



ABEL MATUTES
Sin planes de venta
Pág. 6 / Matutes, satisfecho con su participación en Globalia



ALEXANDRE DE JUNIAC
Un fuerte crecimiento
Pág. 11 / El tráfico aéreo mundial de pasajeros crece un 7,6% en 2017



RICHARD J. VOGEL
Un gran potencial
Pág. 12 / Para Pullmantur, el potencial de España es tremendo



MIGUEL ÁNGEL DE LA MATA
Muy buena acogida
Pág. 9 / Satisfacción en Viajes El Corte Inglés por su renovación



GABRIEL MATURANO
Efectos de la crisis
Pág. 11 / Las agencias arrastran los resultados de los años de crisis

La nueva Ley de Viajes Combinados podría aprobarse en temporada alta

En la práctica, supondría un duro revés para el Sector de agencias de viajes

El plazo para la transposición en España de la nueva Directiva de Viajes Combinados de la Unión Europea expira el próximo 1 de julio. Y todo apunta a que se

agotará el plazo, por lo que la nueva normativa podría ver la luz en plena temporada de verano, lo que supondría un duro revés para el Sector.



Santiago Prims, gerente de Teldar.

El balance inicial 'ha sido muy positivo'

"Más de 3.000 agencias han confiado en nosotros" en el primer año en España, asegura el gerente de Teldar Travel en España. **Pág. 4**

Alentado a reclamar uno de cada cinco británicos

El 19% de los turistas británicos ha sido instado a denunciar al establecimiento hotelero por enfermedad, según ABTA. **Pág. 11**

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

En noviembre, el Consejo de Ministros aprobó el anteproyecto de Ley y su tramitación urgente para que la transposición de la Directiva de Viajes Combinados finalizara en enero, pero aún no se ha dado luz verde al texto propuesto por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Teniendo en cuenta la lentitud que ha reinado hasta el momento en el proceso de adaptación, todo parece indicar que se apurará al máximo el plazo impues-

to por la Unión Europea, el 1 de julio. De ser así, el Sector de agencias de viajes se vería claramente perjudicado, ya que coincidiría su entrada en vigor con la temporada alta. En la práctica, esto supondría un duro revés para las empresas del Sector, ya que, por ejemplo, las mayoristas publican sus catálogos en marzo o abril, siendo prácticamente imposible cumplir algunas de las nuevas exigencias incluidas en el texto. **Escapate en pag. 7**

Geomoon alcanzó en 2017 las 150 agencias de viaje asociadas

Geomoon ha finalizado 2017 con el objetivo que se marcó en otoño cumplido: 150 puntos de venta asociados. De esta manera, se afianza como la segunda gran red por número de asociados, solo superada por Viajes Carrefour con cerca de 400 oficinas. Antes del verano, el entonces director general de Halcón Viajes-Ecuador, José María Hoyos, avanzó a



Carmen López

NEXOTUR una previsión algo mayor, de 180. Aún así, Globalia siempre ha insistido en que su plan es lograr un crecimiento cualitativo. Así, en sus primeros pasos está llevando a cabo una "minuciosa selección" de agencias consolidadas, con un volumen de negocio superior a los 600.000 euros y de perfil preferiblemente vacacional. **Escapate en pag. 8**

Traveltool incorpora más de 100 agencias en un mes

Prevén finalizar el ejercicio con 600 puntos de venta

Traveltool ha iniciado su actividad como Grupo de gestión en enero, y en este mes ha alcanzado las 110 agencias de viajes. Y como indica su director general, Toni Frau, la previsión que manejan para febrero es "cerrar con unas 225". Así, esperan finalizar 2018 con 600. "Sabemos que no va a ser fácil, y que todavía nos queda un largo camino a recorrer, pero confiamos



Toni Frau

en que la fidelidad que nos han mostrado muchas de las agencias en estos últimos siete años de vida como Traveltool Agencias, se vea ahora recompensada", explica. Igualmente, afirma que "también nos están contactando nuevas agencias interesadas en asociarse a este nuevo modelo, hecho que nos hace ser optimistas de cara al futuro".

Escapate en pag. 6

El 67% de las empleadas en Turismo sufre discriminación

El 67% de las mujeres empleadas en Turismo han sufrido en algún momento de su vida discriminación, según una encuesta de Turijobs. Destaca que afecta en mayor medida en mandos intermedios, con un 74% y perfiles *executive*, 70%. Como se desprende de la encuesta, tanto hombres como mujeres son conscientes de esta desigualdad, con porcentajes del 74% y del 90%, respectivamente. Además, el 84% de las mujeres y el

68% de los hombres considera que ambos géneros no reciben las mismas oportunidades profesionales.

Las agencias de viajes es una de las ramas turísticas más afectada con un 74%. Le superan cocina (84%) y *marketing* y relaciones públicas (76%). En lo que sí coinciden es en su mayor aspiración laboral, que es la mejora de las condiciones laborales. También en los obstáculos, como la falta de oportunidades.

Escapate en pag. 7

SALIDAS del 23 de marzo al 2 de abril de 2018

Semana Santa

Descubre destinos con encanto

DESDE **355€** PRECIO FINAL

Europa Clásica	Europa Oriental	Lejano Oriente
- Praga - Bratislava - Viena - Cracovia - Suiza - Berlín - Múnich	- Bruselas - Copenhague - Helsinki - Oslo - Estocolmo - Lisboa - Oporto	- Londres - Edimburgo - Dublín - Venecia - Florencia - Roma - París
- Albania - Macedonia - Croacia - Eslovenia - Bosnia		- Atenas - Chipre - Estambul - Malta - Armenia - Georgia - Serbia - Rumania - Sicilia - Cerdeña
- Rusia - China - Uzbekistán - India		- Japón - Vietnam - Tailandia - Filipinas

Oriente Próximo

- Túnez
- Egipto
- Marrakech
- Jordania
- Dubai

Cruceros Fluviales

- Gran Crucero por Holanda y sus Tulipanes / Ámsterdam - Rotterdam - Ámsterdam
- Gran Crucero por el Rin Romántico / De Colonia a Estrasburgo
- Gran Crucero por el Danubio / Viena - Bratislava - Budapest

Consultar salidas desde los principales aeropuertos españoles.
Más información y reservas en su agencia o en www.politours.com

POLITOURS

■ CLAVES

La reputación 'online', rol vital

LA ERA DIGITAL en la que vivimos trae consigo numerosas oportunidades de crecimiento para el sector hotelero.

A pesar de la competencia existente en el mercado, los hoteles tienen a su disposición más opciones que nunca para diferenciarse del resto e implementar una estrategia de *revenue management* con resultados óptimos.

La reputación *online*, vinculada estrechamente a la imagen de marca, juega en la actualidad un rol vital en todo plan de ingresos. Los clientes comparten sus experiencias, tanto positivas como negativas, en la Red, de forma tal que tienen el potencial de convertirse en los mayores prescriptores o detractores de los hoteles que visitan. Es necesario escucharlos, conocerlos, saber qué dicen de nosotros y actuar en consecuencia. Cuidar la presencia en redes sociales y contar con un buen servicio de atención al cliente es clave para cumplir las expectativas de los clientes a la vez que mejoramos el contenido de las reseñas que publican. Sin embargo, no todo se reduce al ámbito digital.

A la hora de idear estrategias para fidelizar a los clientes, de hacer que nuestro hotel esté en su *top of mind*, hay que tener en cuenta que, en ocasiones, un pequeño detalle vale más que mil tácticas de mayor envergadura. ¿A qué me refiero? Si queremos, por ejemplo, impulsar nuestra página de reservas —página que, por cierto, debe ser intuitiva y con un buen nivel de usabilidad—, se puede optar por dar un obsequio o *upgrade* a aquellos clientes que lleven a cabo la acción. Un gesto simple pero efectivo para que quieran repetir la experiencia en el futuro.

A menudo oímos la frase de que un trabajador feliz aumenta la productividad de la empresa. Y no carece de razón. Los trabajadores son los activos más importantes de cualquier hotel: para conseguir el máximo rendimiento tienen que sentirse valorados.

Asimismo, es fundamental realizar informes regularmente en los que se refleje tanto la curva de reservas como los comportamientos de los clientes. En este sentido, los hoteleros deben estar al día de la actualidad y seguir con atención las tendencias del sector para analizar en qué medida el hotel puede incorporarlas al negocio.

☞ Paul Noel es director de Expansión de Logis en el Sur de Europa.

‘Gracias a la tecnología, los viajeros tienen muchas posibilidades y, por lo tanto, están menos dispuestos a invertir su tiempo en encontrar la mejor opción. Un ejemplo claro podría ser el tiempo que tarda alguna web en cargarse’, señala el director regional de Iberia y Brasil de SiteMinder

TRIBUNA



☞ MATEUS COELHO

Tecnología del futuro para un Turismo 'vintage'

LO VINTAGE ES la tendencia que nos rodean hoy en día. Y no solo en la moda, vemos cómo muchos hoteles utilizan la decoración para crear atmósferas en sus habitaciones que transporten a sus huéspedes a la época de los conquistadores, a los gloriosos años 20 o al lujo de los colores pastel de Marie Antoinette.

Si me pongo a pensar en esas épocas y en cómo funcionaban las cosas, no puedo evitar plantearme cómo eran capaces los hoteles de entonces de realizar todas las reservas, de atraer a la clientela y de convertirse en iconos de una ciudad como son, por ejemplo, el Ritz o el Palace en Madrid. Imaginad un hotel del 2018, con la tecnología, las herramientas tan modernas, los móviles, Internet, ¿podrían funcionar sin la tecnología? ¿Podrían crear esos ambientes tan únicos y especiales?

Pongamos como ejemplo España. Existen numerosas razones que han llevado al país a convertirse en una de las cunas del Turismo mundial con alrededor de 75 millones de turistas al año. Una de esas causas principales es la tecnología. Según varios estudios, hoy muchos viajeros no reservan un hotel sin antes haber visitado alrededor de 38 webs distintas entre agencias de viaje *online* como Booking.com, Expedia o Destinia; 'portales' con comentarios y referencias del estilo de TripAdvisor, en Hotels.com o LateRooms.com; o incluso las propias webs de los hoteles. La mentalidad y la forma de viajar de las nuevas generaciones es un mundo completamente nuevo que, sin duda, no sería posible sin la tecnología. Esos 'clics' son los que dan las referencias al hotel, los que reservan las habitaciones, los que buscan en Google. Los 'clics' son los que cuentan hoy, son los que representan las decisiones y, en numerosas ocasiones, a los consumidores.

Estamos en la era de la gratificación y de las recompensas instantáneas. La tecnología ha creado una cultura en la que los viajeros no pueden esperar para publicar una foto del increíble restaurante en el que están cenando. Hemos entrado en el universo del 'me gusta'. Corazones y caras sonrientes en Instagram, en Facebook, en Twitter... Eso es lo que muchos consumidores buscan y reclaman a gritos. La lealtad a las marcas ya es cosa del pasado y, ahora, hay personas que confían más en las referencias que aparecen en las redes sociales que en los 'portales' profesionales de viaje.

Vamos a intentar ver el lado positivo y eficiente de los 'me gusta'. Las redes sociales pueden ser una herramienta increíblemente útil, y gratuita, para promocionar a los hoteles. Que etiqueten tu propiedad en una foto idílica o en un plan increíble puede

ya suponer una percepción negativa para el viajero. Si, además, el paquete de la habitación no les atrae de inmediato o si las fotos no son nítidas y atractivas, será una reserva perdida.

En 1966 España contaba con alrededor de 29.200 hoteles en todo su



ayudarte a alcanzar a un número enorme de viajeros. Así como también publicar imágenes de los huéspedes, de los rincones más especiales de cada estancia, de mascotas en el caso de

aceptar animales, etc. Parecen cosas insignificantes, pero si nos intentamos acercar a las generaciones del futuro, tenemos que ser conscientes de que eso es el futuro. Cada vez lo visual gana más terreno, es más directo, más potente.

Si tu hotel, por ejemplo, no es atractivo a primera vista, muchos viajeros no querrán ir. Ya no se trata simplemente de buscar un lugar donde dormir en vacaciones. Es toda una experiencia y los turistas del siglo XXI son más exigentes, quieren viajes personalizados, habitaciones que sean mucho más que una cama y una bañera. Quieren un hogar para un fin de semana, un sueño convertido en realidad, un descanso de todo el año de trabajo y una foto para las redes sociales y, todo eso, lo quieren ya.

Gracias a la tecnología, los viajeros tienen muchas posibilidades y, por lo tanto, están menos dispuestos a invertir su tiempo en encontrar la mejor opción. Un ejemplo claro podría ser el tiempo que tarda, algunas veces, una web en cargarse que, aunque sean solo unos segundos, eso

territorio. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2016, 50 años más tarde, había registrados 156.367 alojamientos entre hoteles, hostales, apartamentos turísticos y *campings*.

La competencia se ha convertido en uno de los principales retos para los empresarios del sector y actualmente la mejor forma de potenciar tu negocio, atraer a turistas y aumentar los beneficios es preguntarse cómo la tecnología puede ayudar. Aquí propongo siete claves:

1. Porque la tecnología proporciona al hotel un alcance global más amplio que, de otra forma, no podría conseguir. En los viejos tiempos, los hoteles se limitaban a promocionarse repartiendo folletos en la calle, pagando una fortuna por una valla publicitaria junto a la autopista y haciendo llamadas muy comerciales, frías y sin ningún tipo de empatía. No solo era increíblemente molesto e ineficiente, sino que, además, limitaba el alcance del hotel y la capacidad de atraer a clientes de otros lugares del mundo.

2. Porque, gracias a la tecnología, los hoteles independientes, llenos de encanto y con no más de 50 habitaciones, pueden competir con esas enormes cadenas que, por lo general, suelen tener más recursos para

publicidad, marketing y distribución. Ahora, la tecnología es un recurso al alcance de todos y a unos precios increíblemente competitivos.

3. Porque la tecnología brinda a los hoteles la capacidad de atraer clientes directamente a través de su página web. La imagen principal es lo que describe, de un solo vistazo, cómo será la estancia entera. Los hoteles compiten por los huéspedes, ya no solo con sus vecinos, sino también con las propias agencias *online* y con los metabuscadores como Google, por eso es esencial que al acudir a la *home* de la web de un hotel, la persona sienta que ese es el lugar en el que debe quedarse durante su viaje. La tecnología ofrece esa oportunidad de sacar el mayor partido posible a cualquier alojamiento, para que cada vez que alguien haga 'clic' en tu web no se vaya sin reservar.

4. Porque, como sabemos, los hoteles son negocios y su objetivo principal es conseguir beneficios al menor coste posible. Hoy, una propiedad puede conectarse a más canales con una mínima inversión gracias a soluciones como, por ejemplo, un *channel manager*. Con esas conexiones puede atraer a más clientes y, con esos nuevos huéspedes, consigue aumentar beneficios.

5. Porque con la tecnología todo está automatizado y no se requiere mano de obra extra, ni un esfuerzo excesivo. Abrirse caminos hacia el futuro

ro e implementar las nuevas soluciones no solo facilitan la forma de trabajar sino que, además, ahorra costes al hotelero.

6. Porque si consigues que los huéspedes reserven directamente en la web del hotel, porque has utilizado las herramientas

apropiadas para crear una página sencilla y atractiva, las comisiones de las agencias de viajes *online* irán disminuyendo, por lo que continuarás aumentando tus beneficios.

7. Porque la tecnología ofrece a los hoteleros la capacidad de analizar los datos de sus propiedades y ver qué mensajes, canales y precios son más efectivos para tu negocio y, así, elaborar una estrategia para mejorar la experiencia del viajero.

Una vez conocidas las respuestas a esta pregunta, los hoteleros tienen la capacidad de tomar decisiones más inteligentes con la información necesaria para conseguir llegar a los clientes de manera más eficiente, rápida y personal.

☞ Mateus Coelho es director regional de Iberia y Brasil de SiteMinder.

Las redes sociales pueden ser una herramienta increíblemente útil, y gratuita, para promocionar hoteles

La tecnología proporciona al hotel un alcance global más amplio que, de otra forma, no podría conseguir

OPINION

NEXOTUR

PERIÓDICO 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 LÍBANO (ESCAPARATE Y MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA BÁEZ (REUNIONES), DANIEL GALLEGU ALÍAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORJA (DESARROLLO), GERMÁN RUIZ (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), GERGAÑA ORLINOVA (EVENTOS), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN), MAMEN MARTÍNEZ (DISEÑO) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR).

