricultura y Turismo (EFFAT), urgen al Ejecutivo comunitario a que publique sus propuestas para orientar a los Estados miembros en relación a la regulación de los alquileres de alojamientos.

Como publicó NEXOTUR, la Comisión Europea anunció el pasado mes de febrero el inicio de los trabajos para elaborar unas líneas de actuación sectoriales en la economía colaborativa, primer paso hacia la necesaria regulación de uno de los fenómenos económicos más pujante de esta última década a nivel mundial. Tras varios meses de trabajo conjunto entre representantes de los Estados miembros, industria privada, sindicatos y grandes organizaciones empresariales, el pasado mes de septiembre, concretamente el día 25, se aprobaron una serie de recomendaciones para las posibles respuestas políticas a este modelo de negocio.

Llevan meses trabajando en la elaboración de unas directrices.

Por lo tanto, HOTREC y EFFTA instan al Ejecutivo comunitario a dar un impulso político a este asunto para transformar las conclusiones acordadas ampliamente en directrices de la Comisión Europea. Pretenden así que estos principios reguladores estén oficialmente disponibles para los Estados miembros. En este sentido, el CEO de la primera organización empresarial, Christian de Barrin, subraya que "los principios que se han elaborado conjuntamente para garantizar la protección de los consumidores, el cumplimiento fiscal y la igualdad de condiciones para todos los empresarios, deben ahora hacerse públicos".

El secretario general de EFFAT, Harald Wiedenhofer, va más allá y advierte que "la economía colaborativa parece estar contribuyendo al aumento del trabajo precario en el Turismo". Por este motivo, considera que la publicación de las citadas directrices, combinada con "una implementación ambiciosa del Pilar Europeo de Derechos Sociales, supondría dar un paso hacia la creación de trabajos decentes y la canalización del empleo no declarado hacia formas legalizadas, beneficiando a los trabajadores, a los sistemas de seguridad social, a la recaudación de los gobiernos y al Sector Turístico en su conjunto".

El coste de la garantía subirá por el incremento de avales

Javier del Nogal

En junio de 2018 expira el plazo para que las agencias de viajes adapten sus avales a lo que exige la Unión Europea. Aunque aún son muchas las Comunidades que no han aprobado el cambio normativo, a priori habrá uniformidad y la garantía de viajes combinados se modificará de tal manera que el importe a cubrir se calcule aplicando el 5% de la facturación bruta en viajes combinados del año anterior, siendo el mínimo de 100.000 euros.

En declaraciones a NEXOTUR, el director general de Tourism&Law, Francisco Javier del Nogal, explica que la nueva normativa acarreará "un evidente encarecimiento del coste de la garantía". "En el caso de una agencia minorista 'tipo', que representan casi el 80% de las empresas del Sector, este cambio les supondrá pagar de 300 a 500 euros adicionales en el recibo de la prima de su seguro de caución", revela.

Además, considera "muy probable" que, durante un tiempo, "no se pueda retirar la garantía anterior, aunque se haya presentado la nueva, debido a que aún se podrán presentar reclamaciones que proceden del periodo en el que estaba vigente la anterior garantía". "Ello conllevará que el coste se duplique durante ese tiempo", apunta.

Del Nogal detalla que "las consecuencias de la infracción de este deber y sus responsabilidades administrativas no cambian con respecto a la situación anterior, puesto que esta garantía obligatoria ya existía, si bien ahora se ha modificado la cobertura". Así, "no formalizar el aval o demás garantías impuestas normativamente en beneficio de las personas consumidoras puede constituir una infracción administrativa grave, tal y como recogen la mayoría de normativas autonómicas, debiendo afrontar las personas físicas o jurídicas titulares de la actividad de agencia multas que van de entre los 601 y 6.000 euros, en la Rioja, y los 10.001 y 100.000, en Cataluña, por ejemplo", indica.

Faltan Comunidades

No obstante, la mayoría de agencias todavía tienen las manos atadas debido a que, salvo en casos puntuales, las Comunidades autónomas no han llevado a cabo la transposición. El director general de Tourism&Law apunta que "hasta la fecha solo han adoptado este acuerdo las Comunidades autónomas de Cataluña (Ley 5/2017, de 28 de marzo) y La Rioja (Decreto 10/2017, de 17 de marzo)". "Falta el resto, aunque, por el momento, Comunidades como Aragón y Canarias ya han aprobado los proyectos de Decreto que modifican la normativa sobre las garantías a prestar por las agencias de viajes", sentencia.

Willie Walsh avanza que 'Level será rentable este año'

El consejero delegado de IAG destaca que 'la operación de Level en Barcelona ha sido increíblemente exitosa'

El pasado junio se estrenaba Level. La nueva *low cost* creada por International Airlines Group (IAG) para competir con mayor eficacia en el largo radio, iniciaba operaciones con vuelos desde Barcelona a Los Ángeles, San Francisco (Oakland), Buenos Aires y Punta Cana.

Cinco meses después de su lanzamiento, acallando las dudas sobre su viabilidad que suscitó su agresiva política de precios, el consejero delegado de IAG, Willie Walsh, avanza que "será rentable este año". "La operación de Level en Barcelona ha sido increíblemente exitosa" y "los clientes están encantados", subraya el directivo.

Fruto de este gran comienzo en El Prat, la compañía aérea acaba de anunciar el inicio de operaciones desde el aeropuerto parisino de Orly. Su plan consiste en volar a partir de julio de 2018 a Montreal, Nueva York, Guadalupe y Martinica. Contará para ello con dos Airbus A330-200, cada uno con 293 asientos en clase turista y 21 en turista *premium*.

Los vuelos estarán operados por personal que actualmente trabaja en OpenSkies, la aerolínea francesa de IAG basada en el aeropuerto Orly. Esta marca desaparecerá a finales del próximo verano y todos sus empleados pasarán a formar parte de Level.

Gran satisfacción

"Barcelona fue el primer paso y con gran satisfacción lanzamos vuelos desde nuestra segunda ciudad europea con cuatro fantásticas rutas operadas desde París", explica Walsh. "Orly, al igual que Barcelona, es un hub de Vueling, lo que significa que los clientes podrán viajar a París desde otras partes de Europa para conectar con los vuelos de Level", añade y confía en que "nos beneficiaremos de la experiencia y el conocimiento local del equipo de OpenSkies".

Respecto a El Prat, Level lanzará una nueva ruta a Boston el 28 de marzo de 2018, con tres frecuencias semanales la temporada de verano. Además, un tercer avión A330-200 se incorporará a la flota de Barcelona a finales del verano, lo que permitirá a la aerolínea proseguir con su plan de expansión. Actualmente tiene rutas desde el aeropuerto de la ciudad condal a Buenos Aires, San Francisco (Oakland) y Punta Cana, con servicios a Los Angeles durante el verano.

Operará con dos Airbus A330-200.

IMSERSO

PROGRAMA DE TURISMO 2017/2018

ISLAS BALEARES Y CANARIAS

PLAZAS DISPONIBLES

RESERVE EN SU AGENCIA DE VIAJES

PRECIOS		Con transporte				Sin transporte	
		8 días	10 días	15 días	Combinados 15 días	8 días	10 días
ISLAS BALEARES	Temporada Alta	240,30€	298,60€	403,10€		188,80€	227,70€
	Temporada Baja	185,70€	237,40€	328,00€		144,00€	177,40€
ISLAS CANARIAS		319,20€	393,60€	560,80€	595,30€	188,80€	227,70€

PLAZO DE ACREDITACIÓN

abierto hasta el

26 febrero 2018

Los precios incluyen:
Viaje de ida y vuelta, desde la capital de provincia al hotel de destino y regreso (excepto en la modalidad de viajes sin transporte) Alojamiento: habitación doble a compartir. Uso individual (sujeto a disponibilidad) suplemento por noche: 15 € Baleares, 17 € Canarias. Régimen de Pensión Completa (Agua y vino). Póliza de seguros colectiva. Servicio médico, complementario de la Seguridad Social, en el propio Hotel. Programa de animación.

Temporada Baja:
Islas Baleares entre 1-17 diciembre y 1-31 enero.

Temporada Alta:
El resto de las fechas e Islas Canarias. Turnos de Navidad y Fin de Año: Tendrán un suplemento en el precio de 21 € por persona, por cada grupo de fiestas, Navidad-Nochebuena y Noche Vieja-Año Nuevo

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

SECRETARÍA DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

IMSERSO

Teléfono de información
901 109 899

Puede acreditarse en:
www.imserso.es

Mundiplan

mundiplan.es

Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla hacen equipo

Frente común de Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla para plantear al Estado mejoras en la conectividad de las regiones extra peninsulares. Su pretensión es que "se equiparen los derechos de movilidad de los ciudadanos y empresas de estos territorios con los del resto de España". En un primer encuentro, los cuatro Gobiernos han acordado una estrategia común para presionar al Ejecutivo central.

Madrid, por el Turismo inclusivo y accesible

La Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física (Predif), la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento, a través del Área de Turismo de Madrid Destino, impulsan la iniciativa All Madrid 4all. Se trata de tres eventos en uno que se celebran con motivo del Día Internacional de las Personas con Discapacidad.

Caída de las búsquedas de viajes a Barcelona

Un nuevo estudio pone de manifiesto el impacto que está teniendo la crisis catalana en la actividad turística. Según los datos recabados por Gopili.es, las búsquedas globales de viajes a la ciudad condal han descendido en octubre un 20,4% en comparación con el mismo mes del año anterior. El estudio analiza las búsquedas de cerca de 600.000 usuarios.

Airmet resuelve dudas de agencias sobre el IVA

El Impuesto Sobre el Valor Añadido (IVA) es una de las figuras más complejas. Además, se están produciendo importantes cambios que afectan a las agencias españolas. Con el objetivo de resolver las dudas de los profesionales del Sector, Airmet, a través de su asesoría y en colaboración con Tourism & Law Abogados, ha publicado la 'Guía para la Aplicación del IVA en las Agencias de Viajes'.

Mirones: 'El modelo del ICTE es un referente mundial que ha sido replicado en muchos países'

Jaime Alberto Cabal analiza la Paz en el Turismo en Colombia, al abrir el Congreso del ICTE

Colombia ha albergado entre los días 17 y 27 de noviembre la cuarta edición del Congreso Internacional de Calidad Turística. Es la primera vez que el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), lo organiza fuera de España. Las anteriores sedes fueron Santander, Gran Canaria y A Coruña. Con Cali como sede principal y bajo el lema 'Turismo por la paz y el desarrollo', ha tenido como objetivo prioritario reivindicar el importante papel del Turismo en la economía mundial, así como su eficacia como herramienta para la paz y el desarrollo de los pueblos.

El Congreso Internacional de Calidad Turística ha celebrado su cuarta edición. Colombia (con Cali como sede principal) ha acogido entre los días 17 y 27 de noviembre una de las grandes citas de la industria turística, cuyo lema ha sido 'Turismo por la paz y el desarrollo'. Organizado por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), ha tenido como objetivo prioritario reivindicar el importante papel del Turismo en la economía mundial, así como su eficacia como herramienta para la paz y el desarrollo de los pueblos. Como destaca su presidente, Miguel Mirones, "desde la exposición de las últimas tendencias mundiales, las nuevas herramientas de gestión y la selección de casos de éxito internacionales, queremos visualizar el Turismo como eje fundamental del desarrollo económico y social de los pueblos".

Además de propiciar el conocimiento del destino Colombia, el congreso ha albergado intensas sesiones de trabajo. En concreto, ha contado con un total de ocho mesas redondas, una de ellas moderada por el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada. En ellas ponentes de alto nivel han abordado cuestiones de actualidad como las claves para gestionar los flujos turísticos, casos de éxito en la creación del producto, fórmulas para contribuir a la desestacionalización del Turismo a través del MICE, los mitos de la economía colaborativa y el desarrollo sostenible de la actividad.

Ejemplo al mundo

"Colombia ha dado un ejemplo al mundo con un Proceso de Paz del que hablarán las futuras generaciones como un proceso histórico", en palabras del presidente del ICTE, Miguel Mirones, quien añade que "como consecuencia se abren territorios vírgenes al Turismo, que va a tener una gran oportunidad de desarrollo". En compañía de la gobernadora del Valle del Cauca y el alcalde de Cali, Mirones ha destacado durante la inauguración del congreso la importancia de la calidad, destacando el papel del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), "que es hoy un referente mundial que ha sido replicado en varias partes del mundo".

La primera mesa 'Turismo para la Paz y el Desarrollo', ha estado moderada por la reconocida periodista colombiana Mabel Lara, originaria del Valle del Cauca. Durante la misma, el embajador y ex ministro de Desarrollo Económico de Colombia, Jaime Alberto Cabal, ha desgranado la recuperación de varios destinos turísticos tras superar períodos de guerra, para reclamar la intervención efectiva del estado, ya que, "cuando un país o una región en conflicto alcanza la paz, se abren las puertas para el desarrollo del Turismo". "En 2010, cuando empiezan las conversaciones de paz, frente a los 534.000 turistas extranjeros que llegaron en 2012, Colombia recibió 2,6 millones de turistas, que alcanzaron los cinco millones en 2016, y para este año esperamos recibir siete millones".

¿La causa principal?: "Hoy contamos con una estrategia de Turismo para la Paz", según Cabal, quien fue desgranando las líneas de acción para que esos territorios, que antes era imposible visitar, tengan lo necesario para ser puestos en valor como destinos turísticos, con ayuda de la presencia del Estado. El actual embajador en Austria, puso como ejemplo el fascinante Caño Cristal o el Río de los Siete Colores, "una de las maravillas del mundo", hasta ahora inaccesible al estar en "zona roja", territorio bajo control de las FARC.

Tras su intervención, Cabal enunció una conclusión que obtuvo un rotundo y prolongado aplauso del medio millar de congresistas: "Si hay paz puede haber Turismo, y el Turismo construye la paz".

El Congreso Internacional de Calidad Turística ha cerrado sus puertas con un gran éxito de participación. La cita ha congregado en Cali (Colombia) a más de 500 personas, destacando la elevada participación de políticos, empresarios y profesionales del Sector Turístico español e iberoamericano. La paz y el modelo de gestión del Turismo en España han sido dos de los ejes centrales sobre los que ha girado el evento organizado por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

Casos de éxito

Durante el congreso han intervenido, entre muchos otros, los máximos gestores del Turismo de País Vasco (Alfredo Retortillo), Galicia (Nava Castro), Asturias (Julio Manuel González Zapico) y Valencia (Antonio Bernabé). Han presentado los casos de éxito turístico de sus respectivas Comunidades, haciendo referencia a la apuesta por la calidad certificada en proyectos como el programa de acción Euskadi Gastronómica, la gestión de los flujos turísticos en el Camino de Santiago, la diversificación de productos turísticos en el caso de Valencia o a apuesta por el Turismo sostenible en Asturias.

Jaime Alberto Cabal interviene en el Congreso de Calidad Turística.

Durante el evento también se ha puesto de manifiesto que el modelo de certificación de la calidad turística que realiza el ICTE "es la mejor apuesta para la gestión y consolidación de los destinos turísticos emergentes, y también de los maduros para reposicionar sus productos". Y, por último, Mirones ha ofrecido como presidente del ICTE "la posibilidad de la colaboración futura para desarrollar en Colombia todos los proyectos turísticos que consideremos interesantes de forma conjunta". Asimismo, como presidente de Miembros Afiliados de la Organización Mundial del Turismo (OMT), ha querido igualmente ofrecer este foro para desarrollar actuaciones que consoliden a Colombia como referente de los destinos emergentes a nivel mundial.

ICTE y OMT tienden la mano a Colombia

En su intervención, el presidente del ICTE, Miguel Mirones, ha puesto al ICTE como ejemplo de colaboración entre el sector público y privado español, asegurando que "este modelo que cuando comenzó era totalmente novedoso y hoy se ha convertido en un referente mundial que ha sido replicado en muchos países de todos los continentes". En relación a Colombia, destaca que "ha dado un ejemplo al mundo con el proceso de paz que se ha llevado a cabo". También se muestra convencido de que el país "va a vivir una auténtica transformación en el ámbito turístico, lo que va a suponer una oportunidad magnífica para las inversiones si se realiza una gestión adecuada". "Los cinco millones de visitantes que se han recibido en 2016 van a multiplicarse en los próximos años", prevé Mirones.

El presidente del ICTE, Miguel Mirones, en su intervención en el congreso.

Barceló amenaza el liderazgo de Globalia tras protagonizar un vertiginoso crecimiento

De seguir en la línea de los últimos años, el Grupo Barceló va camino de convertirse en el primer grupo turístico vertical con sede en España. La empresa liderada por Simón Barceló Tous y Simón Pedro Barceló Vadell ha protagonizado un vertiginoso crecimiento en el último lustro. Cerró 2016 con un volumen de negocio de 2.854,9 millones de euros, lo que supone casi duplicar (+84,5%) la cifra de 1.547,2 millones que alcanzó en 2012. En el mismo periodo, el crecimiento de Globalia, su principal competidor en el mercado español, ha sido mucho más comedido. Una facturación de 3.570,8 millones de euros, un 20,1% por encima de los 2.972,8 millones de 2012.

Detrás del crecimiento del Grupo Barceló, cuyo beneficio neto también ha mostrado una progresión digna de elogio hasta situarse en 125 millones de euros en 2016, está, por un lado, el gran comportamiento de su división hotelera. Barceló Hotel Group celebró en 2016 su 85 aniversario, y lo hizo adoptando una de las decisiones más importantes de la historia de la cadena: la incorporación de las tres marcas adquiridas con la compra de la cadena Occidental Hotels & Resorts (Royal Hideaway, Occidental y Allegro), que se sumaron a la enseña original, Barceló, para configurar una nueva arquitectura de marcas. Ello, unido a la importante inversión acometida en reformas de los hoteles y al decidido impulso dado a la expansión, se ha reflejado en los resultados del grupo.

Paralelamente, la división de viajes del grupo, recientemente rebautizada con el nombre de Ávoris Reinventing Travel, ha pasado de jugar un papel residual a convertirse en uno de los grandes pilares de la sociedad. Poco después del nombramiento de Gabriel Subías como consejero delegado, esta línea de negocio iniciaba un espectacular crecimiento que le ha llevado a facturar en 2016 un total de 1.537 millones de euros, el triple que en 2012, cuando su volumen de negocio se situó en 556 millones de euros.

Mientras que en la red minorista, que desde 2015 opera con el nombre B the travel brand, ha apostado por un crecimiento cualitativo, la división mayorista cumple aproximadamente seis años de existencia contando en la actualidad con diez marcas. Mientras que en un primer momento optó por el crecimiento orgánico, con la creación de firmas como Quelónea, Jolidey, laCuartaIsla, LePlan, LeSki y Jotelclick, en los dos últimos años ha cerrado tres grandes operaciones.

Expansión de Ávoris

En diciembre de 2015 anunció la adquisición de Special Tours, mientras que en septiembre de 2016 hizo lo propio con Catai. Según la memoria anual del grupo, por la primera acordó el pago de 47,1 millones de euros, mientras que la segunda le costó 47,3 millones. La última gran operación ha sido la compra a Globalia de Latitudes, cuya cuantía aún se desconoce. Asimismo, fuentes consultadas por NEXOTUR aseguran que Ávoris también intentó la adquisición de Mapa Tours, si bien en este caso la negociación no llegó a buen puerto.

Completan la división de viajes la marca Turavia, mediante la que comenzó hace aproximadamente tres años su actividad receptiva, y Evelop, que ha llevado a cabo un importante plan de expansión tras acometer su transformación en aerolínea regular. La compañía aérea cuenta con una moderna flota de cinco aviones, tres Airbus 330-300 para 388 pasajeros y dos Airbus 320 para medias distancias y capacidad para 180 viajeros.

Cabe destacar que Ávoris anunció el pasado 20 de noviembre la incorporación de las agencias de Halcón Viajes Portugal y, también en las últimas fechas, hizo público su desembarco en Asia y Estados Unidos. Con su expansión en estos dos mercados, que se suma a su consolidada presencia en Latinoamérica y Portugal, pretende reforzar su posición en la industria turística a nivel mundial. 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".

El copresidente del Grupo Barceló, Simón Pedro Barceló.

Halcón, la única red que vendió viajes en Intur 2017

Halcón Viajes se ha estrenado en Intur (Valladolid) como la única red que ha distribuido sus productos durante la feria. La agencia minorista de Globalia permitirá a los visitantes comprar su viaje in situ a precios exclusivos. En concreto, todos lso que se han acercado al pabellón 2 han podido obtener 'paquetes', hasta fin de existencias, con desde un 10% de descuento.

Andalucía acoge foro sobre Turismo LGBTI

El I Encuentro Internacional de Turismo LGBTI de Andalucía, que se ha celebrado en la localidad malagueña de Torremolinos del 30 de noviembre al 3 de diciembre, ha congregado a cerca de un centenar de participantes. La mitad han sido compradores procedentes de una veintena de países, mientras que el resto representaban a la oferta de las ocho provincias andaluzas.

Investour aborda situación de la marca turística África

Investour, el foro sobre inversiones y negocios turísticos en África que organizan conjuntamente Fitur, la Organización Mundial del Turismo (OMT) y Casa África, llega a su novena edición en 2018. Tendrá lugar el 18 de enero de 2018, en el marco de Fitur, que se celebra del 17 al 21 en Ifema. Su objetivo, valorar la Marca del continente y su impacto en el Turismo.

Comunidad Valenciana reducirá estacionalidad

La Generalitat Valenciana ha elaborado un Plan de Desestacionalización Turística, que desarrollará la Agencia Valenciana de Turismo, donde invertirá más de nueve millones de euros a través de una serie de actuaciones que permitan combatir la estacionalidad del sector y promover los destinos y nuevos productos turísticos durante todo el año.

CEAV advierte a Hacienda de las 'graves deficiencias' del megacontrato del Estado

La Confederación acusa a Hacienda de 'ignorar al Sector de agencias de viajes'

La Dirección General de Racionalización y Centralización vuelve a ignorar la petición de CEAV para reunirse con la intención de estudiar las condiciones del nuevo contrato centralizado de la Administración General de Estado. La Confederación advierte de "las graves deficiencias observadas en el contrato vigente".

Mercedes Tejero

CEAV denuncia que, por segunda vez consecutiva, la Dirección General de Racionalización y Centralización "ignora al Sector de agencias". El motivo es que nuevamente ha hecho caso omiso a su petición de celebrar una reunión para estudiar las condiciones del nuevo contrato centralizado de la Administración General del Estado.

La Confederación, que en todo momento se ha mostrado contraria a este proyecto, advierte de "las graves deficiencias observadas en el contrato vigente, que consideramos no van a ser enmendadas en la versión prevista para el nuevo concurso en tramitación". La gerente de CEAV, Mercedes Tejero, recuerda que "dichas deficiencias fueron ya denunciadas en 2014 mediante recurso ante el Tribunal Administrativo Central, a la vista de que suponían limitaciones significativas en materia de la Ley de Competencia".

CEAV sostiene que el concurso para los viajes de la Administración del Estado "no se ajusta al modelo de contrato de servicios de agencia", en la medida en la que "se basa en el establecimiento del precio de los servicios de los proveedores (de transporte, alojamiento, etc.) sin tener en cuenta que los mismos dependen de los propios operadores del mercado actuando en libre competencia, y sobre los que las agencias no tienen influencia alguna". Así, la propia Administración ha reconocido que el contrato le ha planteado problemas como la disparidad entre las dietas establecidas y las tarifas hoteleras vigentes en el mercado.

Inseguridad jurídica

En consecuencia, la Confederación avisa que "la configuración del contrato en los términos que prevé la Dirección General de Racionalización y Centralización, supondría inseguridad jurídica y falta de transparencia en relación con la política de ahorros que persigue la Administración". Por ello, insta a la Administración del Estado a "retomar el contacto con las agencias de viajes" a fin de "consensuar los términos que deben regir el segundo contrato centralizado". "Esperamos que por lo expuesto anteriormente, se replantee el contenido y formato del pliego para que no se vuelva a repetir la situación del concurso anterior, adecuándose a los planteamientos de CEAV", concluye Tejero.

Los viajes ocupan la tercera posición en el Black Friday

Las empresas vinculadas al Turismo se vuelcan con el Black Friday. Agencias, cadenas hoteleras y compañías aéreas, entre otras, han realizado importantes descuentos con los que buscan impulsar la demanda en fechas de baja actividad.

La creciente participación de las empresas turísticas en el Viernes Negro se refleja en los datos de compra. Según el análisis publicado por Black-Friday.sale, la tercera categoría más importante fue en la última campaña la de viajes, con un 9,6% de las transacciones totales. Solo estuvieron por delante la moda y la electrónica. En el Black Friday de 2016, los españoles gastaron una media de 272,16 euros en viajes, lo que supone un fuerte incremento del 36,7% en comparación con los 199 euros que desembolsaron en 2015.

El año pasado las ofertas fueron diversas, desde billetes de avión 9,99 euros hasta descuentos del 50% en vuelos y 'paquetes' vacacionales. En general, las aerolíneas ofrecieron rebajas de entre el 15% y el 50% para destinos europeos y Marruecos. El descuento máximo correspondió a Vueling, con un 50% para parejas en todas las rutas si el vuelo se hacía antes de finales de marzo. Ryanair, por su parte, puso a la venta diez millones de billetes a 9,99 euros, mientras que Easyjet distribuyó vuelos por precios comprendidos entre 15 y 30 euros.

Mayores rebajas para Europa

En cuanto a los destinos, Europa concentró el mayor número de promociones. Easyjet, Iberia o Norwegian acotaron sus descuentos en este continente. Sin embargo, fue posible encontrar ofertas para volar a destinos lejanos de Asia, Estados unidos, Latinoamérica y África. Por ejemplo, Air China comercializó billetes a China y otros destinos asiáticos con un descuento del 15%, mientras que la rebaja de Air France KLM para volar a África y Norteamérica llegó a ser de hasta el 40%.