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

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

NEXO
 editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:

✉ LOPE DE VEGA 13. 28014 MADRID
 ☎ TELÉF. + 34 913 694 100 (10 LÍNEAS)
 ✉ E-MAIL: REDACCION@NEXOTUR.COM

DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO: JAVIER CONTRERAS
DIRECTOR JURÍDICO GRUPO NEXO: SANTIAGO MORATALLA SALVADOR
DIRECTOR DE INFORMATIZACIÓN Y PROCESOS: JOSÉ MANUEL DÁVILA
DIRECTOR DE PLATAFORMA DIGITAL Y WEBSITE: JOAQUÍN ABAD

DEPARTAMENTOS | PROPIEDAD INDUSTRIAL: HERRERO Y ASOCIADOS **FACTURACIÓN:** MARÍA JOSÉ GONZÁLEZ / **PERSONAL:** ALEJANDRO LÓPEZ **DISTRIBUCIÓN:** MERCEDES LEÓN / **ADMINISTRACIÓN:** JORGE DE JORGE **SUSCRIPCIONES:** MAR FERNÁNDEZ / **BASES DE DATOS:** NEXODATA

PUBLICIDAD/DEPARTAMENTO PROPIO: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO) **MADRID:** MERCEDES LEÓN, FERNANDO GONZÁLEZ / **BARCELONA:** PEPITA HERNÁNDEZ

SERVICIOS EDITORIALES: ABORDA (ASESORÍA), NEXOPUBLIC (CONSULTORÍA), NEXO CREATIVO (CREATIVIDAD PUBLICITARIA), TURNEXO Y NEXOBUSINESS (FERIAS), NEXOTEL (COMUNICACIÓN), NEXODATA (BASES DE DATOS), GRÁFICAS DE PRENSA DIARIA (IMPRESIÓN, PAPEL Y EMBLÍSTADO) Y CORREOS (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 (INTERNATIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966
 TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO

Nexo

▲ CHECK-IN / MESA DEL TURISMO

Prof. Figuerola: 1,96 por cada euro

El Turismo tiene año tras año un peso más relevante en la economía española. Su producción (directa e indirecta) alcanza en 2017 los 255.616 millones de euros, con un aumento interanual del 5,8%. "En términos absolutos, la producción del Turismo se ha incrementado en 14.152 millones", como destaca al respecto el experto en Economía y Turismo de la Universidad Nebrija, doctor Manuel Figuerola.

Según los datos divulgados por su departamento, en colaboración con la Mesa del Turismo y en el marco de Fitur, la aportación del Turismo al Producto Interior Bruto (PIB) anual asciende ya al 11,78%, un porcentaje nunca antes alcanzado. También mantiene una tendencia positiva en cuanto a su contribución a la Balanza fiscal, que se sitúa en el global del año 2017 en 27.493 millones.

Un dato que demuestra el efecto multiplicador del Turismo es que por cada euro que se gasta en productos turísticos (hoteles, billetes de avión, etc.) se generan 1,96 euros adicionales en otros sectores de la Economía, lo que para la Mesa "deja patente su relevancia crítica para la economía española".

En palabras del presidente de la Mesa del Turismo, Abel Matutes, la "recuperación económica en España debe mucho al Turismo y, por desgracia, este mérito no es suficientemente conocido (ni reconocido) por la Sociedad". En términos muy similares se expresa Figuerola, que incide en que se trata de "una activad transversal, que hay que analizar en todas sus implicaciones para tener una visión lo más completa y real posible, lo que significa considerar su colosal impacto tanto inducido como indirecto".

La nueva Directiva de viajes Combinados... ¡en verano!

INQUIETUD ANTE BRUSELAS. El retraso en el proceso de transposición en España de la Directiva de Viajes Combinados podría tener consecuencias nefastas para el Sector. El motivo de la preocupación de las agencias de viajes españolas es que todo apunta a que esta nueva normativa podría ver la luz en plena temporada de verano, debido a que el plazo para hacer efectiva la transposición expira el próximo 1 de julio.

En tal caso, muchas agencias españolas podrían verse claramente perjudicadas por el retraso en la transposición de la nueva Directiva de Viajes Combinados en España. Y es que, teniendo en cuenta la lentitud que ha reinado hasta el momento durante el proceso de adaptación, todo parece indicar que el Gobierno español apurará al máximo el plazo que ha impuesto por la Comisión Europea.

De ser así, el cambio normativo entraría en vigor en plena temporada de verano, ya que la fecha límite para que los Estados miembros lleven a cabo las modificaciones exigidas por Bruselas es el 1 de julio del presente ejercicio. En la práctica, esto supondría un duro revés para muchas empresas del Sector, tanto minoristas como mayoristas, ya que, por ejemplo, los turoperadores españoles publican los catálogos con sus programaciones de verano en marzo o abril, siendo prácticamente imposible cumplir algunas de las nuevas exigencias incluidas en el texto.

Como publicó NEXOTUR, a principios de noviembre, hace ahora más de tres meses, el Consejo de Ministros aprobó el anteproyecto de Ley por el que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los

Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. Su compromiso fue que la transposición finalizase el 1 de enero de 2018, lo que llevó al Consejo de Ministros a aprobar también la tramitación urgente del mismo.

Sin embargo, más de un mes después de la fecha indicada, aún no se ha dado luz verde al texto que había propuesto el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

Según varios expertos consultados por NEXOTUR, resulta poco probable que en menos de cinco meses, es decir, antes del 1 de julio, se den todos los pasos necesarios para que la nueva Ley de Viajes Combinados entre en vigor en las Comunidades autónomas, las cuales tienen las competencias. Salvo

que la Administración lleve a cabo el procedimiento con la mayor urgencia, no parece factible que se pueda cumplir con los tiempos establecidos por Bruselas.

El próximo paso debería ser la presentación del anteproyecto definitivo, que deberá ser ratificado por el Consejo de Ministros primero y, a continuación, por el Congreso de los Diputados. Finalmente será el turno de las Comunidades autónomas. Si bien, debido a la falta material de tiempo, lo previsible es que no se introduzca cambio alguno en el texto y se apruebe tal cual.

En caso de que no se cumpla con el plazo fijado, España se expone a duras sanciones por parte de las autoridades europeas. Y si se aprueba en pleno verano, será el Sector quien el incumplimiento gubernamental. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

La posibilidad de que la nueva Directiva de Viajes Combinados europea se transponga en plena temporada de verano genera una gran preocupación en el Sector y, especialmente, en las mayoristas

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Carles Puigdemont

La factura del *procés* independentista catalán está a la vista: a la caída del receptivo en Barcelona y resto de Cataluña se une el parón de inversiones hoteleras en la Ciudad Condal o la salida de empresas turísticas catalanas, la última de



las cuales es Hotusa. Hasta los pensionistas españoles han descartado mayoritariamente Cataluña para los viajes para la tercera edad del Imerso. Y el MICE se podría ver muy afectado. Una deriva cuyo máximo exponente es Puigdemont.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / ENDEUDAMIENTO

¿Crisis superada? No del todo

¿Han superado ya la crisis las agencias de viajes? NEXOTUR ha insistido en que, pese a la recuperación de la demanda emisora, son todavía muchas las agencias (y especialmente los agentes, a título personal) que arrastran el endeudamiento al que se vieron obligados a someterse para salir adelante.

"Las cifras son mejores y los resultados están siendo positivos, y además se percibe una mayor alegría en las oficinas", reconoce el director general de Europa Viajes, Gabriel Maturano, "pero de ahí a considerar a las empresas recuperadas de la crisis, creo que no". Y es que, en opinión del responsable del Grupo Europa Viajes aún es pronto para hablar de superación de la coyuntura adversa que ha impactado con dureza en el segmento emisor de viajes español durante casi una década. "Muchas agencias mejoran sus ventas, pero aún arrastran los malos resultados de los años de crisis", apunta Maturano, diciendo a las claras lo que otros callan, aplicando el axioma de todo vendedor: hablar siempre en positivo para estimular las ventas...y que la procesión vaya por dentro.

En una entrevista con NEXOTUR, el directivo califica a 2017 de "un año atípico", ya que aunque "el primer semestre fue muy bien, se paralizaron los crecimientos en verano, y después, pese a la incertidumbre política, lo cierto es que no ha sido un mal trimestre", revela. A su juicio, "el balance hay que considerarlo positivo", debido a que "no ver números rojos en las cuentas de explotación de las agencias no es solo bueno, sino todo un éxito". Análisis que NEXOTUR comparte plenamente.

«Todos los Grupos de gestión vieron muy claro desde el principio cuál era el proyecto de Teldar Travel / Tenemos por delante un gran margen de crecimiento / Tenemos la mayor página web de alojamientos del mercado con aproximadamente 600.000 establecimientos / Nuestro gran valor es el servicio / Planificamos abrir otros países en el futuro»

«Esperamos ser el referente de las agencias en un tiempo no muy lejano»

Santiago Prims / Gerente de Teldar Travel en España



Teldar Travel desembarcaba en la recta final de 2016 en el mercado español con la promesa de ofrecer a los agentes de viajes mayor rentabilidad que el resto de plataformas Business to Business (B2B). La central de reservas hoteleras, que trabaja en exclusiva con agencias, proseguía así con su plan de expansión en Europa. De origen francés, fue fundada en 2009 por Olivier Delouis y Stéphane de Laforcade, Teldar Travel pone a disposición de los profesionales del Sector una cartera global de 600.000 alojamientos disponibles en tiempo real.

Según aseguran sus impulsores, su valor añadido es "aportar a los agentes de viajes una mayor rentabilidad a través de los mejores precios del mercado y facilitarles las gestiones ligadas a las reservas con servicios turísticos, siendo así percibido como un proveedor de referencia". En palabras de su cofundador y codirector, Olivier Deloui, "más que proveedores, queremos ser el socio privilegiado del agente de viajes, brindarle nuestro *know how* y la calidad de nuestro trabajo, conectando con sus deseos y necesidades". Su gerente para el mercado español, Santiago Prims, habla sobre la acogida que han tenido en esta etapa inicial, así como sobre sus planes de futuro.

P.- Teldar Travel desembarcó en la recta final de 2016 en España. ¿Qué balance hace de esta etapa inicial en el mercado?

R.- El balance ha sido muy positivo, por encima de las expectativas que teníamos para el ejercicio 2016-2017. Todo esto ha sido posible gracias a un equipo comercial muy profesional que ha sabido transmitir al agente de viajes el servicio y calidad que ofrecemos. Por supuesto que todo este éxito ha sido posible gracias a los agentes de viajes que nos han acompañado este primer año y esperamos que cada vez se incorporen más, ya que sin ellos este éxito no es posible.

P.- Poco después de su llegada anunciaron la firma de acuerdos con la gran mayoría de Grupos comerciales que operan en el mercado, como Airmet, Gebta, Ceus, Avasa, AGC, Dit Gestión, Europa Viajes, Nego Servicios y Team Group, entre muchos otros. ¿Esto demuestra que su llegada a España ha sido todo un éxito?

R.- Todos los Grupos de gestión vieron muy claro desde el principio cuál era el proyecto de Teldar Travel y las personas que lo formaban. Nos abrieron las puertas desde el principio y nos han ayudado a posicionarnos en el mercado.

P.- ¿Con cuántas agencias de viajes españolas trabaja en estos momentos Teldar Travel?

R.- A día de hoy más de 3.000 agencias han confiado en nosotros, y cada día vamos incorporando más empresas. En este mes de enero acabamos de firmar un acuerdo con una vertical que nos va a dar la posibilidad de incrementar con 250 puntos de venta más.

P.- ¿Cree que hay margen de crecimiento en número de puntos de venta colaboradores?

R.- Tenemos por delante un gran margen de crecimiento.

Según vamos visitando a los clientes, éstos se van incorporando a nuestro proyecto. Nos queda mucho trabajo por realizar.

P.- ¿En qué se distingue su plataforma B2B del resto de centra-

les de reservas que están a disposición de los agentes de viajes?

R.- Es la mayor página web de alojamientos del mercado con aproximadamente 600.000 establecimientos. Si no encuentra un hotel en Teldar Travel, difícilmente lo puede encontrar en otra plataforma. Esto hace que no tengan que perder tiempo en diferentes páginas web para obtener el mismo resultado en un único entorno. Y lo más importante es que nuestra tecnología es propia, lo que nos permite realizar modificaciones de la web con mucha rapidez y seguridad.

P.- ¿Podría detallar en qué consiste su oferta y cuáles son algunos de los servicios más destacados que ofrecen a las agencias?

R.- Nuestro gran valor es el servicio. Ofrecemos máxima disponibilidad en un único entorno, recon-

firmamos todas las reservas de hotel 48 horas antes de la entrada del cliente, disponemos de un servicio 24 horas, así como de un departamento de asistencia a los agentes de viajes de 09:30 a 20:00 horas.

P.- Aunque su empresa lleva operando poco más de un año en España, todo parece indicar que la acogida ha sido magnífica por parte de los profesionales de la industria. ¿Qué posición o cuota de mercado calcula que tiene Teldar Travel en España?

R.- Hoy en día los agentes de viajes nos comparan con los grandes jugadores del mercado, lo que nos hace estar en una posición muy

cómoda. Día a día vamos creciendo y esperamos en un tiempo no muy lejano ser el referente de las agencias de viajes.

P.- ¿Existe una gran competencia en este negocio?

R.- Por supuesto que sí, y toda competencia es buena y necesaria. Nunca he estado a favor de sectores donde sólo haya una empresa que sea exclusiva. De esta manera, el agente puede elegir la empresa con la que se sienta más cómodo y valorar el servicio que se le ofrece.

P.- El cofundador y director de Teldar Travel, Olivier Delouis, afirmó que su plataforma está "pensada y diseñada para facilitar la vida a los agentes de viajes". ¿Puede explicar por qué es tan útil?

R.- Al ser la mayor web de alojamientos y tener conectados a los mayores receptivos mundiales, nuestra plataforma hace que el agente de viajes no tenga que estar consultando diferentes páginas web que ofrecen el producto que nosotros tenemos. Nosotros le ofrecemos todo en una única web. Además de eso, Teldar Travel es capaz de ofrecer a los agentes de viajes una interfaz fácil de uso, intuitiva, veloz, y ergonómica.

P.- Cuando Teldar Travel llegó a España, hace poco más de un año, prometió a los agentes mayor rentabilidad que el resto de centrales B2B. ¿Cómo lo consiguen?

R.- Lo logramos ofreciéndoles una buena contratación directa y precios muy competitivos.

P.- ¿Alguna novedad para 2018?

R.- Desde enero pasamos a formar parte del Grupo Accor, lo que nos da un gran respaldo al pertenecer a una de las mayores cadenas hoteleras y empresas del Sector.

P.- Teldar Travel tuvo una participación destacada en la última edición de Fitur. ¿Qué balance hacen?

R.- Para nosotros esta edición ha sido muy positiva, ya que nos han visitado más de 1.000 agentes de viajes, transmitiéndonos felicitaciones por el servicio que les hemos dado. Los encuentros nos han servido para darles las gracias y escuchar sus propuestas. A su vez, hemos renovado todos los acuerdos para el ejercicio.

P.- Además de España y Francia, ¿en qué países está presente Teldar Travel en estos momentos?

R.- La central tiene su origen en Francia, donde somos la referencia del mercado. Estamos también presentes en varios países europeos, como por ejemplo, Bélgica, Países Bajos, Portugal y Luxemburgo.

P.- ¿Tienen previsto dar el salto a más países a corto o medio plazo tras el éxito obtenido en España?

R.- Planificamos abrir otros países en el futuro.

El balance inicial ha sido muy positivo, por encima de las expectativas que teníamos

Si no encuentra un hotel en Teldar Travel, difícilmente lo puede ver en otra plataforma

Más de 3.000 agencias confían en nosotros

Más de 3.000 agencias han confiado en nosotros, y cada día vamos incorporando más empresas. En este mes de enero acabamos de firmar un acuerdo con una vertical que nos va a dar la posibilidad de incrementar con 250 puntos de venta más. Tenemos por delante un gran margen de crecimiento.

Según vamos visitando a los clientes, éstos se van incorporando a nuestro proyecto. Nos queda mucho trabajo por realizar.