Carlson Wagonlint Travel pone el foco en analizar la comunicación con la familia de los viajeros de negocio

Los viajeros españoles son los que más esfuerzo hacen (45%) de Europa para mantenerse en contacto con su familia

Un estudio de CWT Connected Traveler destaca que la mitad de los viajeros de negocios de las Américas se pone en contacto con su familia durante sus desplazamientos profesionales, cifra superior a la de otras regiones. En el caso de los viajeros de Asia-Pacífico, el porcentaje alcanza el 31% y, en el caso de los de Europa, el 27%. Los viajeros españoles son los que más esfuerzo hacen (45%) de Europa para mantenerse en contacto con su familia durante sus desplazamientos.

La encuesta realizada para elaborar el estudio entre más de 1.900 viajeros de negocios señala que los viajeros de las Américas también son los más proclives a ponerse en contacto con su familia más de una vez al día (47%), ya sea por teléfono, mensaje de texto, email u otros medios. En Europa, el porcentaje es del 37% y, en Asia-Pacífico, del 32%.

"Lógicamente los viajeros de negocios echan de menos la vida familiar cuando están fuera, pero la mayoría de ellos se asegura de mantener el contacto", afirma el máximo responsable de comunicación externa de Carlson Wagonlit Travel, Julian Walker.

Formas de comunicarse

Si bien hubo similitudes entre las Américas, Europa y Asia Pacífico, el estudio mostró diferencias clave en la manera y frecuencia con las que los viajeros de negocios se mantienen en contacto con su familia. Por ejemplo, los viajeros europeos (49%) son más propensos a utilizar el teléfono para comunicarse con familiares y amigos durante sus desplazamientos —en España es el 50%— en comparación con el 43% de los de las Américas y el 41% de los de Asia-Pacífico.

Por el contrario, según la encuesta los viajeros de las Américas (20%) son más propensos a enviar mensajes de texto a familiares y amigos que los de Asia-Pacífico (17%) o los de Europa (13%). Independientemente de la ubicación, la investigación de CWT reveló que cerca de un cuarto de los viajeros de cada región utiliza Skype para comunicarse con su familia. El 35% de los viajeros de negocios españoles lo utilizan, mientras que la media europea es del 26%.

"Aunque la tecnología continúa evolucionando, la mayoría de los viajeros aún favorece las formas tradicionales de ponerse en contacto con familia y amigos", señala Walker. "Las herramientas digitales como las videollamadas están haciendo que sea más fácil para los viajeros sentirse más cerca de sus familias cuando están fuera", añade.

Para muchos viajeros de negocios es importante ponerse en contacto con su familia.

Nueva presentación en la página web de Hotusa

La *web* de Hotusa mantiene, con un formato nuevamente renovado, la información sobre sus hoteles en gran parte del mundo y su sistema de gestión de reservas, que sigue siendo válido para clientes, empresas y agencias de viajes.

La página de Enterprise mejora su diseño 'online'

La nueva página *web* de Enterprise, con un diseño que mejora sensiblemente la anterior, ofrece una completa información sobre sus servicios de alquiler, renta y gestión de flotas, aunque ya no contempla la reserva desde agencias.

Nueva página compatible en el Palacio de Huesca

El Palacio de Congresos de Huesca cuenta con una nueva *web* que mantiene la información limitada del edificio, sus espacios y servicios y la completa agenda de eventos por mes de la versión anterior. Ahora dispone de un diseño *responsive*.

HRS vuelve a modificar ligeramente su 'website'

HRS vuelve a modificar su página que, con pocos cambios, sigue ofreciendo a empresas y clientes desde cualquier tipo de terminal, la gestión de información y de reservas de hoteles, que no esválida para agencias, a las que ofrece afiliar su *web*.

'Paquetes' y billetes de avión lideran las ventas 'online'

En 2016, el 46,6% de las reservas de alojamiento, las compras de 'paquetes' turísticos y de billetes de avión se han hecho de forma *online*. Son así, un año más, los segmentos con mayor peso en el comercio electrónico, según el 'Estudio sobre Comercio Electrónico B2C' realizado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI).

Más del 46% de se reservan 'online'.

Aunque no desglosa el crecimiento en estos apartados, en conjunto, el *e-commerce* ha alcanzado los 25.354 millones de euros, un 22,2% superior al valor del año 2015. Una subida que se debe en gran medida al mayor gasto medio por comprador que alcanza una media de 1.198 euros, un 18% más que en 2015, pero a la que también contribuye que haya habido un mayor número de internautas compradores (3,6%) y más gente que se ha hecho internauta (0,9%).

El estudio también analiza cuáles son los factores que animan o desaniman a los consumidores a adquirir sus productos por Internet. Destaca que el principal freno para ello, preferir ver el objeto en tienda, no es aplicable a los del servicios Sector Turístico, mientras que sí se puede beneficiar de las principales razones que animan a los usuario a comprar: las promociones y ofertas (75,3%) y la comodidad (68,6%).

Las reservas de avión o alojamiento tampoco se ven afectadas por la principal queja de los consumidores, los gastos de envío (79,9%). Aunque los clientes también consideran aspectos a mejorar la atención al cliente (66,9%) y las garantías sobre el uso de los datos personales (64,9%).

Travelgenio acelera su expansión global de la mano de la tecnología de Sabre

El proveedor tecnológico dotará a la OTA de una amplia gama de solu-

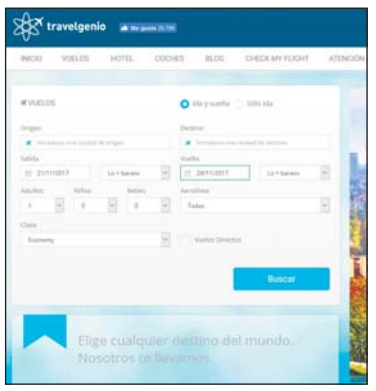
Sabre dotará a Travelgenio de una amplia gama de soluciones tecnológicas de búsqueda y reserva de viajes. La alianza permitirá a la agencia *online* crear y ofrecer respuestas de búsqueda altamente personalizadas en función del presupuesto, el perfil y las preferencias del viajero.

Travelgenio da un importante paso en su estrategia de expansión global gracias a la firma de un nuevo acuerdo con Sabre Corporation. El proveedor tecnológico dotará a la agencia *online* de una amplia gama de soluciones tecnológicas de búsqueda y reserva de viajes, que incluyen funcionalidades de búsqueda de tarifas reducidas, herramientas de eficiencia de flujo de trabajo e inteligencia empresarial y de datos. La alianza permitirá a Travelgenio crear y ofrecer respuestas de búsqueda altamente personalizadas en función del presupuesto, el perfil y las preferencias del viajero.

El CEO de Travelgenio, Mariano Pelizzari, explica que "como parte de nuestros planes de expansión global, estamos invirtiendo en tecnología punta para mejorar nuestras operaciones comerciales y nuestro desempeño, así como la experiencia de los clientes". "Sabre tiene una sólida presencia global, es un innovador reconocido y ha invertido significativamente en herramientas de datos y personalización que son fundamentales para nuestros planes", apunta.

Elemento diferenciador

Por su parte, la vicepresidenta de Europa Occidental y Online, EMEA de Sabre Travel Network, Antonella Vecchio, incide en que "en una industria turística *online* altamente competitiva y de rápido crecimiento, la tecnología puede ser el elemento diferenciador para las agencias de viajes *online*, ya sea ofreciendo opciones más personalizadas que ayuden a acotar las alternativas de vuelo, mostrando tarifas más bajas, brindando una selección más amplia de 'paquetes' o proporcionando opciones de viaje en dispositivos móviles o *tablets*". La directiva también hace especial hincapié en que "Travelgenio comparte nuestra misma pasión por la excelencia tecnológica y estamos orgullosos de apoyar sus planes de expansión y personalización".



Tendrá búsquedas muy personalizadas.

Riu Hotels lanza nueva aplicación para su Riu PartnerClub

Con esta aplicación del programa de fidelización de Riu, los agentes podrán gestionar a través de su teléfono móvil o *tablet* todos los movimientos de su cuenta Riu PartnerClub de manera instantánea.

Dentro de la *app* móvil tienes la posibilidad de hacer nuevas reservas, gestionar las reservas para hacer los cambios deseados, actualizar los puntos para seguir disfrutando de beneficios con las reservas registradas, consultar la cuenta de cada agente y actualizar o modificar los datos de la misma, descubrir las últimas ofertas especiales que ofrece Riu Hotels para los usuarios del programa de fidelización así como las novedades de la compañía, y además, enviar deseos o sugerencias para que sus clientes puedan disfrutar mejor de los hoteles Riu.

El Parlamento Europeo reacciona ante el aumento del fraude 'online' con una nueva normativa

El 37% de los 'portales' en Internet no cumplían en 2014 las normas sobre consumidores

El Parlamento Europeo aprueba con 591 votos a favor, 80 en contra y 15 abstenciones, las nuevas normas para una mejor protección de los consumidores contra estafas en la Red y la detección más rápida de profesionales deshonestos. Reacciona tras comprobar que el 37% de los 'portales' dedicados al comercio electrónico, en el que juega un papel dominante el Sector de los viajes, no cumplían en 2014 las normas de la Unión Europea sobre consumidores.

El cambio legislativo, que deberá ser adoptado por el Consejo Europeo y será aplicable 24 meses después de la fecha de entrada en vigor, dota a las autoridades nacionales de más poder para detectar y detener la violación de las leyes de derechos de los consumidores en el comercio electrónico. Asimismo, podrán coordinar sus acciones en toda la Unión Europea de una forma más eficiente gracias a la revisión del reglamento sobre cooperación en materia de protección de los consumidores (CPC).

Acabar con vacíos legales

Los cambios buscan acabar con los vacíos legales existentes, que se agravan debido a las diferencias entre países. Una vez aplicados, las autoridades nacionales podrán pedir información a los registradores de dominios y bancos para identificar a profesionales deshonestos; hacer compras de prueba de bienes y servicios, incluida la actuación como comprador misterioso; imponer la exposición de una advertencia explícita en una web o eliminar contenido digital, así como restringir el acceso a determinadas páginas o aplicaciones; y aplicar sanciones, incluidas multas, e informar a los consumidores sobre cómo solicitar una compensación.

El texto deberá ser adoptado por el Consejo de la Unión Europea.

La Comisión Europea coordinará las acciones en aquellos casos en los que una infracción haya ocasionado o exista el riesgo de que genere un perjuicio a los intereses colectivos de los consumidores en al menos dos tercios de los Estados miembros, representando al menos dos tercios de la población europea. La responsable de la tramitación parlamentaria del proyecto legislativo, Olga Sehnalová, explica que "la cooperación entre las autoridades nacionales, la Comisión y las organizaciones crea un mecanismo eficiente para combatir las prácticas de profesionales deshonestos, reforzando los derechos de los consumidores".

El Sector ha cambiado

y la Información también

Date de alta en Nexohotel.com

Diario *online* de Hotelería

... y recíbelo cada mañana en tu email

Mostrador

GNV ya tiene disponibles sus rutas de 2018

GNV ha puesto a la venta los billetes para sus rutas hasta septiembre de 2018. Ha consolidado su oferta en 2017 invirtiendo en nuevas conexiones e impulsando su presencia en el mercado, con una oferta de seis líneas entre los diferentes puertos italianos, de las cuales cinco están activas todo el año desde y hacia Sicilia. También abrirá once líneas internacionales desde y hacia Túnez, Marruecos, España, Francia y Albania. Especial atención pone a sus conexiones con Marruecos, ya que del puerto de Tánger y Nador saldrán barcos a Génova, Barcelona y Sète.

✉ www.gnv.it

TUI Spain e Iberia se unen para ofrecer al mercado español una cuidada selección en su catálogo a Cuba

Vuelve a apostar por la isla con un monográfico que incluye tanto playas paradisíacas como ciudades

Desde las playas de Varadero o Cayo Santa María hasta ciudades históricas como La Habanna, Trinidad o Cienfuegos. TUI ofrece programas para todos los gustos en su catálogo monográfico de Cuba.

TUI Spain, consciente de que Cuba vuelve a estar de moda con cuatro millones de visitas de españoles el año pasado, apuesta de nuevo por este destino con un monográfico muy variado. Asimismo, ha anunciado que colaborará con Iberia para ofrecer a sus clientes la mejores conexiones.

El turoperador ha apostado por programas muy variados, para todos los gustos. Propuestas que incluyen combinados de La Habana con Varadero y La Habana con Cayo Santa María y cuatro circuitos más con un total de siete opciones de viaje diferentes. La isla tiene un sinfín de idílicas playas como las de Varadero o Cayo Santa María, además de algunas de las ciudades históricas más importantes, como su propia capital, Trinidad o Cienfuegos.

✉ www.tui.com/es

Imagen del avance del nuevo catálogo de TUI.

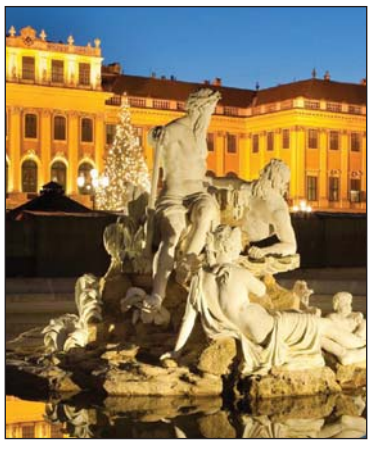
Kuoni oferta un viaje de cinco días de fin de año en Viena con salida el 29 de diciembre

Desde los 1.390 euros en el hotel Doppio o 1.860 en el Intercontinental

Los clientes de Kuoni podrán asistir a una gala de fin de año en el Palacio Kursalon, en Viena, con cena, concierto y fiesta posterior. El turoperador oferta cinco días de semilujo con varias visitas a la ciudad.

Para la noche de fin de año y el día de año nuevo, Kuoni Selection ha preparado un viaje a Viena que incluye los atractivos más importantes de la ciudad en esa época. La fecha de salida es el 29 de diciembre desde Madrid o Barcelona, con estancias de cuatro noches y cinco días en los hoteles de cuatro estrellas. Los precios oscilan desde los 1.390 euros en el Doppio o desde los 1.860 en el Intercontinental a régimen de semilujo (a los que hay que sumar unas tasas de 55 o 85 euros). Los viajes incluyen una visita panorámica a la ciudad, medio día de tour con guía español y paseo por el casco histórico y una taza de vino caliente en el Mercadillo de San Silvestre. Los clientes de Kuoni asistirán a la gala de fin de año en el Palacio Kursalon con una cena de cuatro platos, bebidas incluidas, concierto clásico y fiesta con baile después del concierto.

✉ www.kuoni.es



Viaje de fin de año a Viena.

TAP conecta directamente Lisboa con Londres y Fez

TAP ha anunciado dos nuevas conexiones directas desde Lisboa. La primera de ellas se trata de la tercera que operará a un aeropuerto londinense, el de London City, con dos vuelos diarios, de lunes a viernes, y un vuelo los fines de semana. Serán operados en un E190 con capacidad para 106 pasajeros saliendo de Lisboa a las 07:00 y a las 16:40, y de Londres a las 10:10 y a las 19:50 de lunes a viernes, mientras que el fin de semana serán diferente.

La segunda línea anunciada es Lisboa-Fez, el cuarto destino de la aerolínea portuguesa en Marruecos, con seis vuelos semanales, de lunes a sábado. Serán operados con aviones ATR72 de 70 plazas, saliendo de Lisboa a las 14:00 y de Fez en sentido inverso a las 16:35 horas.

✉ www.flytap.com

Avión de TAP.

Uno de los cuatro autobuses de doble piso de Alsa en Marrakech.

Alsa y Juliá inauguran servicio de bus turístico en Marrakech

La UTE formada por Alsa y Grupo Julià ha inaugurado recientemente el nuevo servicio de autobuses turísticos de Marrakech, tras resultar adjudicataria del concurso. Para su puesta en marcha se han adquirido cuatro nuevos autobuses panorámicos de dos pisos 100% eléctricos. El nuevo servicio ofrece dos circuitos, el 'Palmeral Histórico' y 'Tour Palmeral', que permiten conocer todos los atractivos del rico patrimonio histórico-artístico de la capital turística de Marruecos que recibe tres millones de visitantes al año.

✉ www.alsa.es

Portaventura diseña para Navidades una variada programación para toda la familia

La estancia en Nochebuena cuesta 160 euros y en Nochevieja desde 310

Hasta el 7 de enero, PortAventura adapta sus instalaciones a la época navideña. Decora sus calles y añadirá diversos espectáculos y exhibiciones pensados específicamente para estos días tan familiares.

Desde ahora y hasta el 7 de enero, PortAventura World se transforma en un escenario lleno de adornos, luces, guirnaldas, campanas y elementos navideños. Además de la decoración de todo el recinto, pensada especialmente para toda la familia, el parque contará con una pista de patinaje en la zona de México. Entre los espectáculos para estas fechas destacan 'Angels on Ice', una exhibición artística y acrobática con patinadores profesionales o 'Winter Magic Bubblebou', de un carácter más teatral. También habrá exhibiciones especiales en cada una de las zonas del parque.

Las estancias que incluyan la noche del 24 o del 31 de diciembre van a poder disfrutar de todo el ambiente y el sabor de la Navidad en dos de los días más especiales del año. El paquete vacacional de Nochebuena estará disponible desde 160 euros por persona y para Nochevieja desde 310.

✉ www.portaventuraworld.com

Habrá varios espectáculos.

Mapa Tours vuelve a promocionar programas de Egipto y Turquía para esta temporada de invierno

El turoperador cuenta con más de cuatro viajes programados para cada uno de los destinos, con varias visitas incluidas

Ante el aumento de la demanda, Mapa tours lanza varios programas a Egipto y Turquía que estarán disponibles hasta finales de marzo de 2018 con salidas desde las principales ciudades españolas. Estos viajes se distinguen por la cantidad de visitas y excursiones que incluyen a varios de los atractivos más importantes de cada destino, y el crucero fluvial por el Nilo en el caso de Egipto. Cuenta con unos precios que oscilan desde los 525 euros a los 1.200, dependiendo las fechas, y una duración media de ocho días.

Egipto y Turquía son dos de los destinos favoritos de los españoles, por ello Mapa Tours ofrece varias opciones para recorrer estos dos países durante la temporada de invierno. En el caso de Egipto, cuenta con dos programas hasta el 31 de marzo desde Madrid y Barcelona. Ambos incluyen vuelo de ida y vuelta, cuatro noches en El Cairo y tres noches de crucero por El Nilo en régimen de pensión completa. Las salidas son martes, miércoles, jueves y viernes.

El programa 'Philae' está disponible, desde 919 euros, e incluye las excusiones a Presa Alta, KomOmbo, Edfu, Templo de Luxory Karnak, además de la visita al recinto de las Piramides y la Esfinge. 'Seti', por su parte, es un viaje organizado con las mismas visitas a las que hay que se suman Abu Simbel, Colosos de Memmon, Templo de Hathshepsut, Valle de los Reyes y la excursión cultural de El Cairo con Ciudadela y Museo Egipcio, y pensión completa en El Cairo, con un precio desde 1.139 euros.

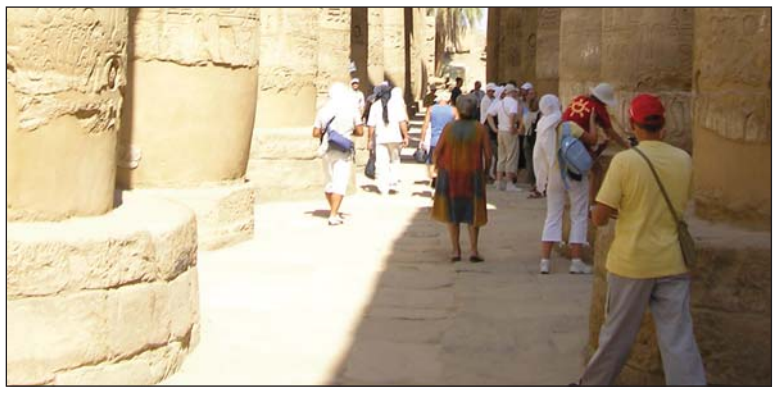
Para quienes prefieran pasar un día más en el crucero y reduciéndolo de la estancia en la capital, el turoperador pone a disposición de los turistas la opción de 'Karnak' y 'Cleopatra', con salidas lunes, viernes, sábados y domingos. Con 'Karnak', además de a la atracción que le da nombre, los turistas conocerán Luxor, Edfu y KomOmbo, pasearán en faluca durante el crucero, y visitarán el recinto de las pirámides y la esfinge en el Cairo. Todo ello desde 959 euros.

'Cleopatra' es seguramente la opción más completa, desde 1.149 euros, ya que a las visitas de Philae se le une el Valle de los Reyes, el Templo de Hatshepsut, Colosos de Memmon, Abu Simbel , la Ciudadela y el Museo Egipcio, con pensión completa en El Cairo. Por último, Mapa Tour recuerda su propuesta para recorrer el Nilo a bordo del recién remodelado Nile Premium, un barco de categoría cinco anclas. Este crucero fluvial cuenta con cuatro suites y 56 cabinas exteriores y entre sus servicios, destaca un restaurante con cocina internacional, bar panorámico, discoteca, pub, piscina o el solárium.

Programas de Turquía

Para Turquía, Mapa Tours dispone de una gran variedad de ofertas. El programa 'Turquía Mágica' es un recorrido de ocho días en régimen de pensión completa por la región de la Capadocia, Konya, Pamukkale, Hierápolis, Éfeso, la zona de Esmirna, Bursa y Estambul. El paquete, desde 570 euros, incluye los pasajes de avión, tres noches de estancia en Estambul , cuatro noches de circuito en régimen de pensión completa en hoteles de 4 ó 5 estrellas, los traslados aeropuerto-hotel-aeropuerto, transporte en autobús, y las visitas cuentan con acompañamiento de guía de habla hispana, las entradas indicadas en el itinerario y seguro de viaje.

Para aquellos que prefieran conocer las principales esencias de Turquía, cuenta con el programa 'Bellezas de la Capadocia', un viaje por Estambul, Capadocia y Ankara desde sólo 525 euros. Así como 'Encantos de Capadocia', desde 655 euros con las mismas salidas. También está disponible los programas 'Turquía Inolvidable', desde 645 euros, 'Maravillas de Turquía', desde 700 euros y 'Delicias Turcas', desde 775 euros. Todos estos programas tienen una duración de ochos días y se pueden completar con más visitas.


Mapa Tours tiene cinco propuestas para visitas Egipto.

Mapa Tours recuerda que tradicionalmente, Egipto y Turquía han sido destinos muy solicitados por los viajeros españoles, aunque en los últimos años había descendido su demanda por la situación política del país. Ultimamente de nuevo vuelven estar presentes en las peticiones de los clientes de las agencias y el mayorista los ha vuelto a incluir entre sus programas más importantes.

✉ www.mapatours.com

CLUB NEXOTUR

Playa Senator ofrece rebajas del 50% a miembros del Club

Playa Senator ofrece a los miembros del Club NEXOTUR y acompañantes un descuento del 50% en temporada baja y del 25% en temporada alta. Esta promoción especial, sujeta a la disponibilidad de los establecimientos de la cadena hotelera, incluye los hoteles de playa y de ciudad. Para más información puede contactar con la central de reservas en los siguientes números: 950 62 71 60 y 901 10 12 10.

Club NEXOTUR
Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 17**

FAM TRIP

Profesionales del grupo LHW se han desplazado a Andalucía.

Agentes británicos en la Costa del Sol

Turismo Costa del Sol ha mostrado sus fortalezas como destino de congresos y reuniones a un grupo de siete agencias organizadoras de reuniones y viajes de incentivos del grupo británico Leading Hotels of the World (LHW). El viaje se ha realizado a petición de la OET de Londres y con la colaboración de Turismo Andaluz y el Málaga Convention Bureau.

Flixbus se centrará en las conexiones internacionales desde y hacia España

La 'startup' de origen alemán cuenta con una plantilla de más de 800 empleados

Flixbus, *startup* de origen alemán, confía en una relativa pronta liberalización del Sector en España para operar rutas nacionales. Mientras tanto, operará en en este mercado con conexiones internacionales. Acaba de presentar nuevas líneas en Francia, Portugal e Italia y, además, ha abierto nueva oficina en Madrid.

Flixbus Iberia ha aterrizado en España este año y sigue expandiendo sus líneas a través de *partners* tanto nacionales como franceses e italianos. Ahora, con la nueva oficina en el centro de Madrid que ayer presentó a los medios y un equipo de cinco personas, espera consolidares tanto en España como en Portugal.

De momento, la *startup* nacida hace cuatro años en Alemania, donde ya cuenta con una plantilla de más de 800 empleados, solo realizará conexiones internacionales en nuestro país, y no se plantea entrar a competir en el sistema de concesiones para establecer sus líneas en el mercado doméstico. El equipo en España, con Daniel Novo a la cabeza, confía en que la normativa europea termine obligando al país a liberalizar un sistema que considera de los más rígidos de Europa, junto con el griego.

Para 2018, la compañía espera seguir creando nuevas rutas.

Espera la liberalización

En palabras de Novo, "actualmente tenemos 15 líneas internacionales que operan en España. De momento creceremos con líneas internacionales porque el transporte de pasajeros por carretera aún no está liberalizado en España; sin embargo, esperamos que esto cambie como se ha observado en los principales mercados europeos".

Además de las rutas que ya presentó a principios de verano, ha sumado otras nuevas como la que conecta Barcelona con Lyon (Ruta 788) y su correspondiente nocturna (N 788). Para 2018, la compañía espera seguir creando nuevas rutas, además de nuevos socios, para cubrir los principales destinos de España. En este sentido, cubrir los grandes municipios de Andalucía, que hasta ahora se habías quedado fuera, será uno de los objetivos.