Es la mayor página web de alojamientos del mercado con aproximadamente 600.000 establecimientos. Si no en-

contra un hotel en Teldar Travel, difícilmente lo puede encontrar con otra plataforma. Esto hace que no tengan que perder tiempo en diferentes páginas web para obtener el mismo resultado. Y lo más importante es que nuestra tecnología es



✪ SANTIAGO PRIMIS

propia, lo que nos permite realizar modificaciones de la web con mucha rapidez y seguridad. Nuestro gran valor es el servicio. Ofrecemos máxima disponibilidad en un único entorno, reconfirmamos todas las reservas 48 horas antes de la entrada del cliente y disponemos de un servicio 24 horas.



Este invierno haz que tus clientes viajen al abrigo de un Gran Seguro

Este invierno, asegúrate de que tus clientes viajen al abrigo de la tranquilidad y las coberturas más completas que le ofrece el especialista en seguros de viaje: Equipajes, retrasos, anulación, accidentes, asistencia médica, repatriación, responsabilidad civil...

Estas vacaciones protege a tus clientes con ERV, la aseguradora número uno en calidad de servicio. Con ERV viajarán protegidos.

Asegura sus viajes con el especialista en Seguros de Viaje.



ERV, un año más en el top ranking de las aseguradoras mejor valoradas. Barómetro ADECOSE 2017.



Premio Aseguradora más vendida por los agentes de viaje. Medalla al Mérito en el Seguro

www.erv.es



Blog

The travel insurer of **ERGO**

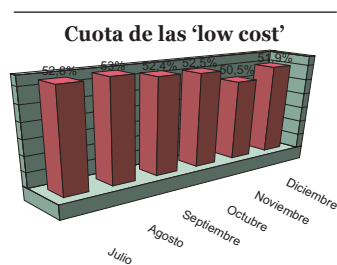


You travel. We care.

ESCAPARATE

El 'low cost' ya supone casi el 52% en España

El año 2017 cierra con un gran avance de las *low cost*, del 13,4%, frente a un moderado aumento de las convencionales, del 3,2%. Así, las *low cost* aventajan al resto con una cuota del 51,9%. **Pág. 32**



La llegada de turistas cae ligeramente en diciembre

España ha sido el punto de destino de casi cuatro millones de turistas internacionales en diciembre, un 0,2% menos que en 2016. Hay que remontarse a enero de 2013 para observar un descenso, entonces del 3,1%. **Pág. 12**



En diciembre el gasto turístico se mantiene

El gasto turístico durante el mes de diciembre cierra en positivo, con un tímido repunte del 0,1%, hasta los 4.530 millones de euros. En Valencia cae un 11,7%, mientras que en Madrid sube un 22%. **Pág. 12**

PRONTUARIO

El Turismo de récord en récord (I)

A SÍ REZABA EL editorial del diario ABC del 29 de diciembre, aunque más oportuno hubiese sido para el 28 de diciembre 2017, Día de los Santos Inocentes. No me cansaré de repetir que el Turismo es la cenicienta de la industria española. Lo primero es que no está considerado como tal, aun siendo una bicoca para el Estado; pues en comparación, recibe pocas ayudas o subvenciones, se aplican a



Antonio Caballos

las diversas empresas por las que gira esta llamada 'Industria sin Chimeneas' una industria humeda: poco contaminante, creadora de empleo (alguno de baja calidad y estacional,

pero... empleo), productora de divisas, impulsora de industrias colaterales y tantísimas cosas más. Bien lo sabemos las mujeres y hombres del Sector, sometidos a unos políticos cambiantes y recurrentes en términos facilones: estadísticas, (eso es lo que más mola) que cuando son positivas todo son fuegos artificiales para sí o apuntarse a la fiesta y cuando son malas, proceden a huir o a criticar. Terminos como estacionalidad, calidad, gasto, "colaboración público-privada", etc. Otras muletillas llenan las bocas de nuestros próceres. Pero... también oímos críticas: cuando vienen turistas, porque vienen, y cuando no vienen, porque no vienen. El hecho es que el Turismo es la única industria que siempre está en el lugar equivocado.

A los profesionales nos gustaría oír otras cosas: ayudas, subvenciones, presupuestos de publicidad inteligentes para un destino único y que entiende todo el orbe: España. Que presten más atención a las economías colaborativas, que le dan tan poco dinero al Estado, a las que no presta atención y causan problemas.

Antonio Caballos García es agente de viajes.

Gran arranque de Traveltool que incorpora más de 100 agencias de viajes en tan solo un mes

‘Confiamos en la fidelidad que nos han mostrado muchas de las agencias de viajes’, señala Frau

Un total de 110 agencias de viajes se han incorporado a Traveltool en apenas un mes tras su conversión en Grupo de gestión, mientras que

su previsión para el cierre de año es llegar a las 600. Pese a este ambicioso objetivo, su director general, Toni Frau, aclara que no están ejer-

ciendo "presión alguna" sobre las agencias. Su apuesta pasa por "intentar ser más que un Grupo de gestión, un *partner* o aliado para las agencias".

Gran inicio de Traveltool tras su conversión en Grupo de gestión (a partir de ahora opera con el nombre Traveltool e-services). En apenas un mes desde la puesta en marcha del proyecto, que echó a andar a principios de enero, "ya se han incorporado unas 110 agencias, y la previsión que estamos manejando es cerrar febrero con unas 225".

En declaraciones a NEXOTUR, el director general de Traveltool, Toni Frau, revela que la previsión para este 2018 es alcanzar las 600 agencias. "Sabemos que no va a ser fácil, y que todavía nos queda un largo camino a recorrer, pero confiamos en que la fidelidad que nos han mostrado muchas de las agencias en estos últimos siete años de vida como Traveltool Agencias, se vea ahora recompensada", apunta. Asimismo, además de sus antiguos clientes, afirma que "también

nos están contactando nuevas agencias interesadas en asociarse a este nuevo modelo, hecho que nos hace ser optimistas de cara al futuro".

Aliado para la agencia

Para lograr este objetivo, su apuesta pasa por "intentar ser más que un Grupo de gestión, un *partner* o aliado para la agencia, con el objetivo de ofrecerle todos los servicios necesarios para mantener su negocio y por supuesto seguir evolucionando". "Además de los acuerdos con proveedores, ofrecemos el producto exclusivo con los turoperadores y consolidadores de SmyTravelGroup, una plataforma B2C para sus clientes finales, y un *marketing* dirigido a agentes y clientes, y luego, nuestra idea a futuro es incorporar nuevos servicios, productos o proyectos tecnológicos", avanza.



Su previsión para el cierre de año es llegar a las 600.

Preguntado por el estado actual del proyecto, Frau detalla que "en los primeros días de este 2018 acabamos de pulir nuestra nueva intranet para poder dar de alta a las agencias que así nos lo solicitaban". "En estos momentos estamos en un periodo de transición, en el que ex-

plicamos a las agencias los motivos del cambio a este nuevo modelo, y sin ejercer presión alguna sobre la agencia les dejamos un tiempo para que valore nuestra oferta frente a su actual Grupo de gestión", prosigue, al tiempo que reconoce que "es una decisión complicada para ellos".

Matutes se muestra satisfecho con su participación del 5% en Globalia y no tiene planes de venta

El presidente del Grupo Empresas Matutes se hizo con una participación del 5% en abril de 2013

El presidente del Grupo Empresas Matutes y Palladium Hotel Group, Abel Matutes, no tiene planes de vender o ampliar su participación en Globalia. En declaraciones a NEXOTUR reitera su "satisfacción" con la gestión del CEO del grupo turístico, Javier Hidalgo, a quien ya elogió en anteriores ocasiones. Si bien matiza que, en caso de llegar una propuesta "saculenta", podría ser objeto de análisis.

En abril de 2013, el empresario Balear y exministro Abel Matutes anunciaba la adquisición del 5% de las acciones de Globalia a través Palladium Hotel Group, cadena perteneciente al Grupo de Empresas Matutes. Una vez formalizada, mostraba su satisfacción

con "esta etapa de colaboración que se abre ahora con Globalia", en especial por el previsible aumento de la conectividad aérea "de Baleares en general e Ibiza en particular con la Península a través de Air Europa".

Buenas previsiones

Como adelantó en el marco de Fitur el presidente de expansión de Globalia, Lisandro Menu, el grupo espera cerrar 2017 con beneficios y mejorar los resultados en 2018. "De acuerdo con el CEO, Javier Hidalgo, vamos bien encaminados para tener beneficios importantes en 2018", afirmó durante el anuncio de la alianza de Air Europa con Sony.



El presidente de la Mesa del Turismo, Abel Matutes.

Iberostar planea seguir con expansión de W2M Pro

World2Meet (W2M) no se conformará con Portugal, mercado en el que aterrizó en junio de 2016. Según revela a NEXOTUR el director de W2M Pro, Jesús Marín, Iberostar se plantea seguir con la expansión de la marca. "El grupo ve con buenos ojos la internacionalización de las líneas de negocio en funcionamiento en España, pero no hay nada preconcebido", indica.

España emite 260.000 turistas a México en 2017

España se consolida en 2017 como el segundo país de Europa que más turistas emite a México. Según los datos dados a conocer por el Consejo de Promoción Turística, solo Reino Unido supera a nuestro país, que cierra 2017 con 260.501 viajeros, un 1,9% más que en 2016. Además, España figura entre las diez primeras potencias emisoras del mundo en este destino.

En 2017 desaparecieron 158 empresas de autobuses

La media de vehículos por empresa de autobuses ha crecido un 18,71% en los últimos 10 años, pasando de 10,54 Veh/Empresa en 2008 a 12,51 en 2017, según el Ministerio de Fomento. Sin embargo, el número de empresas registradas ha disminuido un 14,56% desde 2007, pasando de 3.887 a 3.325, lo que supone la desaparición de 562 empresas, 158 en 2017.

‘Vuelve a Madrid’ incluirá más ofertas para 2018

El programa de fidelización ‘Vuelve a Madrid’, impulsado por la Dirección de Turismo de Madrid Destino para incentivar a los viajeros para que regresen a la capital, está trabajando para integrar nuevas propuestas y establecimientos durante este año. Los usuarios pueden disfrutar de un amplio catálogo de ventajas exclusivas en los más de 40 establecimientos adheridos.

La nueva Ley de Viajes Combinados podría ver la luz en plena temporada alta y perjudicar al Sector

Es poco probable que en menos de cinco meses se den todos los pasos necesarios para que entre en vigor en las Comunidades

El retraso en el proceso de transposición en España de la Directiva de Viajes Combinados podría tener consecuencias nefastas para el Sector de las agencias de viajes. El

motivo es que todo apunta a que la nueva normativa podría ver la luz en plena temporada de verano debido a que el plazo expira el próximo 1 de julio. En la práctica, esto supondría

un duro revés para las empresas del Sector, ya que, por ejemplo, las mayoristas publican sus catálogos para la temporada de verano entre los meses de marzo o abril.

El Sector de agencias de viajes podría verse claramente perjudicado por el retraso en la transposición de la nueva Directiva de Viajes Combinados en España. Y es que, teniendo en cuenta la lentitud que ha reinado hasta el momento en el proceso de adaptación, todo parece indicar que se agotará al máximo el plazo impuesto por la Unión Europea.

De ser así, el cambio normativo entraría en vigor en plena temporada de verano, ya que la fecha límite para que los Estados miembros lleven a cabo las modificaciones exigidas por Bruselas es el 1 de julio del presente ejercicio. En la práctica, esto supondría un duro revés para las empresas del Sector, ya que, por ejemplo, las mayoristas publi-

can sus catálogos en marzo o abril, siendo prácticamente imposible cumplir con algunas de las nuevas exigencias incluidas en el texto.

Duras sanciones

Como publicó NEXOTUR, a principios de noviembre, hace ahora más de tres meses, el Consejo de Ministros aprobó el anteproyecto de Ley por el que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. Su compromiso fue que la transposición finalizase el 1 de enero de 2018, lo que llevó al Consejo de Ministros a aprobar también la tramitación urgente del mismo. Sin

embargo, más de un mes después de la fecha indicada, aún no se ha dado luz verde al texto propuesto por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

Según expertos consultados por NEXOTUR, resulta poco probable que en menos de cinco meses, es decir, antes del 1 de julio, se den todos los pasos necesarios para que la nueva Ley de Viajes Combinados entre en vigor en las Comunidades autónomas, las cuales tienen las competencias. El siguiente paso debe ser la presentación del anteproyecto definitivo, que deberá ser ratificado por el Consejo de Ministros y, a continuación, por el Congreso de los Diputados. Finalmente será el turno de las Comunidades autónomas. Si



El plazo para la transposición concluye el próximo 1 de julio.

bien, debido a la falta de tiempo, lo previsible es que no introduzcan cambios en el texto. En caso de que no se

cumpla con el plazo fijado, España se expone a duras sanciones por parte de las autoridades europeas.

La competencia en el ‘rent a car’ se refleja en los precios

Los precios de las compañías de alquiler de vehículos vuelven a caer en 2017. El sector, en el que la atomización existente provoca una elevada competencia, cierra el año con una bajada del 2,7%. Según el comparador Happycar, en 2016 el descenso fue aún mayor, con una tasa del -4,6%, mientras que su previsión para 2018 es que se mantenga la tendencia a la baja, con un nuevo recorte del 1,3%.

De media, alquilar un coche en España cuesta 15,90 euros al día, por debajo de los 16,34 euros de 2016. Se trata de la tarifa más competitiva entre las grandes potencias turísticas de Europa. Por ejemplo, en destinos competidores como Portugal, Francia e Italia el precio medio es de 25,18, 33,50 y 27,02 euros.

Si se tienen en cuenta los datos de las ciudades e islas donde más volumen de negocio generan las empresas *rent a car*, se aprecia, por un lado, la fortaleza que año tras año mantiene el Turismo de ‘sol y playa’ y, por otro el gran peso que tienen en el sector en las ciudades de marcado carácter cultural y eco-



Los más bajos, en Lanzarote y Sevilla.

nómico. Tenerife, Las Palmas de Gran Canaria y Madrid vuelven a concentrar la mayor actividad, con un 15,6%, un 10,9% y un 7,9% de las reservas totales realizadas en España, respectivamente.

Los tres lugares donde resulta más económico alquilar un vehículo son Lanzarote (11,08 euros de media al día), Sevilla (12,22), y Las Palmas de Gran Canaria (12,83). También llama la atención el fuerte descenso de precios que se ha producido en Madrid durante 2017 (-53,2%), así como en Sevilla (-45,9%) y Fuerteventura (-40,1%).

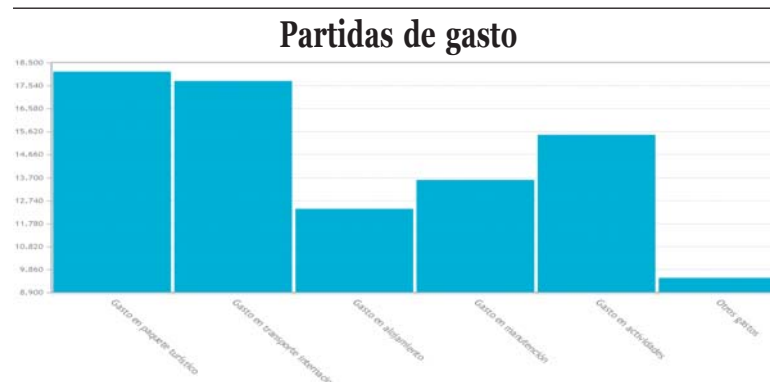
Las aerolíneas son las que más partido sacan del ‘boom’ del receptivo en España

Salvo el ‘paquete’ turístico, en todos se registran crecimientos de dos dígitos

España alcanzó en 2017 una cifra impensable a principios de siglo: 81,8 millones de turistas internacionales y un desembolso total de 86.822,8 millones de euros. En ambos casos se han batido los anteriores récords, y todo parece indicar que en 2018 se mantendrá una tendencia alcista.

¿Beneficia este boom del destino España a los diferentes subsectores turísticos por igual? La respuesta es no, si bien todos y cada uno muestran una evolución favorable. Analizando las partidas de gasto de los turistas internacionales llegados a España en 2017, llama la atención que el desembolso en ‘paquetes’ turísticos crece aproximadamente la mitad que el destinado a aquellos productos y servicios no incluidos en el mismo.

En total, el gasto en viajes combinados asciende a 18.122 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 6,8%. Mientras tanto, el gasto restante sube



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

© NEXOTUR

un 13,6%, situándose en 68.701 millones de euros. Dentro de este segundo apartado, el transporte internacional domina con 17.730 millones y, además, protagoniza el mayor aumento, con una tasa del 16,5%. Por tanto, si se tiene en cuenta que más del 81% de las entradas son por vía aérea, las aerolíneas son las que más partido sacan al gran momento del destino España.

Le sigue el gasto en alojamiento. A pesar de la irrupción de la economía colaborativa, los extranjeros han invertido 12.390 millones de euros en esta cuestión, un 14,3% más que en 2016. También crecen con fuerza las actividades, cuyo desembolso se dispara un 13,6%, hasta 15.483 millones, y la manutención, con un incremento del 13,2%, hasta 13.597 millones.

Jumbobeds da el salto al mercado portugués

Jumbobeds se incorpora al mercado portugués como parte del plan de expansión del Grupo Jumbo Tours. Las agencias de viajes lusas tendrán a su alcance más de 150.000 hoteles del mundo, así como una amplia oferta de traslados. Todo ello a través de "una innovadora solución online de fácil manejo y potentes herramientas de gestión", subrayan desde el grupo.

CEAV celebra jornadas técnicas en Marrakech

Marrakech albergará del 15 al 18 de marzo las jornadas técnicas de CEAV. Organizadas con Luxotour y la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos, congregarán a más de 70 agencias. El objetivo es que los profesionales del Sector conozcan en detalle el destino, sumergiéndose en su cultura, historia y gastronomía. También se abordarán temas de rabiosa actualidad.

Air France abre nueva sala VIP Business en París

Air France ha reabierto en el aeropuerto de París-Charles de Gaulle una sala VIP para la clase Business totalmente rediseñada, renovada y más grande. Con una cocina abierta, saunas privadas y un bar 'detox', la compañía ha creado toda una burbuja de bienestar para sus clientes Business y titulares de la tarjeta de fidelidad Flying Blue Elite Plus.

Marbella renueva la 'Q' del Palacio de Congresos

El Palacio de Ferias y Congresos Adolfo Suárez de Marbella ha renovado el distintivo 'Q' de Calidad Turística. El certificado que reconoce su excelencia y calidad ha sido otorgado en un acto oficial celebrado en la Real Casa de Correos de Madrid y que ha contado con la presencia del presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), Miguel Mirones.

Geomoon cumple objetivos y alcanza las 150 agencias asociadas al cierre de 2017

Globalia apuesta por un crecimiento cualitativo de su nueva marca

Geomoon ha finalizado el año 2017 con 150 agencias asociadas. Se confirma así como la segunda gran red por la cifra de puntos de venta en esta modalidad, solo adelan-

tada por Viajes Carrefour, que aglutina cerca de 400 oficinas. Desde sus inicios, Globalia ha insistido que su plan para este proyecto es lograr un crecimiento cualitativo.

Geomoon se afianza como la segunda gran red por número de asociados. La marca de Globalia, que inició su andadura en marzo de 2016, alcanzó al cierre de 2017 la cifra de 150 puntos de venta asociados. Este fue el objetivo que se marcó en el otoño del pasado año, según revelaron a NEXOTUR fuentes del grupo turístico.

Esta previsión fue algo inferior a la realizada meses antes, concretamente en mayo de 2017, por el entonces director general de Halcón Viajes-Ecuador, José María Hoyos, quien avanzó a este periódico que su objetivo era "llegar a enero de 2018 con 180 puntos de venta". No obstante, Globalia ha insistido en todo momento que su plan para este proyecto es lograr un crecimiento cualitativo. Es por ello que en la etapa inicial ha llevado a cabo una "minuciosa selección" de agencias consolidadas, con un vo-



Se confirma como la segunda gran red por la cifra de oficinas en esta modalidad.

lumen de negocio superior a los 600.000 euros y de perfil preferiblemente vacacional.

Pese a lo incipiente del proyecto (tiene menos de dos años de vida), Geomoon es a día de hoy una de las

marcas de referencia en el modelo de agencias asociadas. Solo le supera en número Viajes Carrefour, que aglutina cerca de 400 oficinas. B the travel brand, por su parte, concluyó 2017 con 95 asociados.

Discriminación laboral de género en el Sector de agencias de viajes

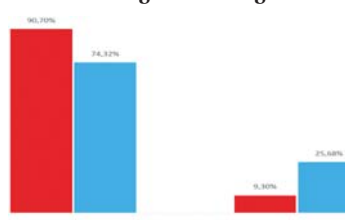
El Sector de agencias es una de las ramas turísticas más afectadas por la desigualdad de género. Según se desprende de un estudio de Turijobs, el 67% de las mujeres empleadas en Turismo han sufrido discriminación alguna vez.

La desigualdad de género, una realidad en el Sector Turístico. Una encuesta de Turijobs revela que el 67% de las mujeres afirman haber sufrido discriminación laboral en algún momento de su vida, afectando en mayor medida en mandos intermedios (74%) y perfiles executive (70%).

Según el informe, tanto hombres como mujeres son conscientes de la existencia de desigualdad entre géneros, con porcentajes del 74% y del 90%, respectivamente. Además, el 84% de las mujeres y el 68% de los hombres creen que ambos géneros no reciben las mismas oportunidades profesionales.

Por ramas de actividad, llama la atención que una de las ramas turísticas más afectadas por esta cuestión es la de agencias de viajes (74%). El porcentaje es aún mayor en cocina y marketing y

¿Existe desigualdad de géneros?



Fuente: Turijobs.

© NEXOTUR

relaciones públicas, con el 84% y el 76%, respectivamente.

Aspiración laboral

Tanto mujeres como hombres coinciden en la encuesta de Turijobs en su mayor aspiración laboral, que resulta ser la mejora de las condiciones laborales. Les siguen un aumento del sueldo y la creación de su propio negocio. Por otro lado, los obstáculos que encuentran, tanto hombres como mujeres, para ascender profesionalmente son la falta de oportunidades, la conciliación con la vida personal y su trayectoria profesional y formativa.

Los espectáculos impulsan el Turismo extranjero en España en 2017, con un aumento del 80% de la venta de entradas

EE UU es donde más entradas se compran para disfrutar de espectáculos en España en deporte, música y toros

StubHub ha registrado en 2017 un importante aumento, por encima del 80%, en la venta de entradas a eventos en España por parte de extranjeros. Este incremento va en línea con la mayor afluencia de turistas a España, que en 2017 volvió a marcar un nuevo récord, 82 millones de turistas extranjeros, un 8,9% más.

Para la elaboración de este análisis sobre la relación entre el Turismo procedente del extranjero y la venta de entradas a espectáculos en vivo, la plataforma de compraventa de entradas de eBay ha estudiado el total de transacciones realizadas por compradores extranjeros que han adquirido entradas para eventos celebrados en España a lo largo de 2017. Del mismo se concluye que Estados Unidos es donde más entradas se compran para disfrutar de espectáculos en España en las tres áreas con mayor número de ventas: deporte, música y toros.

"La industria del entretenimiento en España es un aliciente más para el turista extranjero, somos más que un destino de sol y playa. En el último año nos han visitado artistas internacionales de gran prestigio y hemos acogido eventos deportivos que levantan una gran expectación a nivel mundial. Desde nuestra plataforma hemos podido confirmar el creciente interés que despiertan los eventos en vivo entre este público y estamos convencidos de que la disponibilidad, la variedad de oferta y la facilidad para adquirir sus entradas son un importante estímulo para que siga aumentando el número de extranjeros que asisten a espectáculos locales", comenta el director general internacional de StubHub, Ander Michelena.

A nivel regional, Madrid, Barcelona y Sevilla fueron las ciudades más beneficiadas por el turismo de

espectáculos en vivo, al acoger los eventos más demandados por el público extranjero. Concretamente, Madrid encabeza el ranking de ciudades donde se registraron más ventas de entradas para eventos deportivos. El fútbol también atrajo turistas a Barcelona, que eligieron de destino la ciudad condal para asistir a los partidos más destacados del equipo local.

Conciertos de música

La inclusión de España dentro de las giras de cantantes de talla internacional, también contribuye a potenciar el Sector Turístico en nuestro país. Barcelona se alzó con el primer puesto como destino de extranjeros que adquieren entradas para conciertos de música. En el Top 10 de conciertos más demandados por este público, copado por Ma-



Barcelona, primera como destino por entradas para conciertos de música.

drid y Barcelona, se coló Santander que recibió a un buen número de turistas extranjeros para asistir al concierto de Enrique Iglesias.

Por otro lado, uno de los espectáculos más demandados sigue siendo

las corridas de toros. Los norteamericanos fueron los que mayor número de entradas compraron para ver un espectáculo taurino en nuestro país. A la zaga se encontraron los franceses, seguidos de los alemanes.

Norwegian estrenará nueva sede en Barcelona

Norwegian estrenará nueva sede corporativa en Barcelona. El nuevo edificio que ocupará, ubicado en el polígono Mas Blau II de El Prat, casi triplica en metros cuadrados al actual. El consejero delegado de Norwegian Air Resources, Bjørn Erik Barman-Jenssen, explica que las nuevas oficinas "permitirán albergar, con comodidad, a más de 400 personas".

ERV tramitará siniestros en un plazo de cinco días

ERV Seguros de Viaje tramitará los siniestros en un plazo máximo de cinco días, siempre que la gestión se realice a través su Plataforma de Siniestros Online, disponible para los profesionales, y el expediente no requiera de documentación adicional, como en el caso de una peritación. El ahorro de tiempo beneficiará a los asegurados y a corredores y agentes.

CLIA celebra en Londres la Conferencia de Socios

La Asociación Internacional de Líneas de Crucero (CLIA) ha celebrado la segunda edición de la Conferencia de Socios Ejecutivos del 7 al 8 de febrero en el Hilton London Bankside. Se han dado cita más de 30 ejecutivos de compañías de cruceros, puertos y diversos proveedores del sector. El evento se ha combinado con la Cena CLIA Europa, que se celebró tras el acto de apertura.

TUI apuesta por aviones modernos y eficientes

TUI sigue adelante con la renovación y modernización de su flota aérea en toda Europa. El objetivo es volar de manera más económica, rentable y respetuosa con el medio ambiente. Desde 2013, TUI ha pedido un total de 70 aviones de tipo Boeing 737 MAX para reemplazar los que están actualmente en servicio. Hasta finales de 2018 se entregarán un total de nueve a las aerolíneas del grupo.

Satisfacción en Viajes El Corte Inglés por la marcha de su plan de renovación de sus oficinas

‘Vamos adaptando poco a poco’ la red de oficinas’, asegura el subdirector general de la agencia líder

Tras su nombramiento como consejero del grupo El Corte Inglés, aprobado por unanimidad por el consejo de administración, el director general de Viajes El Corte Inglés, Jesús Nuño de la Rosa, tomaba la decisión de reestructurar la cúpula directiva de la red líder del mercado español.



M.A. de la Mata

Entre otros, creó el nuevo cargo de subdirector general, situando al frente a uno de sus hombres de confian-

za, Miguel Ángel de la Mata, hasta entonces director de contratación.

En su primera entrevista con un medio del Sector, el directivo al alza de la red líder del mercado español habla sobre el plan de renovación de oficinas en el que se encuentran inmersos. "Disponemos de

una amplia red de oficinas con características diferentes y las vamos adaptando poco a poco, según los mode-

los que tenemos establecidos, unas son de estilo colonial-étnico y otras minimalista", detalla. También avanza que "estamos contentos porque esta nueva imagen, con todo lo que conlleva, está siendo muy bien acogida tanto por los clientes como por nuestro propio personal".

Posicionamiento internacional

Preguntado por los motivos que les llevaron a poner en marcha este plan, argumenta que "en los tiempos que

vivimos, la imagen y el diseño tienen una gran relevancia y nos gusta que nuestros clientes y entorno lo aprecien". "No nos podíamos quedar atrás, y hemos querido plasmar nuestra propia identidad corporativa en los puntos de venta, por eso hablamos de diseño, pero también de calidad de servicio, exquisita atención, asesoramiento...", subraya. En definitiva, con todo ello persiguen ofrecer a sus clientes "un entorno amable con identidad propia para que su experiencia de compra sea muy satisfactoria".

Otro de los grandes objetivos de Viajes El Corte Inglés es proseguir con su expansión internacional. A día de hoy tiene presencia en 15 países (España, Portugal, Francia, Italia, Estados Unidos, Cuba, México, Chile, Argentina, Perú, Colombia, República Dominicana, Uruguay, Panamá y Ecuador), y según adelanta De la Mata, "estamos estudiando nuestra posible implantación en nuevos mercados con potencial". No obstante, aclara que "aún no nos hemos decantado por una opción clara".

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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



Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

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

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

NEXOTUR

GRUPO
Nexo

NEXO

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

NEXOTUR®

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES
NÚMERO 1.000 | Año XXII | Edición ESPECIAL NEXOTUR | PRECIO: 15 EUROS

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

EDICIÓN

1000

ESPECIAL



HISTORIA DEL TURISMO EMISOR EN ESPAÑA

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

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

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

El tráfico aéreo mundial crece por encima del 7%

Las compañías aéreas cierran 2017 con un 7,6% más de pasajeros que el ejercicio anterior. Esta tasa de crecimiento es muy superior a la media de los diez últimos años, que se sitúa en el 5,5%. Según los datos de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), la capacidad aumenta un 6,3%, mientras que el factor de ocupación se eleva en nueve décimas, hasta el 81,4%.

Santiago Piña, nuevo presidente del Grupo Ava

Santiago Piña, de Viatges Santa Ponsa, ha sido elegido nuevo presidente de Ava. Sustituye en el cargo a Daniel Canals, que accedió al mismo en enero de 2014. El Grupo comercial, que perteneció a la Alianza de Grupos Comerciales (AGC) hasta finales de 2016, cuenta en la actualidad con 27 empresas y 44 puntos de venta. Apuesta por "seguir dando a los clientes de Baleares el mejor servicio".

Se disparan las reservas anticipadas para el verano

Las reservas anticipadas para la temporada de verano crecen con fuerza en el emisor español. Según revela Bedsonline, experimentan de media un repunte del 30% respecto a 2016. Aquellas realizadas con un año de antelación son las que protagonizan la mayor subida, con una tasa del 43%, seguidas de las efectuadas con nueve meses, con otro incremento del 25%.

Nuba añade a sus servicios un área de comunicación

El Grupo Nuba ha creado un departamento creativo especializado en comunicación para empresas que, además de diseñar planes exclusivos de comunicación para sus clientes, se encargará de añadir un plus de creatividad en la elaboración de propuestas de viajes y eventos, aplicaciones y páginas web, entre otras, para las divisiones de Nuba Eventos y Nuba Incentivos.

Uno de cada cinco turistas británicos es alentado a reclamar por enfermedad al alojamiento hotelero

El teléfono es la forma más común de contacto con los turistas, utilizado en un 14% de ocasiones

Casi diez millones de británicos fueron instados a interponer una reclamación falsa durante las últimas vacaciones. De éstos, siete de cada diez desconocían que esta decisión

puede conllevar penas de cárcel. La Asociación británica ABTA advierte que las reclamaciones falsas cuestan a la industria decenas de millones de libras. Asimismo, avisa

que en numerosas ocasiones las firmas especializadas captan a los viajeros "diciéndoles que hay gran cantidad de dinero esperando a ser reclamada, obviando los riesgos".

Los últimos datos recabados por YouGov, de los que se hace eco la Asociación Británica de Agencias de Viajes (ABTA), ponen de manifiesto la gravedad del problema de las reclamaciones falsas. Según revela, casi uno de cada cinco turistas británicos (19%) ha sido alentado a denunciar al establecimiento hotelero en el que se ha alojado por enfermedad. Es decir, los despachos especializados en este tipo de reclamaciones se pusieron en contacto con 9,5 millones de turistas de este mercado durante las últimas vacaciones de verano.

La forma más común de acercamiento es el teléfono, utilizado en un 14% de las ocasiones. Le siguen mensajes de texto y correos electrónicos,

en ambos casos con un 7%, mientras que las redes sociales concentran el 3%. Llama la atención que un 2% de los británicos instados a demandar al hotel afirman que fueron contactados cara a cara, incluso en los aeropuertos o durante las mismas vacaciones.