✉ www.flixbus.es

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 l aprogramación 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.lavageniesaccorhotels.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 cda uno de los hoteles de la cadena.	Alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad en el momento de efecturar la reserva.	30-12-2014	En cada hotel	Teléfono en cada hotel www.ocahotels.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 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	☎900 994 954 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
ERV EUROPEA SEGUROS DE VIAJE	**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	☎902 90 97 37 Ext.415 rpalacios@intermundial.es

HOTELERIA

MCI venderá los más de 8.100 hoteles de Wyndham entre sus clientes tanto asociaciones como corporativos

Es una alianza estratégica importante, ya que el 70% del negocio de la compañía corresponde a alojamiento

"Los planificadores de eventos y reuniones podrán buscar fácilmente ofertas competitivas en miles de hoteles en todo el mundo" asegura el vicepresidente de Ventas Globales de Wyndham Hotel Group en Europa, Oriente Próximo y África, Marc Stanley. Y es que la cadena con más de 8.100 hoteles en 79 países ha firmado una alianza estratégica global con MCI para que oferte en su base de datos de MCI Preferred Hotels Partners sus establecimientos.

La empresa de organización de eventos MCI ha firmado recientemente una alianza estratégica global con Wyndham Hotel Group, por lo que los más de 8.100 hoteles que la cadena ofrece en 79 países estarán disponibles en la base de datos de MCI Preferred Hotels Partners para sus clientes, tanto asociaciones como corporaciones.

El inicio de la relación comercial entre las dos compañías fortalecerá aún más la presencia de MCI en la industria hotelera mundial. De hecho, casi el 70% del volumen de compras de la empresa se centra en la industria hotelera, razón por la que este nuevo acuerdo es un punto clave para el crecimiento de la compañía en todo el mundo.

"Casi el 70% de nuestro volumen de compras está dirigido a la industria hotelera" asegura el CEO de MCI, Sebastien Tondeur. "En el futuro,trabajaremos para concentrar nuestro volumen entre un menor número de socios para que nuestros clientes puedan beneficiarse del poder adquisitivo global de MCI a través de mejores tarifas y condiciones contractuales", afirma.

Por su parte, el director de Operaciones de MCI en el continente americano, Richard Torriani, señala que "mientras nuestra huella crece en América, estamos contentos de ampliar nuestra presencia en el mercado hotelero a través de una alianza con otro grupo hotelero mundial que también cuenta con una sólida cartera de marcas y propiedades en Estados Unidos". "Como parte de esta alianza, nos complace presentar el contrato-base de asociación que facilitará y acelerará nuestra contratación con Wyndham Hotel Group a nivel global al reducir el tiempo dedicado a la negociación individual de los términos del contrato" anuncia.

Mayor presencia en hoteles

Además, el vicepresidente de Ventas Globales de Wyndham Hotel Group en Europa, Oriente Próximo y África, Marc Stanley, ha añadido que "el acuerdo beneficiará de manera notable tanto a los clientes de MCI como a la amplia cartera de hoteles de Wyndham Hotel Group". En este sentido, Stanley ha asegurado que "los planificadores de eventos y reuniones podrán buscar fácilmente ofertas competitivas en miles de hoteles en todo el mundo". "Nuestros hoteles experimentarán un aumento en el volumen y la calidad de peticiones de grupos corporativos (MICE) de uno de los organizadores de reuniones y conferencias más grandes del mundo".

Los hoteles Wyndham estará entre la bases de datos de alojamiento de MCI.

El beneficio neto de NH Hotel Group aumenta en un 14% y su Ebitda se incrementa en un 37%

Los ingresos del grupo hotelero han crecido y se acercan a los 1.170 millones de euros, casi un 7% más

NH Hotel Group ha presentado sus resultados correspondientes a los nueves primeros meses del año. El grupo ha obtenido unos resultados que reflejan un crecimiento sólido y sostenible de sus ingresos en todos los mercados.

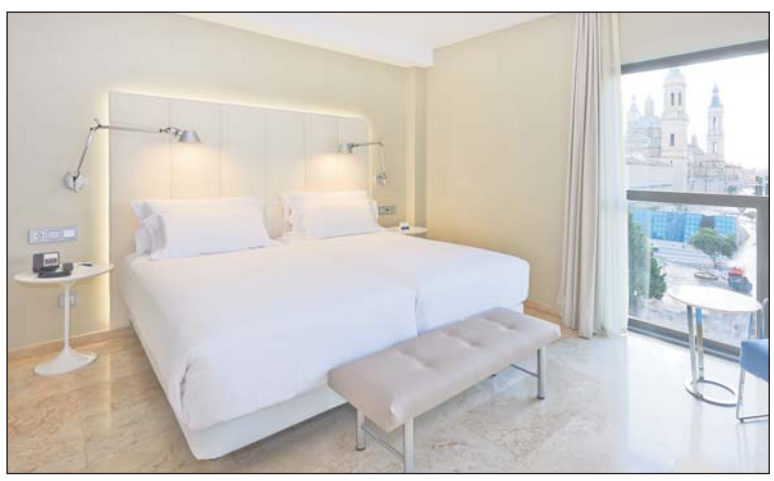
Los ingresos de NH, que han alcanzado los 1.168,6 millones de euros, han superado a los obtenidos el año pasado en el mismo periodo, con un aumento del 6,7%. En total, el Grupo ha incrementado en 73,1 millones de euros sus ingresos con relación a los nueve primeros meses del año anterior.

NH ha incrementado su Ebitda un 36,8%, hasta los 170,4 millones de euros. La compañía ha mejorado así el margen sobre ingresos en 3,2 puntos porcentuales. El beneficio neto total ha sido de 24,5 millones, casi un 14% más que en 2016, teniendo en cuenta que en los resultados de los nueves meses correspondientes a 2016 se incluyó un incremento de 26 millones de euros en plusvalías netas por rotación de activos sobre las registradas este año. Es decir, aislando dicho efecto temporal, el beneficio neto total hubiese crecido en 29 millones, lo que equivale a un crecimiento del 135%.

Reducen endeudamiento

La compañía hotelera también ha logrado un crecimiento de los ingresos medios por habitación disponible (RevPAR) del 9,5% (68 euros), gracias a un aumento del ingreso medio del 5,7% (96 euros) y el incremento de la demanda del 3,6%.

En España, NH Hotel Group ha experimentado una buena evolución en lo que va de año, sobre todo en las ciudades de Madrid y Barcelona, donde los ingresos han crecido un 15% y un 12,9% respectivamente.



Aislando un efecto temporal, el beneficio hubiera crecido un 135%.

Los ingresos totales en toda la zona española han aumentado un 13% (297,8 millones de euros) y el Ebitda ha alcanzado los 39,5 millones, lo que supone un incremento del 21,1%. Con las cifras recabadas por la compañía en estos primeros nueve meses, ha reducido su endeudamiento en 53 millones de euros desde que finalizó el pasado ejercicio, situándose en 694 millones a final del tercer trimestre de 2017.

PRODUCTO

Grupo Hotusa inaugura un nuevo establecimiento hotelero en Logroño

Grupo Hotusa ha incorporado a su portafolio un nuevo establecimiento, el histórico edificio Eurostars Fuerte Ruavieja de cuatro estrellas, en Logroño. La compañía cuenta ya con 110 locales operando en España y este será el primero que gestiona en la Comunidad autónoma de La Rioja. Se trata de un edificio histórico situado en una calle céntrica de Logroño. Se han conservado algunos elementos estructurales de la construcción original, como los antiguos muros de piedra y las vigas de madera. Cuenta además con una sauna y baño turco, gimnasio y bar cafetería. Se prevé poder ampliar las instalaciones en 2018.

Riu introduce en sus hoteles café originado en fincas sostenibles

Riu Hotels & Resorts se vuelca en el desarrollo sostenible introduciendo en sus 48 hoteles de Europa, África y Asia, café cultivado de manera sostenible para beneficiar a las familias que viven en las fincas, así como la vida silvestre y el medio ambiente local. Esta iniciativa se ha llevado a cabo por el departamento de compras de Riu Hotels, en conjunto con el proveedor Emicela, con el fin de apoyar el desarrollo sostenible en la industria turística. Poco a poco Riu va introduciendo el café en sus hoteles, y ya se encuentra en los hoteles de Canarias, Cabo Verde, Portugal, Andalucía, Baleares, Mauricio y Sri Lanka.

El Hotel Emperador se une a la plataforma musical Balcony TV

El Hotel Emperador apuesta por la cultura, y recientemente ha cerrado una colaboración con la plataforma de música BalconyTV. Así, se convierte en el lugar oficial del canal en Madrid para los artistas emergentes. La dirección del hotel ha comunicado, que "la música es otro de los vértices del arte, y algo fundamental para nosotros. Queremos contribuir a una mayor visibilidad de todos estos artistas como embajadores de la cultura, que es a lo que aspiramos convertirnos". La reciente renovación de la terraza permite personalizar y adaptar cualquier zona de la azotea la grabación de videos en acústico para BalconyTV Madrid de grupos emergentes nacionales e internacionales.

El Gremio de hoteles solicita a las administraciones un esfuerzo extra para relanzar la marca Barcelona

Los hoteles de la ciudad condal han cerrado octubre con una ocupación siete puntos porcentuales menos que en 2016

"Creemos que es el momento de poner en marcha políticas para reactivar la marca Barcelona con los recursos especialmente reservados para este fin, como el impuesto turístico", asegura el presidente del Gremio de Hoteles de Barcelona, Jordi Clos. "Hay que salvaguardar la imagen y el prestigio de la ciudad de Barcelona mediante acciones que permitan recuperar la confianza en el destino", concluye.

El Gremio de Hoteles de Barcelona pide a las administraciones que reaccionen en forma de medidas destinadas a relanzar la marca Barcelona, después de los diferentes acontecimientos que han sucedido en los últimos meses dentro de Cataluña, especialmente por la situación sociopolítica que vive la Comunidad autónoma respecto al resto de España.

Desde el Gremio se pide que se dupliquen los esfuerzos destinados a campañas, ya que los hoteles de Barcelona han cerrado octubre con una ocupación del 83%, siete puntos porcentuales menos que el mismo mes del año anterior, y una caída media del 13% del RevPar.

El presidente del Gremio de Hoteles de Barcelona, Jordi Clos ha señalado que, "creemos que es el momento de poner en marcha políticas para reactivar la marca Barcelona con los recursos especialmente reservados para este fin, como el impuesto turístico. Hay que salvaguardar la imagen y el prestigio de la ciudad de Barcelona mediante acciones que permitan recuperar la confianza en el destino, apoyando la celebración de ferias internacionales, congresos y otros acontecimientos relacionados con el turismo de negocios".

Acciones

El propio Jordi Clos ha anunciado que desde el Gremio ya están realizando acciones que consigan que Barcelona continúe siendo una de los grandes destinos de turismo, como la colaboración con el CCIB, Turismo de Barcelona, Vueling, Fira de Barcelona i Expedia, que propiciará la visita en Barcelona de 'decisores', 'prescriptores' y 'personas influyentes internacionales' con el objetivo que conozcan y vivan in situ la realidad que se vive en las calles de la capital catalana.

Desde el propio Gremio ya están realizando acciones.

CNMC realiza varias recomendaciones a la regulación de hoteles y balnearios de Aragón

Recoge requisitos que los establecimientos estarán obligados a cumplir

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha publicado un informe sobre el proyecto de decreto que regulará los hoteles y complejos turísticos balnearios de Aragón. El reglamento incluye nuevos requerimientos arquitectónicos sobre accesibilidad, entre otros.

El gobierno de Aragón establece en el proyecto de decreto una serie de requisitos de obligatorio cumplimiento para que los alojamientos hoteleros puedan tener una clasificación determinada. La altura de los techos, la anchura de los pasillos, la dimensión de las ventanas y el mobiliario mínimo de las habitaciones son algunos de los requisitos recogidos. Además, se pretende poder adaptar el régimen hotelero de Aragón al estándar europeo de HotelStars Union.

Entre las recomendaciones de CNMC, destaca la necesidad de identificar las razones de interés público por las que se fijan unos requisitos tan exhaustivos para cada tipo de alojamiento y su carácter obligatorio. Aconseja evitar mencionar explícitamente en una norma jurídica una alternativa voluntaria de clasificación hotelera para no reducir la tensión competitiva entre los sistemas de clasificación voluntarios.

Pide impedir que el régimen transitorio del reglamento otorgue una ventaja competitiva a los operadores que ya están en el mercado, así como eliminar la condición de que los distintos alojamientos hoteleros que coexistan en un mismo inmueble tengan que ser del mismo propietario. Recomienda suprimir la remisión efectuada al Decreto 193/1994, de 20 de septiembre, de Aragón, que ampara la posibilidad de recoger en guías oficiales o catálogos los precios, a título orientativo, de los alojamientos, para evitar la posible concertación de precios entre operadores.

Ashotel y Caryosa se alían para crear espacios cardioprotegidos en los hoteles de la asociación

Implantarán dispositivos capaces de administrar una descarga eléctrica controlada

Los establecimientos hoteleros asociados a la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel) contarán de espacios cadioprotegidos. Esto es posible gracias al acuerdo alcanzado entre la asociación hotelera y Caryosa, empresa especializada en salud y medio ambiente.

En concreto, el acuerdo entre ambas entidades consiste en la instalación de vitrinas de rescate cardiaco con sus correspondientes desfibriladores externos semiautomáticos (DESA). Además, Caryosa impartirá la formación homologada al personal que podría utilizar los DESA en caso de necesidad.

Dispositivos DESA

Estos dispositivos DESA administran una descarga eléctrica controlada o desfibrilación al corazón para revertir la fibrilación ventricular, muerte súbita o parada cardiorrespiratoria y restablecer el ritmo cardíaco normal. Cada vez más los hoteles están incluyendo en sus instalaciones este tipo de dispositivos.

Momento de la firma.

ITH confía en Abitari para digitalizar el área de pisos

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) ha incorporado a Abitari como nuevo socio en el área de operaciones y nuevas tecnologías. La *startup* facilita una optimización de los departamento de pisos de los hoteles mediante su digitalización.

Con la digitalización del área del departamento de pisos, el hotel puede lograr una mejora en sus comunicaciones internas y una gestión más eficiente de las tareas de camareras de pisos y gobernantas de hotel. Se estima que la mejora podrá ahorrar una media de 125 horas mensuales en aspectos comunicativos entre los distintos departamentos del hotel. También aportará fluidez al desarrollo del trabajo para que las habitaciones estén disponibles antes.

Mayor eficiencia

Facilitar la comunicación interna entre el equipo de *housekeeping*, con recepción o con mantenimiento o automatizar el recuento de *stocks*, son algunos de los puntos clave que resuelve la aplicación desarrollada por la *startup* Abitari. Esto evitará esperas y desplazamientos innecesarios del personal de pisos, consiguiendo una mayor eficiencia en el trabajo y mejorando el servicio de los establecimientos.

Producto

Bluesock estrenará hotel en Lisboa para 2018 cerca de Liberdade

Bluesock abrirá en Lisboa en el primer semestre de 2018. El *hostel* contará con "una ubicación única y privilegiada" cerca de la Avenida Liberdade, que une la parte moderna con el centro histórico de la urbe. Esto permitirá llegar de una forma fácil, cómoda y rápida a puntos importantes como el elevador de Santa Justa, que conduce al Barrio Alto, o el teleférico. Los hostels del Grupo Carrís están situados en lugares estratégicos, como en Oporto, que se encuentra en el centro de la ciudad, o como en Madrid, que se ubicará en la Gran Vía, una de las principales calles de la capital. Tendrá una terraza *chillout* que contará con unas maravillosas vistas al Tajo y que buscará tener una decoración única, como la que ya posee en Oporto el Socks On The Rocks.

Un hotel en Mallorca de Iberostar, como el más sostenible del país

Iberostar Grand Hotel Portals Nous, en Mallorca, ha recibido recientemente el premio a Best Sustainable Hotel en España, en los Europe Hotel Awards 2017, situándose así como uno de los mejores hoteles de cinco estrellas a nivel mundial. Ahora, el hotel compite por conseguir el máximo reconocimiento europeo, el Best Sustainable Hotel. El hotel, cuyo interior diseñado por el diseñador holandés Marcel Wanders, cuenta con 66 habitaciones con una arquitectura sostenible. El director ejecutivo de Iberostar Hotels & Resorts Emea, Aurelio Vázquez, ha explicado que el premio "refleja la decidida apuesta de Iberostar por mejorar y modernizar sus productos. Hace ya dos años que iniciamos un ambicioso plan estratégico de reformas".

El establecimiento hotelero Sofia de Barcelona renueva oferta culinaria

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

El Palacio de Congresos de Huesca presenta nueva página 'responsive'

La nueva página *web* del Palacio de Congresos de Huesca mantiene la información limitada del edificio, sus espacios y servicios y la completa agenda de eventos por mes con descarga en PDF de la versión anterior, pero ahora con diseño 'compatible'.

www.palaciocongresoshuesca.es

El **Palacio de Congresos de Huesca** presenta una nueva página, compatible para cualquier tipo de terminal, que mantiene un nivel de información semejante a la anterior que, mientras sobre el edificio y sus espacios sólo presenta la descripción general de sus espacios, con la relación de los servicios que ofrecen y únicamente el plano de situación y formas de contacto del edificio, en su agenda ofrece un completo calendario de eventos, pasados y futuros, por mes, que también permite descargar en PDF. La página mantiene las versiones en castellano, inglés y francés.

INFORMACIÓN

Presenta la descripción de cada espacio, sus principales características, los servicios generales que ofrece y una galería de fotos, pero sigue sin incluir sus planos. Del edificio sólo incluye su plano de situación y sus formas de contacto, sin la descripción y con pocas imágenes.

SERVICIOS

En la descripción de cada espacio incluye una relación de los principales servicios que ofrece, pero no informa sobre los servicios generales que incluye el edificio. Presenta una completa información de sus condiciones de contratación, pliegos de condiciones y adjudicaciones.

EVENTOS

En la primera pantalla presenta una completa relación de los eventos próximos, con acceso a su descripción y un calendario por meses, pasados y futuros, que permite acceder al evento seleccionado. También se puede descargar en PDF el calendario de cualquier mes.

▲ Lo Mejor / Diseño

La nueva versión compatible mantiene el diseño de calidad y la correcta estructura de la versión anterior.

▼ Lo Peor / Gestión Eventos

Ofrece a los OPC únicamente un formulario de contacto, con poca información de su oferta y ninguna de sus tarifas.

P.C HUESCA / Congresos

Ponderación de los Valores

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

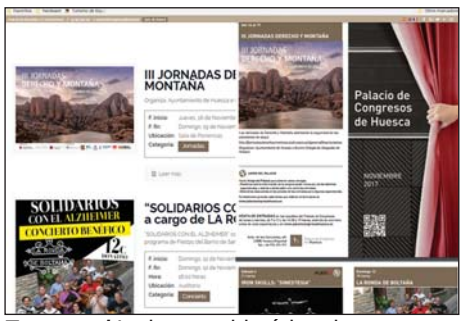
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página del Palacio de Congresos de Huesca, a pesar de su diseño amigable y compatible, sigue siendo de poca utilidad para los organizadores de eventos por su limitada información de sus espacios y servicios, que sigue sin incluir sus tarifas ni su forma de contratación.

5.9

Entrada / Presenta el acceso a todas sus áreas de información, la relación de eventos próximos y el calendario del mes en curso.

Servicios / Ofrece la descripción, las características y los servicios de cada espacio, pero sigue sin incluir sus planos.



Eventos / Incluye un histórico de eventos y un calendario por meses, con información y el acceso al programa de los eventos.

La nueva 'web' de HRS introduce como novedad su compatibilidad

HRS vuelve a modificar su página que, con pocos cambios, sigue ofreciendo a empresas y clientes desde cualquier tipo de terminal, la gestión de información y de reservas de hoteles —no válida para las agencias—, a las que ofrece afiliar su *web*.

www.hrs.com

Hotel Reservation Service (HRS) es una central dedicada exclusivamente a la gestión de reservas de más de 700.000 establecimientos hoteleros en todo el mundo, que ofrece tanto al cliente final como a empresas con acuerdos de colaboración. Presenta una nueva versión de su *web*, compatible para todo tipo de terminales, que mantiene con pocos cambios la gestión de información y reservas de la anterior, válida para clientes y empresas, mientras a las agencias sólo ofrece la posibilidad de afiliarse. La página presenta versiones en múltiples idiomas, uno de ellos el castellano.

INFORMACIÓN

Accediendo siempre por destino, porque ya no contempla la selección por tipo de hotel, y por otros muchos parámetros, presenta una relación, incluyendo sus características, y ofrece una información adecuada del seleccionado, incluyendo la valoración de los clientes.

RESERVA

Mantiene su sencillo y completo sistema de reservas, disponible para clientes, estén o no registrados, y empresas, que permite el mantenimiento posterior de la reserva. También permite gestionar grupos o reuniones y ofrece a la agencias la posibilidad de afiliar su *web*.

GENERAL

Mantiene una completa información sobre HRS, su historia, trayectoria y situación actual. También ofrece información específica para definir la forma de colaboración con hoteles y empresas, la opción de afiliación que ofrece a las agencias y un área de información para el viajero.

▲ Lo Mejor / Cobertura

Sigue ofreciendo a clientes y empresas un sencillo sistema de reservas de más de 700.000 establecimientos en todo el mundo.

▼ Lo Peor / Gestión de Agencias

No contempla la reserva desde agencias de viajes, limitándose a ofrecer la posibilidad de afiliarse desde su *web*.

HRS / Centrales

Ponderación de los Valores

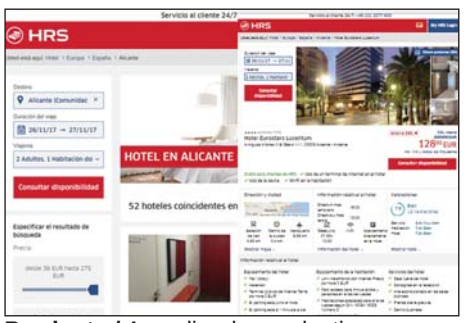
Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
10	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
8	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTION DE RESERVAS									
10	CONFIRMACION INMEDIATA			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

EVALUACION NEXOTUR.COM

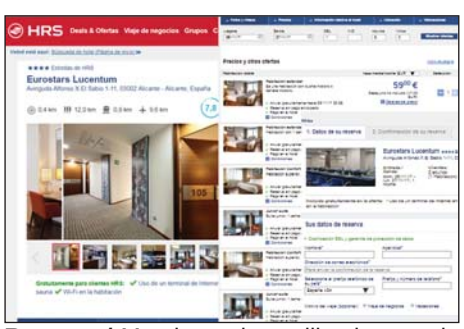
La nueva versión de la página de HRS presenta poco interés para los profesionales de Turismo, ya que sigue manteniendo una correcta gestión para clientes y empresas, que no está disponible para las agencias de viajes, a las que sólo ofrece la posibilidad de afiliar su *web*.

7.7

Entrada / Presenta el acceso a todas sus secciones, la búsqueda para reserva, información general y la selección por ciudad.



Producto / Accediendo por destino, pero ya no por tipo de hotel, presenta una relación y la descripción del seleccionado.



Reserva / Mantiene el sencillo sistema de reservas, en tres pasos, válido para clientes y empresas pero no para las agencias.

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 ☎ 902-101049-91-7004421
Génova, 16 MADRID Fax 91-3196786

ALONDRA/CALIPSO VACACIONES ☎902-355444/968-355444
Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA Fax 902-355443

TUI SPAIN ☎ 91-7597125
Mesena, 22, 2º MADRID info@tuispain.com

AÑOS LUZ SA ☎ 91-4451145-902-101202
San Bernardo, 97-99 MADRID Fax 91-5939181

AÑOS LUZ SA ☎ 93-3101828-902-101303
Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA Fax 93-3101424

AÑOS LUZ SA ☎ 94-4242215-902-101404
Berastegui, 4 bajo I BILBAO Fax 94-4235593

A SU AIRE ☎ 926-274157/226259
Morería, 12 esq. a Zarza C. REAL Fax 926-226334

CONDOR VACACIONES ☎ 91-5674242-5674200
Pedro Villar, 12 MADRID Fax 91-5674263

COSTA CRUCEROS ☎ 91-5558550
Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID Fax 91-5564770

COSTA CRUCEROS ☎ 93-4875685
Valencia, 245 2º 3 BARCELONA Fax 93-4874770

DIMENSIONES ☎ 91-5310607
Mahonia, 2 MADRID Fax 91-5214254

DIMENSIONES ☎ 91-5310607
Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA Fax 91-5214254

DIAS LIBRES ☎ 91-7451111
Lagasca, 120 Of. 1 MADRID Fax 91-5614469

ENTORNO NATURAL.COM ☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA Fax 93-4827131

EXPO MUNDO ☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA Fax 93-4827131

HOTELPLUS ☎ 902 358358/91-7244747
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES Fax 91-654 99 77

HOTEL PLAYA VIAJES ☎ 93-425.30.66
Avda. Paralelo, 135-137 2ª BARCELONA Fax 93.425.38.07

HOTEL PLAYA VIAJES ☎ 91-5427933
Silva, 2 6º 2ª MADRID Fax 91-5422071

HVALATRAVEL.COM ☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA Fax 93-4827131

IBEROJET ☎ 971-070428
Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA. Fax 971-040466

INTERMUNDOS ☎ 91-5320413
Fuencarral, 9 1ºB MADRID Fax 91-5221241

MSC CRUCEROS ☎ 91 308308
Arequipas, 1 MADRID Fax 91-3821664

MUNDICOLOR ☎ 902-361926
Mahonia, 2 MADRID Fax 93-4827131

NIZA TOURS-VIAJES NIZA ☎ 902-995950
Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE) Fax 922-793868