Pena de prisión

ABTA, que a mediados de 2017 pasó a la acción a raíz de las presiones recibidas por parte del sector hotelero (principalmente del español), advierte que las reclamaciones falsas cuestan a la industria decenas de millones de libras. Asimismo, avisa que en numerosas ocasiones las firmas especializadas captan a los viajeros "diciéndoles que hay gran cantidad

de dinero esperando a ser reclamada, obviando los riesgos". En este sentido, reitera que los demandantes pueden ser objeto de importantes multas económicas e incluso ser condenados a penas de cárcel.

La nueva investigación revela que siete de cada diez británicos desconocen que presentar una falsa reclamación por enfermedad durante las vacaciones podría conllevar una pena de prisión en Reino Unido o en el extranjero. Y solo dos de cada cinco creen que pueden ser multados por ello.

Por todo ello, ABTA considera crucial que el Gobierno británico adopte medidas urgentes para combatir estas prácticas, que se han disparado por encima del 500% desde el



Imagen de la campaña de ABTA.

año 2013. "Acabar con las lagunas legales antes de la temporada de verano supondrá una gran diferencia

en la lucha contra las reclamaciones falsas", sentencia el director ejecutivo de la Organización, Mark Tanzer.

Muchas agencias arrastran malos resultados de la crisis

"Las cifras son mejores y los resultados están siendo positivos, y además se percibe una alegría en las oficinas, pero de ahí a considerar a las empresas recuperadas de la crisis, creo que no". Por tanto, en opinión del director de Europa Viajes, Gabriel Maturano, aún es pronto para hablar de superación de la coyuntura adversa que ha impactado en el Sector aproximadamente una década. "Muchas agencias mejoran sus ventas, pero aún arrastran los malos resultados de los años de crisis", apunta.

En una entrevista concedida a NEXOTUR, el directivo califica 2017 de "año atípico". "El primer semestre fue muy bien, se paralizaron los crecimientos en verano, y después, pese a la incertidumbre política, no ha sido un mal trimestre", detalla. A su juicio, "el balance hay que considerarlo positivo" debido a que "no ver números rojos en las cuentas de explotación de las agencias es bueno y un éxito".



Gabriel Maturano

En relación a la marcha de Europa Viajes, que roza ya los 200 puntos de venta asociados, Maturano se muestra "muy satisfecho" con "la calidad profesional y humana de esas agencias". "Evidentemente también lo estamos por haber crecido un 20%", añade.

Además, afirma estar convencido de que seguirá incrementando el número de oficinas en este 2018. "Los empresarios de nuestro Sector se están renovando y empiezan a valorar la transparencia, la claridad y el poder ser parte de las decisiones que se toman", argumenta, al tiempo que incide en que "por nuestra parte, vamos a dedicar todos los esfuerzos necesarios en que así sea, sin dejar de lado las mejoras y ampliación de los servicios para que las empresas que ya forman parte de Europa Viajes se sientan cada vez más a gusto y los que vengan puedan apreciar desde el día uno los beneficios de formar parte del grupo".

Phocuswright vincula la turismofobia en España al 'boom' de los alquileres privados

La consultora se hace eco de las protestas de los residentes en destinos turísticos

El destino España ha protagonizado un espectacular crecimiento en los últimos años, situándose a día de hoy como la segunda potencia mundial con más de 82 millones de turistas internacionales recibidos en 2017, solo por detrás de Francia y superando a Estados Unidos. A pesar de los indudables beneficios que aporta este boom turístico, muy bien recibido tanto por el sector privado como por las instituciones públicas, "no todos los españoles están encantados".

Así lo advierte Phocuswright en un estudio en el que hace referencia a la "explosión en el uso de plataformas de alojamientos privados como Aribnb y HomeAway" en España. Según apunta, los residentes en destinos turísticos populares, como es el caso de Barcelona e Ibiza, "están protestando porque el aumento del alquiler vacacional provoca la falta de viviendas a precios asequibles para los locales". Se quejan de cuestiones como "el incremento del tráfico y del ruido en las calles", además de lamen-



Avisa que no todos los españoles están encantados con el Turismo.

tar "la desaparición de negocios tradicionales en favor de nuevos establecimientos orientados al Turismo".

Por todo ello, la consultora avisa que el impacto de la economía colaborativa, causante en gran medida de los brotes de turismofobia que han sufrido varios destinos españoles en verano, supone un gran desafío, llegándose a poner en duda por parte de muchos residentes que el

Turismo contribuya a "mejorar su calidad de vida". No obstante, también hace hincapié en que la actividad turística juega un papel crucial en España, "particularmente en el empleo local". "Esto es muy necesario en este país, donde el alto nivel de desempleo sigue siendo un problema y el movimiento independentista catalán está generando incertidumbre política y económica", concluye.

Pamplona, epicentro del Turismo gastronómico

Pamplona albergará del 22 al 23 de febrero el primer Congreso Internacional de Turismo Gastronómico. Organizado por Gobierno de Navarra y Events & Holidays en el marco de Navartur, ofrece un espacio único para el intercambio de experiencias, relacionarse con los principales expertos en Turismo gastronómico y conocer las últimas tendencias y los casos de éxito a nivel internacional.

Costa Cruceros y Renfe renuevan su alianza

Renfe continuará acercando a los clientes de Costa Cruceros al puerto de embarque. Ambas acaban de firmar la renovación y mejora de su acuerdo, que permite conectar en tren Barcelona y Tarragona, puertos de salida de cruceros Costa, con las principales ciudades españolas (Alicante, Bilbao, Madrid, Málaga, Sevilla y Valencia). La colaboración, desde 2011, se concreta en el paquete 'tren+crucero'.

OPC España ultima los preparativos del congreso

La Federación Española de Asociaciones de Empresas de Organización Profesional de Congresos (OPC España) celebra su 30 Congreso Nacional los días 15 y 16 de febrero en Alcalá de Henares (Madrid), ciudad Patrimonio de la Humanidad. La secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asión, ha confirmado su asistencia a un encuentro que analizará las últimas novedades, retos y amenazas.

El Mobile World Congress reitera su compromiso

La edición de 2018 del Mobile World Congress (MWC) espera generar un impacto económico sobre Barcelona y su entorno de 471 millones de euros, según han destacado el consejero delegado y el director de Marketing de GSMA, John Hoffman y Michael O'Hara, en la presentación del encuentro que seguirá celebrándose en la ciudad condal hasta 2023, según han reiterado.

Pullmantur asegura que 'el potencial del mercado español es tremendo'

'Los resultados son muy positivos, los mejores de los últimos diez años'

Después de un gran 2017, en el que Pullmantur ha superado los 400.000 viajeros, el objetivo para 2018 es "consolidar el volumen de pasajeros". "No será fácil pero es-

toy convencido de que alcanzaremos la meta", afirma su presidente. Entre las novedades para 2018, destaca el lanzamiento de Pullmantur Cruceros Destinos Exclusivos.

Pullmantur no esconde su satisfacción por los resultados de 2017, año que ha cerrado con unos ingresos de 350 millones de euros. La compañía de cruceros ha superado en estos 12 meses los 400.000 pasajeros, de los cuales 165.000 eran españoles. En el caso concreto de estos últimos, consigue un incremento del 34% en comparación con 2016.

"Los resultados son muy positivos, los mejores de los últimos diez años", remarca su presidente y CEO, Richard J. Vogel, quien se muestra convencido de que "el potencial del mercado español es tremendo". "Este espectacular resultado estuvo motivado por el significativo aumento de nuestra oferta en España, llegando a tener tres de nuestros cuatro buques durante la temporada alta frente a los dos del año anterior", explica. En total Pullmantur Cruceros realizó 161 escalas en puertos españoles, de las cuales cerca del 70% fueron de embarque y des-

embarque. De cara a 2018, la cifra se mantendrá prácticamente igual.

Consolidar cifra pasajeros

Para esta nueva temporada, Vogel revela que "nuestro principal objetivo es consolidar el volumen de pasajeros alcanzados en 2017". "No será fácil pero estoy absolutamente convencido de que alcanzaremos nuestra meta", añade. Para conseguir este objetivo la naviera "trabaja intensamente desde todas las áreas de la compañía para mejorar aún más nuestro producto, ofreciendo novedades, y siempre potenciando nuestro principal atributo: somos la única naviera que trae el estilo de vida español a la manera de viajar en crucero", prosigue.

Entre las novedades para 2018, destaca el lanzamiento de Pullmantur Cruceros Destinos Exclusivos. Esta submarca engloba itinerarios que "invitan a los pasajeros a vivir sus vacaciones con gran intensidad y les



El presidente y CEO de Pullmantur Cruceros, Richard J. Vogel.

ofrece la posibilidad de realizar excursiones y actividades tematizadas a bordo en función del recorrido", explican desde la empresa. Bajo este paraguas se encuentran las siguientes rutas: Expedición al Círculo Polar, Rincones Secretos del Mediterráneo y Dubái y Leyendas de Arabia.



Los pagos ascienden a 1.717 millones de euros en noviembre.

Se produce una desaceleración del emisor en la recta final de 2017

Esta tasa es tres puntos inferior en comparación con la registrada en octubre, cuando se produjo un crecimiento interanual del 8,8%, con 1.919 millones de euros. También en dicho mes se produjo una desaceleración, ya que se venía de tres meses consecutivos con subidas de dos dígitos: +13% en julio, +14,1% en agosto y +12,6% en septiembre.

Pese a esta clara ralentización, los pagos por Turismo han superado en 11 meses la cifra récord de todo 2016, cuando el desem-

bolso de los españoles se situó en 17.437 millones de euros. Sin contabilizar diciembre, en 2017 el gasto se eleva a 18.019 millones, un 12,2% más que en el mismo periodo del año anterior.

En relación a los ingresos, también se rebasa en 11 meses la cifra alcanzada en el global de 2016, cuando se llegó a los 54.660 millones. En concreto, los visitantes internacionales han desembolsado hasta noviembre 57.058 millones, un 10,8% más que en el mismo tramo del ejercicio anterior.

La crisis catalana provoca la primera caída del destino España en casi cinco años de subidas

Cataluña sufre durante el mes de diciembre un desplome del 14% en la llegada de turistas

La inestabilidad política en Cataluña empieza a castigar al destino España. La situación que se vive en la Comunidad, de la que vienen haciéndose eco en los últimos meses los medios internacionales, ha provocado que se transmita una imagen de inseguridad que en nada ayuda a la actividad turística. Tampoco juega a favor del destino la incipiente recuperación de competidores como Túnez, Turquía y Egipto.

En el caso concreto de Cataluña, primera potencia turística de España, el mes de diciembre ha sido nefasto en lo que respecta a la llegada de turistas internacionales. Lo ha cerrado con 823.427 viajeros, lo que supone una drástica caída del 13,9%. Cabe recordar que en octubre, cuando tuvo lugar el referéndum, se puso

fin a la tendencia alcista protagonizada por el destino durante años, con un retroceso interanual del 4,7%. Un mes después, en noviembre, se suavizó el descenso, con una tasa negativa del 2,3%.

Efecto contagio

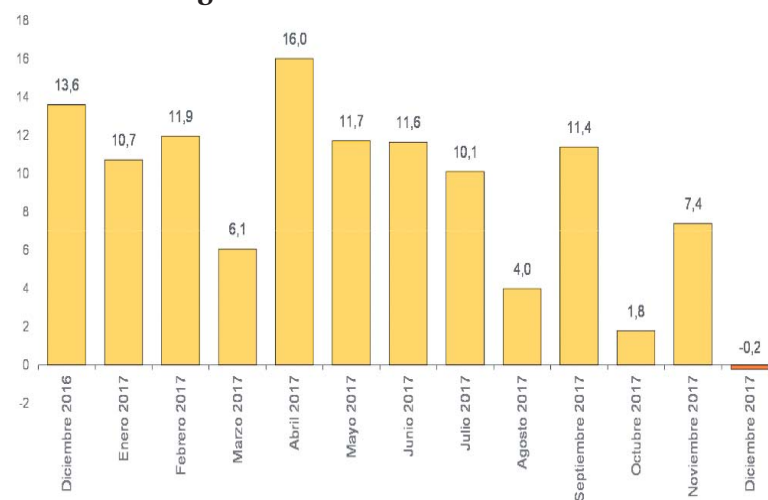
Pero además del desplome sufrido por Cataluña, como ya avanzaron algunos expertos, la crisis política podría estar teniendo un efecto contagio. Todos los grandes destinos nacionales han experimentado una ralentización en los últimos meses del año e incluso Baleares ha registrado en diciembre un retroceso del 2%.

En total, España ha sido el punto de destino de casi cuatro millones de turistas internacionales en diciembre,

lo que supone un ligero descenso del 0,2% en relación al mismo mes del año anterior. Aunque leve, con esta caída se pone fin a 58 meses consecutivos de subidas. Es necesario remontarse a enero de 2013 para observar un descenso (-3,1%).

En cuanto al gasto turístico, diciembre sí se cierra en positivo, con un tímido repunte del 0,1%, hasta los 4.530 millones de euros. En este caso, son varias las Comunidades autónomas que salen mal paradas. Llama la atención que la Comunidad Valenciana sufre el mayor retroceso, con una variación negativa del 11,7%. Le siguen Cataluña y Andalucía, con bajadas del 6,8% y del 6,6%. En el lado opuesto se sitúa Madrid, en donde el gasto turístico crece por encima del 22%.

Llegada de turistas internacionales



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

© NEXOTUR

Autobuses por Europa en la página de OUIBUS



OUIBUS presenta una página en Internet bien diseñada con una amplia información sobre servicios de transporte por carretera en Europa Occidental, incluyendo un completo sistema de gestión de reservas, pero no es válido para las agencias.

Nueva página web del Palacio de la Magdalena



El Palacio de la Magdalena ha sustituido la web dedicada a su centenario, por otra de nuevo diseño, que mantiene una amplia información sobre el edificio, pero sin agenda de eventos ni tarifas de sus servicios, para lo que ofrece un formulario.

Alojamientos y servicios de Turismo de Finlandia



El Consejo de Turismo de Finlandia ha completado su página oficial de Turismo mejorando sus contenidos y estructura y añadiendo el área 'Mi estadía' en la que incluye información y mapas activos de alojamientos y otros servicios.

Una versión 'responsive' de la 'website' de Aehcos



Aehcos presenta una nueva versión de su página, compatible para cualquier tipo de terminal en la que, con nuevas presentación y estructura de accesos, presenta una información con pocos cambios mientras sigue sin gestión de reservas.

Serhs Tourism presenta su nuevo proyecto en Fitur 2018

Serhs Tourism ha presentado su nuevo proyecto de Cloud Computing en Fitur 2018. Este nuevo trabajo nace gracias a la colaboración con la unidad de tecnologías de la información y la comunicación de Serhs Servicios y de la compañía Ackstorm.

Cloud Computing está basado en la migración de parte de la infraestructura hotelera a la nube. El objetivo es consolidar una plataforma sólida y segura, capaz de crecer y decrecer automáticamente (auto-escalado), absorber picos de visitas concurrentes y tener respaldo de su información (*backup*).

Permite un control directo de la infraestructura, una optimización de los gastos informáticos, una mejora en el rendimiento, actualizaciones continuas del *software*, una capacidad de almacenamiento ilimitada y un aumento de fiabilidad de los datos, entre otros servicios y facilidades.

Inmediatez y personalización, la fórmula exitosa para atraer al viajero digital

Google desvela las claves para atraer al viajero digital en 'Minerva Travel 2017'

Internet juega un papel crucial en todas las etapas del viaje. Desde la fase de inspiración, en la que Youtube es un elemento crucial, hasta de

contratación, con un 82% de viajeros que afirman haber comprado a través de la Red algún componente. Google España revela que el 75%

de las búsquedas se realizan en buscadores online, el 70% de las reservas de hotel se hacen en la Red y el 67% se inspiraron digitalmente.

Internet cobra cada vez mayor relevancia en todas las fases vinculadas al viaje. El estudio 'Minerva Travel 2017', realizado por Google España, revela que el 75% de las búsquedas se realizan en buscadores online, el 70% de las reservas de hotel se hacen también en la Red y el 67% se inspiraron digitalmente. En palabras de su responsable de viajes, Sandra Manresa, "las redes sociales y los buscadores se han convertido en las dos principales fuentes de inspiración y búsqueda de destinos vacacionales, jugando el smartphone un rol fundamental concretamente para la generación de los *millennials*".

Profundizando en la fase de inspiración, Google remarca que publicidad online, redes sociales,

blogs, agencias online y las propias marcas de Sector "tienen su oportunidad en Internet desde este momento". También hace referencia al peso creciente de Youtube, primer canal en esta primera etapa. Casi uno de cada cuatro viajeros reconoce haber usado la plataforma al menos una vez y el porcentaje es mayor en la generación *millennial*. La fase de información es aún más digital. Según el estudio, el 42% realiza las búsquedas sobre un viaje ya decidido a través de Internet, mientras que el 44% combina online y offline.

Compra 'online' por separado

En relación a la compra, en el estudio llama la atención que muchos clientes compran los servicios por

separado debido a que en muchas ocasiones los 'paquetes' están asociados a un gasto mayor. Otro dato destacable del estudio es que el 82% de los viajeros afirma haber comprado al menos un componente online. Transporte, alojamiento, parking en el aeropuerto y alquiler de coche son los que más se adquieren por Internet.

A pesar de que el uso del teléfono móvil se ha disparado, siendo utilizado ya por un 24% para efectuar la compra, el ordenador se mantiene como la opción dominante. Finalmente, el estudio 'Minerva Travel 2017' pone de manifiesto que los viajeros quieren recibir asistencia en la compra. Es por ello que Google remarca que "las marcas pueden aportar valor añadido a sus productos teniendo en cuenta que



El 67% se inspira digitalmente.

al 33% de los clientes les hubiera gustado que les ofrecieran un servicio adicional por adelantado".



Entrega del premio a Mabrian Technologies.

ITH Smart Destinations a las mejores soluciones tecnológicas

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y Segitur han entregado en el marco de Fitur 2018 los ITH Smart Destinations Awards. Con ellos reconocen a las cinco mejores soluciones tecnológicas para destinos turísticos inteligentes.

De 50 candidaturas, solo tres finalistas de cada categoría han optado al galardón. Así, Play & Go Experience ha sido la mejor solución en la categoría de 'Interacción con el turista y ciudadano'. Garage Scanner ha sido premiado a la mejor herramienta en la categoría de 'Sostenibilidad'. En la categoría de

'Promoción y marketing' ha sido premiado Mabrian Technologies.

Smart.Data Andalucía, de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, ha sido premiada en la categoría de 'Gobernanza y gestión pública' y, el premio en la categoría de 'Accesibilidad', ha sido entregado a Red Estable-Red Española de Turismo Accesible. Otros finalistas han sido Oeste Data Group, Wiongo Leading Smart Destinations, Globaldit, SmartVel, HOP Ubiquitous, BioEconomic, Philips Lighting, Open Canarias y Nerei Emotional Intelligent.

CEAV lanza un buscador de agencias de viajes para viajes 'pet friendly'

A la iniciativa se han unido agencias como Destinia, Zafiro Tours o Viajes Martel

CEAV y Purina España han presentado en Fitur el primer buscador web de agencias de viajes *pet friendly* de España, dentro de la campaña 'Viajar juntos es mejor'. La plataforma ya está activa y tiene un centenar de empresas inscritas, repartidas por todo el territorio nacional.

A la iniciativa se han unido agencias como Destinia, Zafiro Tours o Viajes Martel. La iniciativa pretende ayudar a las familias a identificar aquellas agencias de viajes con ofertas vacacionales aptas para animales de compañía. Las personas interesadas en viajar con sus mascotas pueden localizar la oficina más cercana introduciendo en el buscador su código postal o provincia. La web también cuenta con varias agencias de viajes online adheridas.

Además, los clientes también pueden identificar estos establecimientos porque cuentan con el sello de 'Viajar juntos es mejor' a la



Agencia de viajes con el sello de la campaña.

entrada. A lo largo de un año se han sumado a la iniciativa nombres tan importantes como Destinia, Zafiro Tours, Viajes Martel o viajarsolo.com. El objetivo es alcanzar la cifra de 500 agencias integradas antes de diciembre de 2018. El presidente de CEAV, Rafael Gallego,

resume el éxito del proyecto asegurando que "la creación del buscador es un paso más en el proceso de crecimiento de esta iniciativa y demuestra la enorme aceptación que está teniendo dentro del sector". La iniciativa ha sido galardonada por los Premios Excelencias Turísticas 2017.

100% Agentes

Turnexo

Andalucía



Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)

**Jueves 5 de Abril
Hotel Silken
Al-Andalus Sevilla**

Nexopublic
CONSULTING

SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Curso de idiomas

Los seguros para viaje de estudios

Pregunta.- A la hora de comercializar viajes para realizar cursos de idiomas en el extranjero nos surgen los inconvenientes propios de afrontar una posible cancelación del viaje ya que, en muchos casos, suponen un coste muy elevado para mis clientes, sobre todo si el alumno ha contratado, antes de su desplazamiento, un curso académico. ¿Hay algún producto específico que nos permita asegurar esta clase de viajes?

Respuesta.- Efectivamente, afrontar una anulación de un viaje de estudios suele ser algo costoso. De hecho, según nuestros datos, supone un coste medio de en torno a 1.300 euros. Esta cifra puede aumentar en función del destino, tipo de curso y escuela elegida por el alumno hasta superar fácilmente los 10.000 euros. Como bien dices, se trata de un coste muy elevado para poder asumirlo.

A pesar de que cada entidad organizadora cuenta con unos baremos propios de penalización por cancelación, el coste final depende de la escuela y el alojamiento, y de la antelación con la que se cancele el viaje. Se da la circunstancia además de que este tipo de viajes suelen contratarse con mucha antelación, por lo que las posibilidades de que un imprevisto nos obligue a cancelar el viaje aumentan.

Los registros de incidencias que manejamos en InterMundial nos dicen que, la causa principal de la cancelación de viajes para estudiar idiomas en el extranjero es el suspenso de las asignaturas del curso académico en España, lo que supone aproximadamente la mitad del conjunto de las cancelaciones. El siguiente motivo de anulación (20,5%) son las enfermedades graves o accidentes del asegurado o de un familiar de primer o segundo grado, seguido de la enfermedad o accidente del propio asegurado (12,5%). Las causas laborales también dieron lugar a cancelaciones: un 10% de los asegurados anuló el viaje por la incorporación a un nuevo puesto de trabajo y un 4%

Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

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

argumentó despido laboral (tanto del propio asegurado como de los padres de este), mientras que el 1,5% tuvo que cancelar porque fue convocado a un examen oficial de oposición y otro 1,5%, porque le fue concedida una beca. Con estos datos, es fácil comprender la importancia de contar con un seguro especializado en cancelación de este tipo de viajes, ya que solo de esta forma podrán evitarse los gastos de anulación del viaje contratado.

InterMundial dispone de un seguro especializado en anulación de cursos de idiomas en el extranjero que cuenta con una cobertura específica para este tipo de programas y cubre, entre otras muchas cosas, el suspenso de asignaturas y la enfermedad o accidente del asegurado y de un familiar de primer o segundo grado, además de ofrecer cobertura si el asegurado tiene que solucionar trámites, proteger su puesto de trabajo, presentarse a oposiciones o sufre un perjuicio grave en el hogar o local profesional del asegurado u otras incidencias, como la prórroga del contrato laboral comunicada con posterioridad a la contratación del seguro, robo de la documentación o equipaje o la anulación de un acompañante inscrito en el mismo.

Viajes de negocios

Seguros específicos de viajes de negocios

Pregunta.- En nuestra agencia de viajes, en la que tradicionalmente

hemos comercializado viajes de ocio, nos gustaría dar un paso más y especializarnos en viajes de negocios. Ante este cambio, ¿qué factores debemos tener en cuenta?

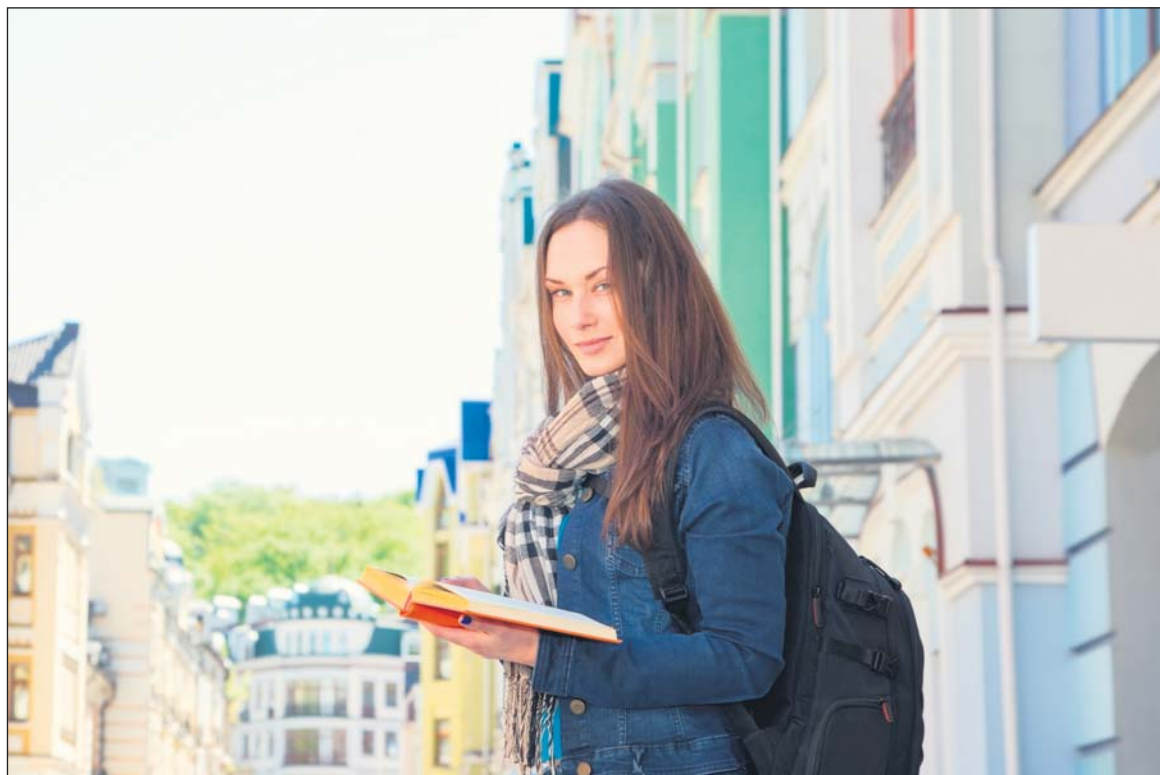
Respuesta.- Cada vez más agencias de viajes empiezan a especializarse en este nicho de mercado, que, según indican las cifras de los últimos meses, y a tenor de los datos de FITUR, es uno de los que cuenta con un mayor desarrollo de negocio en los próximos años en España y en otros países del mundo.

En primer lugar tenemos que saber que, en principio, no existe ningún requisito especial para dar el paso y empezar a comercializar viajes para empresas. Lo que sí se debe conocer es que esta línea de negocio cuenta con seguros específicos para la asistencia a reuniones de trabajo o congresos. De hecho, estos viajes son mucho más susceptibles de imprevistos y cancelaciones que los viajes de ocio, por lo que es importante contar con un seguro que exima a la agencia de viajes de la máxima responsabilidad. Además, en los viajes de negocios existen muchos detalles que resultan prácticamente imposible tener controlados como, por ejemplo, la pérdida de conexiones de transporte o los cambios de fecha de última hora.

Antes de ofrecer los seguros específicos debemos considerar con qué periodicidad necesita viajar el cliente ya que hay seguros diseñados para ejecutivos que cubren viajes ocasionales y seguros que cuentan con una protección anual para aquellos que se desplazan de forma recurrente. Por otro lado, existen seguros específicos para la asistencia a eventos que tienen coberturas como gastos médicos,

servicio de intérprete, repatriación, regreso anticipado por distintas causas y pérdida o robo de equipaje. Por último, también hay toda una línea de productos destinada a la propia organización del evento: seguros de cancelación de eventos que cubren gastos, además de por cancelación, por el cambio de sede y fecha del evento, por reducción de la duración del mismo o incluso, en el caso del seguro que cuenta con las coberturas más amplias, por cambio del ponente principal del congreso.

Independientemente de la posibilidad de ofrecerles a tus clientes la contratación de estos seguros específicos para este tipo de viajes, el Turismo de negocios requiere de un servicio de atención al cliente muy amplio, por lo que es posible, en el caso de que vuestra agencia sea pequeña y cuente con pocos trabajadores, que también necesitéis externalizar dicho servicio para que tenga la máxima calidad. Si llegado el caso se plantea esta necesidad, es importante que tengáis en cuenta que existen empresas especializadas como InterMundial capaces de ofrecer un óptimo servicio de atención al cliente durante las 24 horas del día.



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

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

Desde 18€

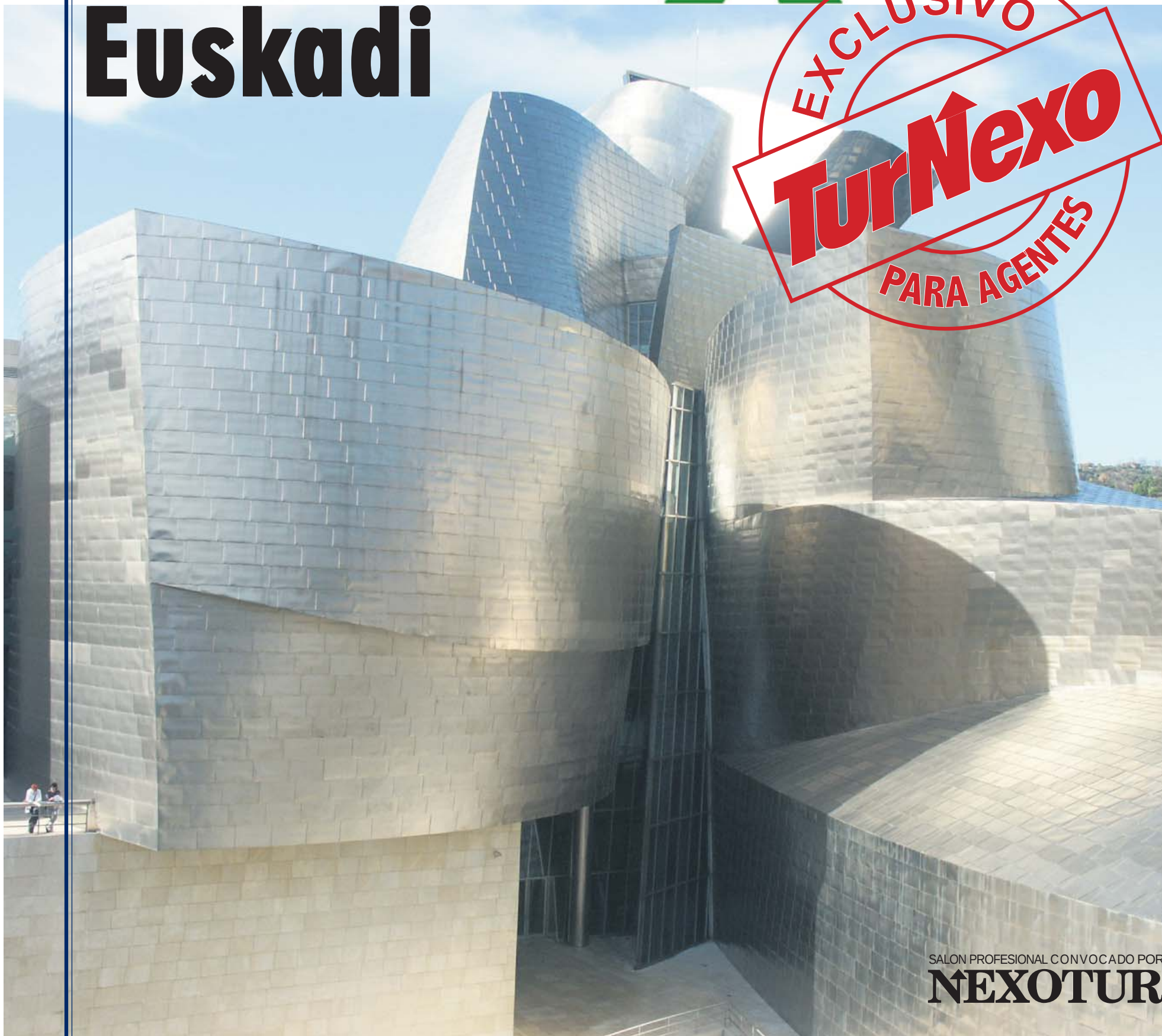


 **InterMundial**
Correduría de Seguros

100% Agentes

Turnexo

Euskadi



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Martes 10 de Abril
Gran Hotel Domine Bilbao

Confirma asistencia:
 **www.turnexo.com**
(y reserva tu Reloj de pulsera)

MOSTRADOR

AENA rebaja sus 'parkings' a quienes reserven

Los precios de los aparcamientos oficiales de la red de Aena en 2018, si no se hace una reserva previa, se mantienen sin variación con respecto al pasado año. En el caso de realizar una reserva con antelación cuentan con promociones y ofertas con las que los usuarios pueden beneficiarse de descuentos de hasta el 70%. Los aeropuertos de la red de Aena disponen de más de 115.000 plazas de estacionamiento que cuentan con distintas modalidades para las diferentes necesidades y demandas de los usuarios.