NO MÁS FRONTERAS.COM ☎ 902-510120
Diputacio, 238 BARCELONA Fax 91-4568686

NUESTROS CAMINOS ☎ 91-5472509
C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID Fax 91-5471792

OKATOUR ☎ 91-1417960/61
Albasanz, 16 4º MADRID Fax 91-1417895

ORBIS ☎ 91-5612373
Av. Doctor Arce, 25 MADRID Fax 91-5614242

POLITOURS ☎ 91-5416200/902-877778
San Bernardo, 17 MADRID Fax 91-5597889

POLITOURS ☎ 93-3175099/902-877778
Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA Fax 93-3181683

POLITOURS ☎ 945-245500/902-877778
Av. Gasteiz, 53 VITORIA Fax 945-3220396

POLITOURS ☎ 96-3944004/902-877778
Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA Fax 96-3944618

POLITOURS ☎ 95-2305323/902-877778
Río Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA) Fax 95-2305479

PORTUGAL TOURS ☎ 91-5484600-902-109898
Buen Suceso 14, 28008, MADRID Fax 91-5419826

PROTEL ☎ 91-5096101-902-196100
Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID Fax 91-3729198

SOLAFRICA ☎ 91-3532740
Federico Salmón, 1 MADRID Fax 91-3503896

SOLPLAN-TOURNEE ☎ 971-070435
Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA. Fax 971-040466

SOLPLAN-TOURNEE ☎ 93-5100710
Valencia, 231 2º BARCELONA Fax 93-4880792

SOLPLAN-TOURNEE ☎ 91-2960101 / 902239644
Julio Camba, 1 7º MADRID Fax 91-3612578

SOLPLAN-TOURNEE ☎ 96-3944625
Luis Vives, 7 VALENCIA Fax 96-3942381

TOURALP ☎ 91-5768445
Príncipe de Vergara, 47 MADRID Fax 91-4359088

TOURING CLUB ☎ 902-100456/94-4277381
Gran Vía, 81 2º BILBAO Fax 94-4206024

TRANSVACACIONES ☎ 902 164102/91-7242422
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES Fax 91-623 98 17

TRAPSATUR ☎ 902-211024 91-5480000
San Bernardo, 5 MADRID Fax 91-5427855

TRAVELPLAN ☎ 971-178100
Carretera Arenal – Llucmajor km, 21,5 Llucmajor

TURAVIA CLUB ☎ 902 354355
Edf. Barajas C/ Trespaderne 29, 4º MADRID Fax 91-3297515

TURVISA ☎ 91-5419210 902-234353
San Bernardo, 5-7 MADRID Fax 91-5416174

UNIPLAYAS ☎ 952-378646
C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS Fax 952-375372

UNIPLAYAS ☎ 93-4905450
Avda. Meridiana, 354 5ªC BARCELONA Fax 93-4906479

UNIPLAYAS ☎ 91-5401840
C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq. MADRID Fax 91-5401841

VIVA TOURS ☎ 902-353354/55 91-3297400
Trespaderne, 29 4º Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

AEROMEXICO ☎ 900 995 282
Cedaceros, 10, 6ª drcha MADRID Fax 91-5481527

ALITALIA ☎ 91-1217401
Pl. Descubridor Diego de Ordas, 3-3ª MADRID Fax 91-4414956

ALITALIA ☎ 902-100323
Av. Diagonal, 403 BARCELONA Fax 93-4158379

AIR EUROPA ☎ 971-178100
Centro Emp. Globalia. Llucmajor MALLORCA Fax 971-178360

AIR SPAIN BROKER ☎ 91-3083444
Almagro, 19, Madrid Fax 91-3198440

FINNAIR ☎ 901888126
Tarragona, 161, 15º BARCELONA Fax 901888128

FLYTUR AIR MARKETING ☎ 91-5421323
Luisa Fernanda, 2 MADRID Fax 91-5423710

IBERIA ☎ 91-5878787-5877592
Velázquez, 130 MADRID Fax 91-5877502

LAN ☎ 91-4544140
Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID Fax 91-5560933

LOT ☎ 91-5481373/91-5487353
Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID Fax 91-5595365

AMERICAN AIRLINES ☎ 902-011737
Plaza del Callao, 5 - planta 8 MADRID

Compañías Marítimas

BALEARIA ☎ 902-160180
Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE Fax 96-5787605

COSTA CRUCEROS ☎ 91-5558550
Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID Fax 91-5564770

COSTA CRUCEROS ☎ 93-4875685
Valencia, 245 2º 3 BARCELONA Fax 93-4874770

CROISIEUROPE ☎ 91-2952497
C/ General Oraa, 5, 1º MADRID ✉ reservas@croisieurope.com

EUROFERRYS ☎ 956-651178-507070
Estación Marítima ALGECIRAS Fax 956-653379

P&O PORTSMOUTH ☎ 94-4234477
Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO Fax 94-4235496

SPANISH CRUISE LINE ☎ 91-5317102
Alcalá, 54 MADRID Fax 91-5230612

ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA ☎ 902-454645
www.trasmediterranea.es

VISION CRUCEROS ☎ 91-7896400
www.visioncruceros.com ☎ 91-3107215

Ferrocarril

EUROTUNNEL ☎ 91-6307315
Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID Fax 91-6307312

FERROCARRILES AMERICANOS ☎ 93-4125956
Diputación, 238 sobreatico BARCELONA Fax 93-4122914

FERROCARRILES AMERICANOS ☎ 91-3082962
Zurbano, 56 MADRID Fax 91-3086502

RENFE AGENCIAS DE VIAJES (Línea Asista) ☎ 902-105205
Fax 902-105200

Alquiler de Automóviles

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

EUROPCAR ☎ 91-7226200/91-102020
Av. Partenón, 16-18 MADRID Fax 91-7226201

HOLIDAY AUTOS ☎ 902-448449
Gran Vía Costes Catalanas, 617 BARCELONA Fax 93-4813833

IBL (Alsa Grupo) ☎ 91-7546502
Miguel Fleta, 4 1º D MADRID Fax: 91-7545365

RECORD RENT A CAR ☎ 964-343000/902123002
Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN Fax 964-343010

VICENTE RENT A CAR ☎ 928-512694-543456
LANZAROTE. Y CANARIAS Fax 928-514137

Centrales de Reservas

CANARIAS.COM-TENERIFE ☎ 922-715353
av. Las Americas, cc Americas Plaza L26 ARONA Fax 922-719131

CONFORTEL HOTELES ☎ 902-424242
Av. Burgos, 8 A 15º MADRID Fax 91-3831743

CENTRALIA ☎ 902-200063
Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS Fax 902-200064

HOTEL JARDIN TECINA ☎ 922-145864-66
Lomada de Tecina LA GOMERA Fax 922-145865

GRUPO NATURA ☎ 93-6801600
Av, Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA) Fax 93-6800944

HOTUSA-EUROSTARS ☎ 902-222999-93-3199062
Princesa, 58 Principal BARCELONA Fax 93-2681945

HUSA HOTELES ☎ 93-5101300
Sabino Arana, 27 BARCELONA Fax 93-3397064

INTERHOME ☎ 93-4090522
Guitard, 45 BARCELONA Fax 93-4090493

KEYTEL ☎ 902101314
C/ Aragón 208-210, 6º, 6ª BARCELONA Fax 93-4541108

MARKHOTEL ☎ 91-5210303-902-151515
Jacometrezo, 4 MADRID Fax 91-5215999

PARADORES ☎ 91-5166666
Requena, 3-5 MADRID Fax 91-5166657

RIU HOTELS ☎ 971-743030
Laude s/n PALMA DE MALLORCA Fax 971-744171

SOL MELIA ☎ 902-144444
Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA Fax 91-5791392

TRANSHOTEL ☎ 902 164164/902 164163
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES Fax 902 444 164

PEGASUS SOLUTIONS ☎ 91-5949494/902-454647
Pza. Marqués de Salamanca,3 y 4 1º Fax 91-5949482

Organismos

GRUPO STAR ☎ 91-5502160
Luisa Fernanda, 12 MADRID Fax 91-5432689

INFOASTURIAS ☎ 902-300202
Pza. España, 5 1ª OVIEDO Fax 985-273487

INST.BALEAR PROMOCION TURIST. ☎ 971-176191
Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA Fax 971-176185

UNAV (Unión de Agencias de Viajes) ☎ 91-5796741
Rosario Pino, 8 3ºB MADRID Fax 91-5799870

Transporte por Carretera

AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO ☎ 91-7477570
Marzo, 34 MADRID Fax: 91-7481114

COAVITUR ☎ 91-3265280
Hermanos Gómez, 4 MADRID Fax 91-3260638

ETRAMBUS ☎ 91-5050552
San Cesáreo, 34 MADRID Fax: 91-5051661

Europea de Turismo ☎ 91-5475921
C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID Fax: 91-5416231

IRIBUS (Alsa Grupo) ☎ 91-7546502
Miguel Fleta, 4 1º D MADRID Fax: 91-7545365

TRAPSA ☎ 902110115
Av. Manoteras, 14 MADRID Fax: 91-3021709

Servicios

AMADEUS ☎ 91-5858681-5858682/3
Salvador de Madariaga, 1 MADRID Fax 91-5858680

WORLDSPAN ☎ 91-4118324
Joaquín Costa, 15-1 2º 1 MADRID Fax 91-5626650

Cadenas hoteleras

BEST WESTERN ☎ 900-993900-91-5614622
Av. General Perón, 26 – Esc. 1ª – 7º Dcha MADRID Fax 91-5618625

CONFORTEL HOTELES ☎ 902-424242
Av. Burgos, 8 A 15º MADRID Fax 91-3831743

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 Turism Shanghai
Normal University China
GARANTIZO RESULTADOS
GRATIS 1ª hora
fetisalain@gmail.com
skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71

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

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Un buen nivel de Amadeus es, en muchos casos, indispensable para el Sector

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'.

■ **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 presentes 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.

■ **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.

■ **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 especializada en este producto y conocimiento de Sabre o Amadeus. Se valoraran conocimientos del sistema Dometour.

■ **Divertia Smile Company**. Madrid. Es-ta agencia de viajes especializada en con-gresos busca una persona especializada en eventos corporativos. Quien sea selec-cionado 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 billetaje. 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

Pousadas en Portugal

⇧ Dentro de su integración en el Grupo Pestana, Pousadas de Portugal ha normalizado su página con las del resto el resto de marcas de Pestana con lo que, manteniendo su **información**, permite gestionar sus reservas a las agencias de viajes.

⇧ Es una página de **utilidad** para clientes y agencias.

⇨ Ha incluido la **reserva** desde las agencias del Grupo Pestana.

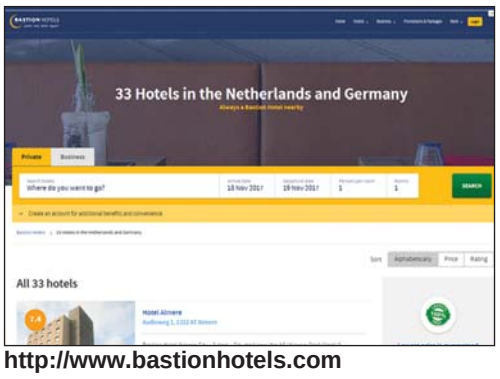
http://www.pousadas.pt

Hoteles en Holanda

⇧ Bastion Hotel presenta una nueva versión de su página que dispone de una estructura semejante a la anterior, pero válida para todo tipo de terminales, manteniendo la **información** de sus hoteles y el sistema de gestión de reservas, no disponible para las agencias.

⇨ Su **utilidad** está limitada a viajes a Holanda y Alemania.

⇩ Sigue sin gestión de **reservas** desde las agencias de viajes.



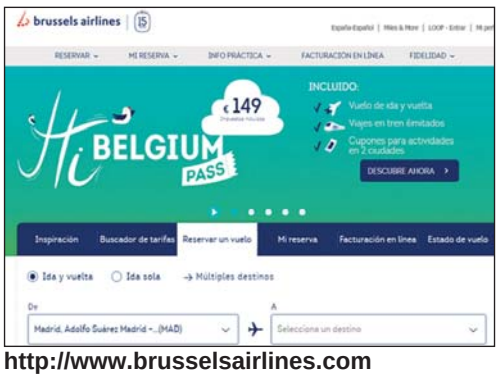
http://www.bastionhotels.com

Vuelos a Bélgica

⇧ Brussels Airlines presenta una nueva versión de su *web*, válida para cualquier tipo de terminal, manteniendo con pocos cambios, una **información** y una gestión de vuelos semejantes a las de la versión anterior, pero sigue sin reserva desde agencias.

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

⇩ No contempla la gestión de reservas desde las agencias.



http://www.brusselsairlines.com

Transporte discrecional

⇧ Autocares Milo ofrece en su página *web* **información** sobre la empresa y sus distintos tipos de servicios de transporte discrecional por carretera, incluyendo la descripción de sus vehículos y un formulario para la solicitud de presupuesto.

⇧ Su **utilidad** está limitada por su escaso nivel de información.