✉ www.aenaparking.com

Grimaldi presenta sus novedades para este año, con la introducción del destino Toscana

Ofrece tres rutas bajo la fórmula de barco+hotel+coche para los días de Semana Santa

Grimaldi mantendrá en 2018 las líneas que conectan el puerto de Barcelona con Civitavecchia (Roma), Porto Torres (Cerdeña) y Savona (Liguria). Pero la gran novedad de la naviera para este año es la introducción en su catálogo de 20 propuestas por la Toscana. Este destino es alcanzable con comodidad desde Civitavecchia, ya que su pueblo más cercano se encuentra a unos 50 kilómetros del puerto de llegada, y ahora Grimaldi ofrece combinaciones de

barco+hotel. Asimismo, en el catálogo de la empresa destacan otra treintena de paquetes a Cerdeña.

Para Semana Santa, la compañía ofrece tres visitas a la Toscana bajo la fórmula barco+hotel+coche. La 'Ruta del vino', desde 373 euros y 'la Toscana gastronómica', a partir de 410 euros, ambas de seis días, y una estancia de seis o siete días en el Hotel Montaperti, por 255 euros. También ofrece la misma ruta pero sin vehículo.

✉ www.grimaldi-lines.com



Mantendrá las líneas regulares de otros años.

Air Europa aumenta sus frecuencias a Roma con una tercera conexión diaria

Se trata de un vuelo desde Madrid-Barajas al Aeropuerto de Fiumicino

Air Europa ha sumado una tercera frecuencia diaria a Roma, lo que supone 113.400 plazas más que el pasado año. Esta nueva frecuencia sale de Madrid a las 13:25 horas y llegada al Aeropuerto Internacional de Fiumicino a las 15:55. El vuelo de regreso despegue a las 16:55 horas para aterrizar en el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas a las 19:35. La división aérea de Globalia operará esta nueva ruta, como las anteriores, con un Boeing 737.

✉ www.aireuropa.com



La aerolínea suma a las de 2017, 113.400 plazas más a Roma.

Royal Jordania volará también los lunes de Barcelona a Amman

Actualmente, Royal Jordanian está operando durante todo el año un vuelo desde Barcelona-El Prat al Aeropuerto de Amman los jueves y domingos. A partir del 26 de marzo, y hasta el 22 de octubre, lo hará también los lunes. En los meses de verano, de junio a agosto, sumará una cuarta frecuencia que se operará los sábados.

Además, la compañía aérea ha unificado los horarios de salidas y regresos. Las partidas desde Barcelona se realizarán a las 16:35 horas con llegada a Amman a las 22:00 horas, y los regresos desde Jordania saldrán a las 10:45 horas



Opera sus nuevos Airbus.

con llegada a las 14:45 a Barcelona. Estos vuelos serán operados por los nuevos aviones Airbus.

✉ www.rj.com

La 'Temporada de la Fuerza' vuelve a Disneyland Paris con novedades, seguido de un festival para los más pequeños

Del 31 de marzo al 31 de mayo el 'Festival de Piratas y Princesas' ofrecerá varias actividades como un espectáculo interactivo

La 'Temporada de la Fuerza' vuelve a Disneyland Paris hasta el 25 de marzo de con múltiples experiencias intergalácticas para los visitantes. Además, gracias a Iberia, los turistas cuentan con hasta siete conexiones diarias entre Madrid y París.

La gran novedad de este año es que, por primera vez, los Walt Disney Studios acogerán una exhibición de cinco naves de gran escala inspiradas en el universo Star Wars y creadas por los fans más incondicionales de la saga. Estas naves intergalácticas que se pueden encontrar por el recinto son el caza estelar X-wing, A-Wing y el Eta-2 Jedi, de la Alianza Rebelde, el caza imperial TIE, de la flota Imperial, así como un tanque de asalto.

En los Disney Studios, hay exhibiciones y experiencias. Por la mañana tiene lugar con el desfile presidido por

el Capitán Phasma, la 'First Order March'. A lo que le sigue el show 'Star Wars: A Galaxy far, far away', con los personajes más icónicos como Darth Vader o Kylo Ren. Los turistas también podrán disfrutar de ver a los Stormtroopers patrullando por el día.

Por la noche tiene lugar en la Tower of Terror 'Star Wars: A Galactic Celebration'. Este espectáculo de proyecciones incluye escenas de la última película de la saga y se llena de los personajes más emblemáticos.

En el Parque Disneyland

En el parque también hay cuatro experiencias relacionadas con Star Wars durante estos días. La nueva atracción consiste en una aventura en 3D con hasta 60 destinos intergalácticos diferentes para visitar, el último de ellos

añadido tras el estreno de la película 'Los últimos jedis'. En cuanto a los desfiles, por el día tendrá lugar el 'Star Tours: The Adventures Continue' y por la noche, varios personajes de la saga se unen a Disney Illuminations.

Terminada la 'Temporada de la Fuerza', el parque acogerá un 'Festival de Piratas y Princesas' del 31 de marzo al 31 de mayo. Los niños y niñas podrán conocer a los piratas en Pirate Beach en Adventureland o a princesas como Cenicienta o Ariel en Fantasyland. Además, estos días, el parque ofrecerá un espectáculo interactivo con dos carrozas, de princesas y piratas.

La promoción Semana Mágica, actualmente activa hasta el 14 de marzo, para visitar el parque entre el 21 de marzo y el 31 de octubre, oferta entre sus ventajas dos noches gratis y, en-



Una de las cinco naves a escala de Disneyland, el caza TIE.

entre el 1 de julio y el 31 de octubre, los niños menores de siete tendrán la estancia y entradas al parque gratuitas.

Todo ello con incentivos para las agencias que más vendan.

✉ www.disneylandparis.es

100% Agentes

Turnexo

Valencia

Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)

**Jueves 12 de Abril
Hotel Ayre Astoria Palace**

Nexopublic
CONSULTING

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES

SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

■ CLUB NEXOTUR

Hertz ofrece descuentos de hasta el 22% a profesionales

Hertz lanza una promoción especial exclusiva para los agentes de viajes miembros del Club

NEXOTUR. La compañía de alquiler de vehículos ofrece rebajas del 15% en fin de semana, 10% resto de

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

la semana, 5% internacional y 22% furgonetas. Mencione el código cp=534576.

Para más información

o realizar la reserva puede llamar al 902 402 405 o acceder a la siguiente página web: www.hertz.es.

■ FAM TRIP



Touring Club ha organizado dos viajes de familiarización.

Más de 400 agentes en Disneyland

Touring Club organiza dos multitudinarios viajes de familiarización a Disneyland Paris. La marca de Globalia ha permitido a un total de 400 agentes de viajes de España conocer de primera mano la programación del 25 aniversario y la Temporada de la Fuerza, así como los alojamientos.

EVA, el nuevo servicio 'low cost' de alta velocidad de Renfe, se estrenará en 2019

Empezará a operar la ruta Madrid-Barcelona y se extenderá a otros corredores

El ministro de Fomento, Íñigo de la Serna, ha presentado el nuevo concepto de Smart Train de Renfe: EVA. Se trata de un servicio low cost que aunarà la alta velocidad con la digitalización de todos los procesos, un sistema de precios predecibles para cada cliente, el viaje puerta a puerta, la integración con otros productos turísticos, nueva versatilidad y espacios de trabajo y una mayor sostenibilidad.

A punto de cumplirse el décimo aniversario de la llegada de la alta velocidad a Barcelona, la conexión directa entre Madrid y la ciudad condal en servicios AVE acumula más de 35 millones de viajeros, tras un incremento del 7,6% en 2017, mientras que su cuota de mercado respecto al avión asciende al 65%. Con EVA, que comenzará a funcionar en esta línea en 2019 con cinco frecuencias por sentido diarias, extendiéndose posteriormente a otros corredores, Renfe busca optimizar el producto de alta velocidad para adaptarse a más perfiles de clientes y completar la cartera de productos de Renfe en servicios comerciales.



El ministro de Fomento, Íñigo de la Serna, en la presentación de EVA.

Se trata de un nuevo concepto para un nuevo tipo de viajero que pide inmediatez, personalización, servicios y pagar exclusivamente por los atributos que necesita, con un precio entre un 20% y un 25% inferior al AVE. Según explica el ministro de Fomento, "mejorará las prestaciones actuales completando el viaje de alta velocidad y aprovechará de forma intensa las tecnologías disponibles, las posibilidades que ofrece la innovación y la digitalización, así como la personalización de los servicios".

EVA incorporará los últimos avances del mercado, no sólo en materia de transporte, sino de todos los ámbitos de las comunicaciones y el Turismo. No existirá billete físico, sólo digital, que integrará en un mismo tique todos los sistemas de transporte y la identificación de pasajeros podrá ser biométrica. Además, ofrecerá un viaje 100% conectado, con wifi y comunicación *online*, incluso entre los viajeros para, por ejemplo, compartir ruta a la llegada.

✉ <http://www.renfe.com>

Expertos en Consultoría de Transporte por Carretera

De Profesional a Profesional



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

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

Nexopublic

CONSULTING

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

100% Agentes

Turnexo

Madrid

Confirma asistencia:



www.turnexo.com

(y reserva tu Reloj de pulsera)



Martes 17 de Abril
Hotel Mayorazgo

Nexopublic
CONSULTING



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Hurtigruten presenta sus novedades para su 125 aniversario, con diferentes itinerarios y más barcos

Entre los nuevos destinos destacan los del continente americano y los recorridos con guía asistencial de habla hispana

América Latina podrá ser, por primera vez, recorrido a bordo de un crucero Hurtigruten. La expedición a los Cayos Caribeños atraviesa siete países durante 16 días en tres

únicas salidas, mientras que el Canal de Panamá será el segundo destino de la naviera por el continente, en noviembre de 2018 y marzo de 2019. La Antártida también podrá

ser visitada en cuatro salidas y una especial durante Navidad. Además, la compañía continúa con las rutas por la Costa Noruega con sus dos populares rutas durante todo el año.

Hurtigruten tiene en 2018 novedades no solo en sus itinerarios, también en los barcos con los que los realiza. El gran estreno de la naviera para este año es América Latina, que recorrerá a bordo del MS Fram, buque insignia de exploración. La expedición a los Cayos Caribeños es la primera ruta de Hurtigruten en el destino durante 16 días de duración, que explora siete países (México, Belice, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y Colombia), dos emplazamientos catalogados por la Unesco, ruinas mayas e islas tropicales. Este crucero tiene tres salidas: marzo y octubre de 2018 y abril de 2019. Además, Hurtigruten también recorrerá el canal de Panamá en su segunda ruta por el continente, por la costa andina, con salidas el 4 noviembre de 2018 y el 19 de marzo de 2019.

Por supuesto, la compañía de cruceros seguirá ofreciendo itine-

rarios por los límites de Noruega, con dos recorridos con guías de habla hispana. 'Costa de Noruega' cuenta con una duración de diez días y es un viaje diseñado para todos aquellos que deseen conocer Noruega combinando la navegación a bordo del Expreso del Litoral con la espectacular excursión a los fiordos Aurland y Naeroy y la visita a Oslo y Bergen. 'Especial Auroras Boreales' es un viaje perfecto para observar las luces del norte durante 14 días, con salida desde Bergen, cruzando el Círculo Polar y adentrándose en el Ártico donde aumentan las probabilidades de observar este fenómeno.

Por último, Hurtigruten permite descubrir la Antártida en español a bordo del MS Midnatsol. Después de atravesar Tierra de Fuego, el pasajero podrá disfrutar de los principales puntos de interés del continente blanco en este recorri-

do de glaciares, montañas y fauna salvaje con cuatro salidas durante noviembre y diciembre de 2018, asistir a conferencias, conocer el Centro de Ciencias a bordo o apuntarse al Programa de Jóvenes Exploradores. Además, presenta un viaje especial para Navidad, con una única salida el 20 de diciembre.

Los nuevos buques

Hurtigruten está construyendo dos buques de expedición de vanguardia, híbridos y diseñados para ser los más novedosos de su categoría, con los que llegar a las costas más espectaculares y aisladas del planeta. Se trata del MS Roald Amundsen, que se presenta en 2018 y el Fridtjof Nansen, para 2019.

El primero de ellos es el barco más moderno dentro de la gama de cruceros de exploración, característico por su eficiencia energética



Hurtigruten continuará con sus rutas por la Costa Noruega.

y un diseño interior acogedor. Para su construcción se han empleado materiales nobles escandinavos como el granito, el roble, el abedul y la lana, consiguiendo que los interiores de las cabinas sean confortables con un diseño vanguardista. Una de las novedades más destacadas es su tecnología híbri-

da, una primicia en los barcos de exploración que reduce el consumo de combustible aproximadamente un 20%, pudiendo llegar a navegar al 100% con energía eléctrica durante 30 minutos, lo que permite disfrutar de la Antártida en un silencio casi total.

✉ www.hurtigrutenspain.com

La información profesional no es un juego de niños

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

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

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

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13/28014 Madrid

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



De Profesional a Profesional

100% Agentes

Turnexo

EXCLUSIVO

TurNexo

PARA AGENTES

Catalunya

NUEVA SEDE



SALON PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

Jueves 19 de Abril
Catalonia Plaza Catalunya

Confirma asistencia:
 **www.turnexo.com**
(y reserva tu Reloj de pulsera)

Nexopublic
CONSULTING

CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00
✉ 91 369 18 39
Lope de Vega, 13
28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

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



El Sector ha cambiado y la Información también



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

Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo

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

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

Los destinos exitosos a finales de 2016

Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde

Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria



**Date de alta en
Nexohotel.com**

Diario online de Hotelería

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

HOTELERÍA

La inversión inmobiliaria en hoteles en España se acerca a los 4.000 millones en 2017

Aumenta casi un 79% batiendo el anterior récord que se registró en 2015, con 2.600 millones de euros

España va a colocarse en el segundo puesto de inversión hotelera a nivel europeo por primera vez, solo por detrás de Reino Unido, y desban-

cando del segundo lugar a Alemania. Y es que, según el último informe de Irea, en 2017 la inversión hotelera en nuestro país ha aumentado

un 78,9%, alcanzando los 3.907 millones de euros. En cuanto a la tipología de activo, la inversión ha sido en un 69% en cartera vacacional.

El año que hemos dejado atrás ha sido un histórico para los hoteleros españoles. La consultora Irea, en su informe sobre la inversión hotelera, ha señalado que dicha inversión, en 2017, ha alcanzado los 3.907 millones de euros, lo que supone un incremento del 78,9% con respecto al año anterior. Estos datos baten el hasta ahora récord del mercado, por goleada, ya que estaba marcado en 2.600 millones transaccionados, en el año 2015.

El socio de Irea, Miguel Velázquez, ha señalado en la presentación del informe, que por primera vez en la historia, y a falta de confirmar los datos del último trimestre, España, en la cual se han invertido 1.462 millones este trimestre final, va a colocarse en el segundo puesto de inversión hotelera a nivel europeo por primera vez, solo por detrás de Reino Unido, y desbancando del segundo lugar a Alemania.

En cuanto a la tipología de activo, la inversión ha sido en un 69% en cartera vacacional, por el 31% en

urbano, dándole la vuelta a los datos de 2016, donde la inversión principal fue en cartera urbana, con el 53%. Uno de los principales motivos es la gran compra de Hi Partners por Blackstone, cuyo portafolio es eminentemente vacacional.