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

http://www.autocaresmilo.com

Turismo en Francia

⇧ Turismo de Francia presenta una nueva versión de su página modificando el diseño de pantallas y la estructura de la anterior, pero que sigue estando más enfocada a **presentar** sus sugerencias que a permitir al viajero consultar temas de su interés.

⇨ Es de poca **utilidad** porque no prevé las consultas del usuario.

⇩ En el área de **reservas** sólo ofrece información general de servicios.

http://www.rendezvousenfrance.com

Múltiples productos

⇧ La actual DonReservas.es es una página de nuevo diseño, que en lugar del Turismo Rural que ofrecía anteriormente se ha convertido en una central de **información** y reservas de propósito general, pero no disponible para las agencias de viajes.

⇨ Por su amplia oferta es una página de **utilidad** para el cliente final.

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

http://www.donreservas.es

Legislación

Contratación

Congreso de los Diputados

✓El Boletín Oficial del Estado (BOE), publica el lunes 20 de noviembre el anuncio de las Cortes Generales sobre formalización del contrato del servicio de agencia de viajes para el Congreso de los Diputados y las propias Cortes. El anuncio de la licitación fue publicado el pasado 13 de febrero del presente año y el 28 de septiembre del se anunció la adjudicación a Viajes El Corte Inglés, S. A, formalizándose el 27 de octubre. El presupuesto base de licitación es de 4.956.164,39 de euros de importe neto y de 5.541.780,83 de euros como importe total. Finalmente, el canon de adjudicación es de 4.318.027,40 euros.
✓El BOE, recoge el 18 de noviembre la Resolucion de la Autoridad Portuaria de Vilagarcia de Arousa y su ria por la que se anuncia la convocatoria del concurso publico para el otorgamiento de la concesion C-0149 con el objeto de desarrollar actividades de tipo turistico.

Boletín Oficial del Estado
✉ www.boe.es

Curso

Grado en Turismo y ocio de Ostelea

The Ostelea School of Tourism and Hospitality ofrece un nuevo Grado de Turismo y Ocio Oficial que se desarrolla alrededor del enfoque internacional. "En donde los viajes no son entendidos sólo como el mero hecho de viajar o la intermediación y comercialización turística, sino, por el contrario, corresponde a todas las actividades y actores involucrados en el Sector Turístico que se manifiestan a través de los viajes", describen en su página web. Así mismo, el Grado en Turismo y Ocio entiendo el ocio como el consumo del Turismo que se refleja de manera transversal en todos los elementos del sistema turístico.

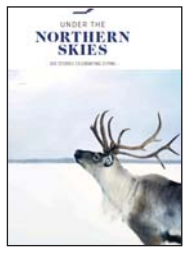
Libros

Finnair celebra el centenario de Finlandia

'Under the Northern Skies – 100 stories celebrating flying'. Finnair

El 6 de diciembre se cumplen 100 años de la fundación de Finlandia como país, y para conmemorarlo, su aerolínea bandera, Finnair, publica el libro 'Under the Northern Skies – 100 stories celebrating flying'. Y es que la compañía aérea nacio tan solo unos pocos años después que el propio país, en 1923, y su propia evolución ha estado siempre muy unida a la de su país.

El libro recoge en sus páginas un resumen de la historia de la aerolínea desde el primer vuelo de Finnair, el que unió Helsinki con Talllinn (Estonia) para transportar correo, hasta los últimos vuelos programados por la compañía en este último año. Desde esa primera operación hasta ahora, Finnair ha superado el centenar de destinos europeo y una veintena de rutas intercontinentales, además de la especialización en la Laponia finlandesa, en donde ha incrementado significativamente el número de operaciones, a los que pronto habrá que sumar los anunciados pare este invierno.



Pero no se trata de una simple recopilación sobre los datos históricos de le línea, sino que cuenta estos casi 100 años a través de anecdótas a bordo. De hecho, los protagonistas de estas 100 historias son el personal de la compañía aérea y varios de sus pasajeros, que han sido entrevistados para realizar el libro.

Además, la publicación recoge multitud de datos curiosos que interesarán a los apasionados de los viajes en avión, ya sean turistas o profesionales. Narra con imágenes la evolución del diseño e, incluso, la moda, a través de los uniformes del personal de Finnair. Muestra también los objetos más sorprendentes que sus pasajeros han llegado a alvidarse a bordo en todas estas décadas o qué pasa con los aviones antiguos aviones cuando se retiran de la flota.

Calendario

Feria de Turismo de lujo

●Del 13 al 14 de diciembre, el Palacio de Congreso de Palma de Mallorca acoge las jornadas de trabajo bajo el nombre de 'Mallorca: Destino MICE', en el que se reunirán todos los profesionales de la isla de este mercado para intentar crear una oferta unificada que dé mayor valor a Mallorca como destino de reuniones y eventos, tanto a nivel nacional como internacional. Para estas jornadas se han previsto varias mesas redondas y sesiones profesionales y formativas que buscan, como objetivo final, diseñar una hoja de ruta que valga a las instituciones, empresas y profesionales a identificar los pasos a seguir en el futuro para posicionar mejor la isla. 'Mallorca: Destino MICE' también tiene previsto una sesión en la que los profesionales trabajarán en grupos para abordar los retos de la isla como destino y aportar ideas y soluciones de cara al futuro, así como ponencias a cargo de expertos. Más información en *http://www.mallorcacb.com/*.

NEXOTUR®

✉ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid / P.O.Box 10119 Madrid / ☎ 91 369 41 00 / 91 369 18 39 / E-Mail: nexotur@nexotur.com

SUBEN

▲Francisco Farrás

Avis Budget ha nombrado a Francisco Ferrás como nuevo director del Grupo en España. Anteriormente ha ocupado el puesto de consejero delegado del Centro Internacional de Servicios Compartidos en Budapest.

▲ Bernd Weidacher

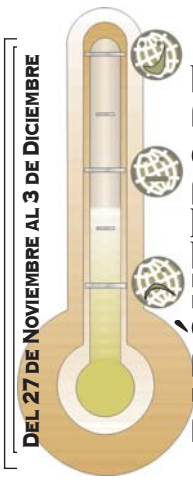
Pullmantur sigue queriendo fortalecer su departamento de operaciones. Por ello, ha nombrado a Bernd Weidacher como vicepresidente de operaciones de barco, que reportará directamente al presidente de la compañía, Richard J. Vogel.

▲Hernán Rincón

El presidente de Avinca, Hernán Rincón, ha sido elegido presidente del Comité Ejecutivo de la Asociación Latinoamericana de Transporte Aéreo (ALTA), que reúne al 90% de las compañías aéreas de la región. El nombramiento ha sido anunciado en el Foro anual de la Asociación.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves 2
Protagonista / Simón Pedro Barceló ... 3
Entrevista / José Luis Prieto 4
Escaparate 6-13
Mostrador 15-16
Club 17
Hotelería 18-19
Booking 21
Evaluanet 20
Ofertas de empleo 22
Agenda 23



LA SEMANA

Mal septiembre para las agencias de viajes

La cifra de negocio de las agencias de viajes españolas pone fin a un largo periodo alcista. Según los datos dados a conocer por el Instituto Nacional de Estadística (INE), experimenta en septiembre un retroceso interanual del 0,8%. La última caída, que fue del 0,5%, se registró en julio de 2016. Por tanto, la facturación de minoristas y turoperadores llevaba creciendo 13 meses, correspondiendo a abril y enero de este mismo año los mayores aumentos, con tasas respectivas del 8,1% y del 7,4%. A pesar del mal comportamiento observado en septiembre, el volumen de negocio de estas empresas está en el acumulado del año por encima de los niveles alcanzados en 2016, con una tasa del 2,3%.

COYUNTURA

Las 'low cost' crecen a mayor ritmo

Las compañías aéreas de 'bajo coste' muestran una evolución muy positiva este año. En casi todos los meses han ido creciendo a doble dígito y algunos meses muestran picos que llegan incluso a subidas del 20% de variación anual. En el lado contrario, las aerolíneas tradicionales muestran un estancamiento. Octubre, último mes del que se tienen datos, es solo un ejemplo, en donde las *low cost* crecen un 9,1% y las restantes un 0,8%.

Las llegadas internacionales por vía aérea han aumentado en un 5% en el mes de octubre, llegando a los 7,9 millones de pasajeros. Sin embargo, es muy destacable que el incremento se da mayoritariamente en el segmento de los vuelos de 'bajo coste'. Este tipo de aerolíneas han incrementado un 9,1% su número de viajeros extranjeros en comparación con el mismo mes del año pasado. Mientras que las compañías aéreas tradicionales apenas consiguieron una variación de un punto, concretamente del 0,8%.

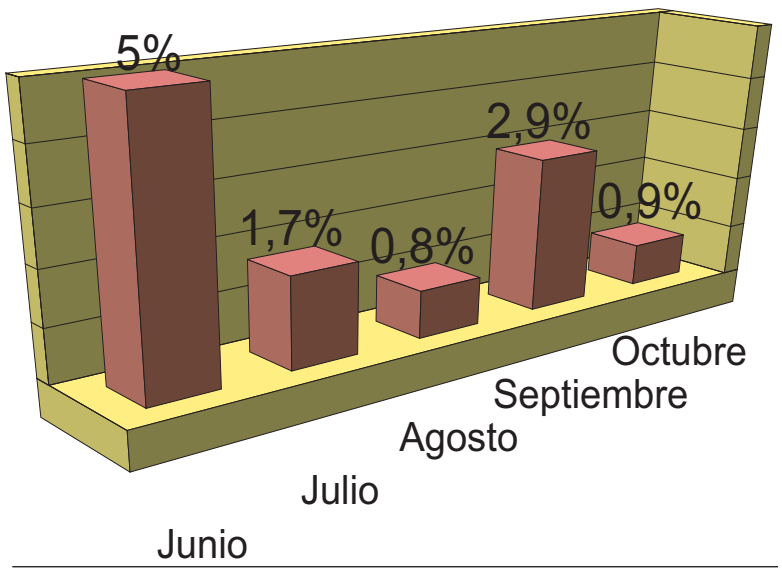
Con ello, según los datos de Aena, las líneas *low cost* han transportado el décimo mes del año a más de la mitad de los pasajeros internacionales; el 52,5% frente al 47,5% de las convencionales. Este dato sigue la senda de primavera y verano, cuando las *low cost* ya acaparaban más de la mitad del flujo aéreo. Entre los meses más destacables para estas compañías está mayo, mes en el que se hicieron con el 54,3% del mercado total.

Sin embargo, en los meses de otoño e invierno el resto de aerolíneas solía tener un peso más igualado o incluso superior al de las de 'bajo coste'. En octubre de 2016, las líneas tradicionales llegaron a superar los 3,7 millones de viajeros (con una variación interanual del 12,9%), muy cercanos a los 3,8 millones de usuarios que movieron las *low cost*, (y un crecimiento del 14,4%). Posteriormente, entre noviembre de 2016 y febrero de 2017, volvieron incluso a recuperar la mayoría del flujo aéreo. Sirva como ejemplo enero, cuando las aerolíneas convencionales obtuvieron el 51,7% del total de pasajeros. A pesar de ello, desde marzo y hasta octubre, las compañías que han tenido más peso en todos los meses han sido las de 'bajo coste'.

Este crecimiento de las *low cost* no se debe tanto a un gran aumento interanual de ellas, sino a un estancamiento de las líneas tradicionales. En los últimos 12 meses, las primeras han crecido por encima de las segundas, incluso en aquellos en las que han tenido una cuota del mercado de pasajeros internacionales menor. En marzo, la variación de las compañías tradicionales llegó, incluso, a ser negativa, cayendo un 0,4%, mientras que las de 'bajo coste' crecieron por encima del 8%. En abril obtuvieron el dato más positivo del último año, con una subida del 16,6%, pero aun así muy por debajo del 21,3% que experimentaron las *low cost*.

De mayo a septiembre, época en la que más extranjeros llegan a los aeropuertos españoles, las aerolíneas de 'bajo coste' han crecido a doble dígito, mientras que el resto solamente ha llegado a un incremento del 5% durante el mes de junio. En otras dos ocasiones, además, han subido por debajo del 1%, en agosto, (0,9%) y octubre (0,8%).

Variación anual de las líneas tradicionales



Fuente: Aena. © NEXOTUR

Acumulado 2017

A falta de los resultados de los dos últimos meses, es previsible que 2017 sea el primer año en el que el flujo aéreo que mueven las compañías aéreas de 'bajo coste' sea mayor que el de las tradicionales. El año pasado ya finalizó con un empate entre los pasajeros que transportaron ambos tipos de líneas.

De momento, los datos del acumulado anual reflejan una situación parecida a la de los meses más recientes, sobre todo en el crecimiento. Entre enero y octubre de 2017 han llegado a España cerca de 77,1 millones de pasajeros internacionales, un 8,7% más que en el mismo periodo del año anterior. El tráfico de pasajeros internacionales en las líneas aéreas convencionales acumula una subida interanual del 13,9%. Por su parte, las compañías tradicionales registran solo un crecimiento del 3,5% hasta octubre.