En cuanto a los tipos de transacciones, las de inmuebles para su reconversión a hotel han alcanzado los 381 millones de euros, lo cual supone un incremento del 119,2% con respecto a 2016. Por su parte, en cuanto a las transacciones de suelo para desarrollo de hotel, el volumen de inversión en suelo prácticamente se ha triplicado (+286,1%), hasta alcanzar los 97 millones de euros.

En cuanto a las zonas de destino de la inversión, un año más, lidera Canarias, en la que se han invertido un 27% del total, seguido de Baleares, con un 17%, Barcelona y Málaga comparten la tercera posición, con el 15%. También cabe resaltar que se consolida la tendencia iniciada en 2016 de am-



El socio de Irea, Miguel Velázquez, en la presentación del informe.

pliación del espectro de zonas destino de la inversión.

Problema en Barcelona

El único lunar en los datos increíbles mostrados anteriormente, es el caso de Barcelona. Velázquez ha señalado que "a partir del de 1 de octubre, no se ha vendido ningún hotel en Barcelona. Todas las transacciones del año

pasado se produjeron antes de septiembre". En cuanto a la preocupación para el 2018, Velázquez piensa que la ciudad de Barcelona no se resentirá en cuanto al turismo vacacional, pero que tiene un serio problema en cuanto al Turismo de negocios. En contrapartida, la ciudad que se puede beneficiar de esto, es Madrid, ya que podría acumular convenciones y congresos que no contaba con ellos.

Room Mate prevé duplicar el tamaño de la cadena en los próximos dos años

La facturación, de 80 millones de euros, viene mayoritariamente del mercado internacional

En 2017, Room Mate Hotels ha facturado más de 80 millones de euros, lo que supone un aumento del 12,3% con respecto al ejercicio an-

terior. El 56% de la facturación viene del mercado internacional. El ebitda de la hotelera crece hasta los 5.656.865 euros, un 180,5% más

que un año antes. Por tercer año consecutivo, bate su récord en el precio medio, incrementándose un 9,4% hasta los 146,18 euros.

Room Mate Hotels ha presentado los resultados de 2017, año en el que consigue batir por tercer año consecutivo récord en precio medio (146,18 euros aumento del 9,4%), Rev Par de cadena (125,73 euros aumento del 8,4%). La ocupación ha sido del 86%. Por las instalaciones de la cadena hotelera han pasado más de 2 millones de clientes durante el pasado año.

La facturación de la cadena ha sido de más de 80 millones de euros, lo que supone un incremento del 12,3% con respecto al año anterior. El 56% de la facturación viene del mercado internacional. El ebitda de la compañía aumenta hasta los 5.656.865 euros, lo que supone un incremento del 180,5% con respecto al ejercicio de 2016.

Room Mate Hotels continúa con su ambicioso plan de expansión, a los

22 hoteles que operan actualmente se le sumarán 15 nuevos proyectos ya firmados. Estos nuevos hoteles se incorporarán entre 2018 y 2020. Llegando de esta manera a nuevos destinos como: Rotterdam, Roma, París, Nápoles, Las Palmas de Gran Canaria, Mallorca o Lisboa. Duplica de esta manera el tamaño de la compañía que pasa de las 1.522 habitaciones, a disponer de un total de más de 3.052 habitaciones en su portafolio.

Éxito de Be Mate Apartments

Be Mate Apartments se ha convertido durante 2017 en el líder del mercado en la gestión de alquiler de viviendas turísticas. Be Mate ha desarrollado sus propias herramientas únicas en *pricing*, *revenue management* y distribución. Su plan de Expansión Internacional continúa



El nuevo comité del Grupo Room Mate.

con la adquisición de la gestión de edificios de apartamentos exclusivos tanto para clientes corporativos

como vacacionales. Como el de reciente inauguración cercano a la Plaza de España de Madrid.

■ PRODUCTO

Villa Padierna Thermas acaba de reabrir sus puertas este mes de febrero

Villa Padierna Thermas de Carratraca, en el corazón de la provincia de Málaga, ha reabierto el 1 de febrero con una oferta de salud y bienestar. Basándose en las propiedades de las aguas minero-medicinales que emanan de su manantial a 18° y que han sido calificadas como sulfuradas, cálcicas y magnésicas, se ha diseñado un amplio programa que da respuesta a diversas disciplinas, tanto médicas, como de bienestar y de belleza. "El Turismo de salud ha experimentado un importante crecimiento, especialmente en el caso de España, que se ha convertido en uno de los destinos más elegidos", explica su *general manager*, Cristina Pérez.

El Gran Hotel Inglés vuelve como un hotel 'boutique' cinco estrellas

El próximo mes de marzo, Hidden Away Hotels abrirá las puertas del Gran Hotel Inglés, un hotel *boutique* de cinco estrellas situado en el número 8 de la calle Echegaray, en el Barrio de las Letras. Para hacer realidad el sueño de volver a dar vida al hotel de lujo más antiguo de Madrid, la cadena ha elegido a uno de los estudios de arquitectura e interiorismo más prestigiosos del mundo, Rockwell Group, con sede en Nueva York, quien ha querido recrear el lujo de los dorados años 20. Ha pasado de 72 a 48 habitaciones, ya que se ha querido dar mayor importancia a la comodidad de las habitaciones.

España, el segundo país en premios de TripAdvisor por detrás de EE UU

TripAdvisor ha anunciado sus premios Travellers' Choice Hoteles, y los establecimientos españoles han resultado los más galardonados, solo por debajo de Estados Unidos, con 176 hoteles premiados. La mayoría de los ganadores se concentran en las Islas Baleares, Cataluña, Islas Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid. Además, de los hoteles extranjeros cabe señalar que el grupo Barceló es uno de los que más ha destacado en estos premios, ya que casi ha duplicado el número de hoteles premiados. Los establecimientos de la cadena en México han sido los más beneficiados con un total de cinco galardones.

El alojamiento colaborativo ya supera en siete millones de plazas al hotelero

El registro de la actividad es un paso clave para regular la economía colaborativa

Las plataformas que ofrecen alojamiento dentro de lo conocido como economía colaborativa cuentan actualmente con 20 millones de plazas

en toda Europa, frente a las 13 millones de camas de las que disponen hoteles y establecimientos similares. Así lo denuncia la Organi-

zación Empresarial Europea de Hostelería y Restauración (HOTREC), que considera fundamental que exista un registro de la actividad.

El vertiginoso crecimiento de la economía colaborativa hace aún más urgente la puesta en marcha de una regulación acorde a esta nueva forma de consumo. Según datos de la Organización Empresarial Europea de Hostelería y Restauración (HOTREC), las plataformas que ofrecen este tipo de alojamiento cuentan actualmente con 20 millones de plazas en toda Europa, frente a las 13 millones de camas de las que disponen hoteles y establecimientos similares. Además, un estudio reciente de la Comisión Europea revela que una gran proporción de los proveedores de alojamiento son profesionales, mientras que dos tercios partes alquilan su propiedad por más de 120 días al año.

Teniendo en cuenta estos y otros datos, HOTREC considera fundamental que exista un registro de la actividad. Según sostiene, es totalmente necesario para nivelar el terreno de juego y proteger a los consumidores. "Las plataformas deben asumir su responsabilidad con la sociedad, no sólo cumpliendo con los impuestos, sino también en relación a la insuficiente protección del consumidor", subraya el CEO del lobby hotelero, Christian de Barrin.

Distorsión del mercado

En materia de impuestos HOTREC hace referencia a un estudio de PriceWaterhouseCoopers (PwC),

que analiza el impacto de los impuestos sobre el Turismo y en el que se pone de manifiesto la necesidad de participación de esta nueva forma de consumo. En el mismo se alerta de que la presión fiscal desigual supone una "distorsión del mercado y también conduce a la pérdida de ingresos para los gobiernos". En opinión del presidente del grupo de trabajo de economía colaborativa de la Organización hotelera, Ramón Estalella, "con el fin de permitir un enfoque europeo armonizado, HOTREC considera que la adopción de los principios rectores de las políticas elaboradas por la Comisión Europea durante el otoño 2017 significaría un gran paso adelante".



El presidente del grupo de economía colaborativa de HOTREC, Ramón Estalella.

Las pernoctaciones hoteleras en Madrid se incrementan casi un 6% en todo 2017

Tanto en el acumulado como en el último mes, la capital está por encima de la media nacional

La Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto Nacional de Estadística (INE), refleja buenos datos para la ciudad de Madrid. Los turistas alojados en diciembre ascendieron a 756.346, un 5,4% más (3,2 puntos superior al de noviembre) y la cifra más elevada para un mes de diciembre de la serie (desde enero de 2005). La media nacional ha crecido un 4,5%.

Tras cinco meses cayendo, las pernoctaciones de turistas nacionales en la metrópoli experimentan en diciembre una variación del 2,7% interanual. Las pernoctaciones de los extranjeros aumentan en un 8,4%.

Todo ello hace que en el cómputo de los últimos 12 meses, los viajeros han pernoctado en la ciudad de Madrid 19.150.903 noches, un 5,6% más y la cifra más alta de la serie. Esta variación interanual es igual a la de noviembre y 2,9 puntos por encima de la del conjunto de España.

El número de establecimientos abiertos en diciembre creció en 30 respecto al mismo mes de 2016, hasta 810. Y el número de plazas hoteleras se elevan en 776, un 0,9% más. La ocupación por habitaciones aumenta en dos puntos, situándose en el 67,3%, y el de plazas lo hace en 2,4 puntos.



En diciembre sube 5,4%.

El consejero de Turismo de Andalucía valora los datos hoteleros como 'muy buenos'

El mes de diciembre ha registrado mejores datos de los que se esperaba

Se han contabilizado los mejores datos de la serie histórica durante el acumulado de 2017. El consejero de Turismo ha adelantado que Andalucía registró 18,3 millones viajeros (+2,6%) y 52,4 millones pernoctaciones.

El consejero de Turismo y Deporte, Francisco Javier Fernández, ha ofrecido un balance de los resultados de movimiento hotelero registrados en Andalucía durante el mes de diciembre y el acumulado al cierre de 2017, y ha valorado que se trata de datos "muy buenos", al haberse contabilizado las mejores cifras absolutas de la serie histórica, y con los que se consolida el liderazgo del destino en el mercado nacional.

Andalucía alcanzó el pasado año los "mejores registros anuales de

toda la serie", con 18,3 millones viajeros alojados (+2,6%) y 52,4 millones pernoctaciones (+1,7%). El consejero precisó que los "buenos" resultados de estancias, que representan unas 900.000 más que el año pasado y casi ocho millones más que las registradas antes de la crisis en 2007, estuvieron motivados, sobre todo, por el "magnífico comportamiento del turismo internacional durante todo el año (+6,3% estancias) que compensa la evolución más inestable del nacional (-3,6%)".

Precisamente, puntualizó que en el mes de diciembre el mercado nacional ha estado "mejor de lo esperado" y el internacional "más moderado", con avances en ambos casos, y resaltó el "liderazgo" en Turismo es-

pañol con el 19% del total de estancias hoteleras nacionales del mes y con una subida del 8,4% para este emisor, lo que "responde al esfuerzo realizado en promoción", afirmó.

Resultados por provincias

En cuanto a los resultados provinciales en 2017, señaló que prácticamente todas las provincias suben en viajeros y en pernoctaciones hoteleras, destacando los crecimientos de destinos como Jaén —el que más crece de toda la comunidad en esta última variable, con un avance del 5,4%—; Sevilla, donde repuntaron las estancias un 5,2%; así como Huelva y Cádiz, que subieron un 4,8% y un 4,1%, respectivamente.

PRODUCTO

Silken comercializa el hotel Ciudad de Lleida de la firma AaHoteles

Tras anunciar las incorporaciones que tendrán lugar muy pronto en Las Palmas de Gran Canaria y Lekeitio, Hoteles Silken continúa dando pasos al frente. El hotel Ciudad de Lleida, recientemente adquirido por la firma Aa Hoteles, pasará a ser comercializado 'by Silken'. La cadena continúa fiel a su 'Pasión por la excelencia', sumando personalidades propias al universo Silken. El activo se suma a la cartera de establecimientos de la cadena Aa Hoteles, para quienes su adquisición supone un paso más en sus planes de crecimiento, con el objetivo de incrementar su presencia en capitales de provincia. El Grupo AaHoteles opera en estos momentos en otras ciudades como Zaragoza, Madrid, Barcelona, Sevilla y Logroño.

Del 19 al 21 de febrero tiene lugar en Madrid la segunda feria HIP

Por segundo año consecutivo, la feria Hospitality Innovation Planet(HIP) reunirá en Madrid a empresarios y directivos de la hostelería y la restauración con el objetivo de compartir las últimas tendencias e innovaciones del sector. Del 19 al 21 de febrero, HIP contará con dos pabellones en IFEMA, alrededor de 30.000 metros cuadrado que le consolidan como el evento de referencia para el canal Horeca. Más de 300 empresas ya han confirmado su participación como exposito-res, y compañías como Booking, Campofrío, Coca-Cola, Coperama, El Tenedor, Europastray, Just Eat, Mahou San Miguel, Calidad Pascual, Schweppes y Unilever FoodSolutions contribuirán en los contenidos del congreso.

Iberostar y Escola d'Hosteleria entrega sus sextas becas de formación

Grupo Iberostar y la Escola d'Hosteleria de les Illes Balears han entregado sus Becas Iberostar. Con esta iniciativa, buscan reconocer e identificar a los alumnos más destacados y brillantes en el Sector Turístico de Baleares para ofrecerles una oportunidad única de desarrollo profesional. Ésta es ya la sexta ocasión en la que colaboran para premiar la capacidad de esfuerzo, excelencia y dedicación de los alumnos del curso de Dirección Hotelera Internacional que imparte la escuela. Como ha ocurrido en años anteriores, durante esta edición el jurado lo han conformado tanto miembros de la Escola d'Hosteleria como de Iberostar, valorando los resultados académicos y el nivel acreditado de idiomas de cada uno de los estudiantes.

CEHAT y Unionav se unen por el Turismo chino

A finales de enero UnionPay Internacional y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), firmaban un acuerdo de colaboración para mejorar la calidad del servicio que se ofrece a los turistas de origen chino. Según los datos aportados por la Asociación Turismo España-China (ATEC), el año pasado España acogió a 718.000 turistas procedentes de China, un aumento considerable respecto a los datos de 2012, cuando la cifra fue de 187.000 turistas. El crecimiento de este tipo de viajeros es meteórico en todo el mundo. De hecho, se espera que para 2020 se desplacen entre 150 y 200 millones.

Tras el acuerdo, se llevarán a cabo diferentes acciones de comunicación dirigidas a los más de 14.000 establecimientos agrupadas en las 54 asociaciones miembros de CEHAT. Con la firma de este acuerdo, UnionPay podrá ampliar su red de aceptación en España, que actualmente es de más del 80%, ya que la cooperación es fundamental para el desarrollo de UnionPay en España.

Se espera que UnionPay, uno de los esquemas de pago más grandes del mundo, con más de 6.300 millones de tarjetas emitidas en todo el mundo, alcance la aceptación total en cajeros automáticos y comercios en España en 2018. Por el momento, las tarjetas UnionPay pueden ser ampliamente aceptadas en la mayoría de los comercios en toda España incluyendo tiendas libres de impuestos, grandes almacenes, hoteles, restaurantes, etc.

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 Trias 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 91-654977
HOTEL PLAYA VIAJES		93-425.30.66
Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA		Fax 93.425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES		91-5427933
Silva, 2 6º 2º 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
C/ Princesa 90,2º,2 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 91-6239817
TRAPSATUR		902-211024 91-5480000
San Bernardo, 5 MADRID		Fax 91-5427855
TRAVELPLAN		971-178100
Carretera Arenal – Lluçmajor km, 21,5 Lluçmajor		
TURAVIA CLUB		902 354355
Edf. Barajas C/ Trespadarne 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 5ºC 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, 3-3º MADRID		Fax 91-4414956
ALITALIA		902-100323
Av. Diagonal, 403 BARCELONA		Fax 93-4158379
AIR EUROPA		971-178100
Centro Emp. Globalia. Lluçmajor 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 Trias 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, 1ºMADRID		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.visioncrueros.com		Fax 91-3107215

Ferrocarril

EUROTUNNEL		91-6307315
Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID		Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS		93-4125956
Diputación, 238 sobreatic 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
Guítard, 45 BARCELONA		Fax 93-4090493
KEYTEL		902101314
C/ Aragón 208-210, 6º, 6º 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 HOTELES		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		902-300022
Pza. España, 5 1º 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

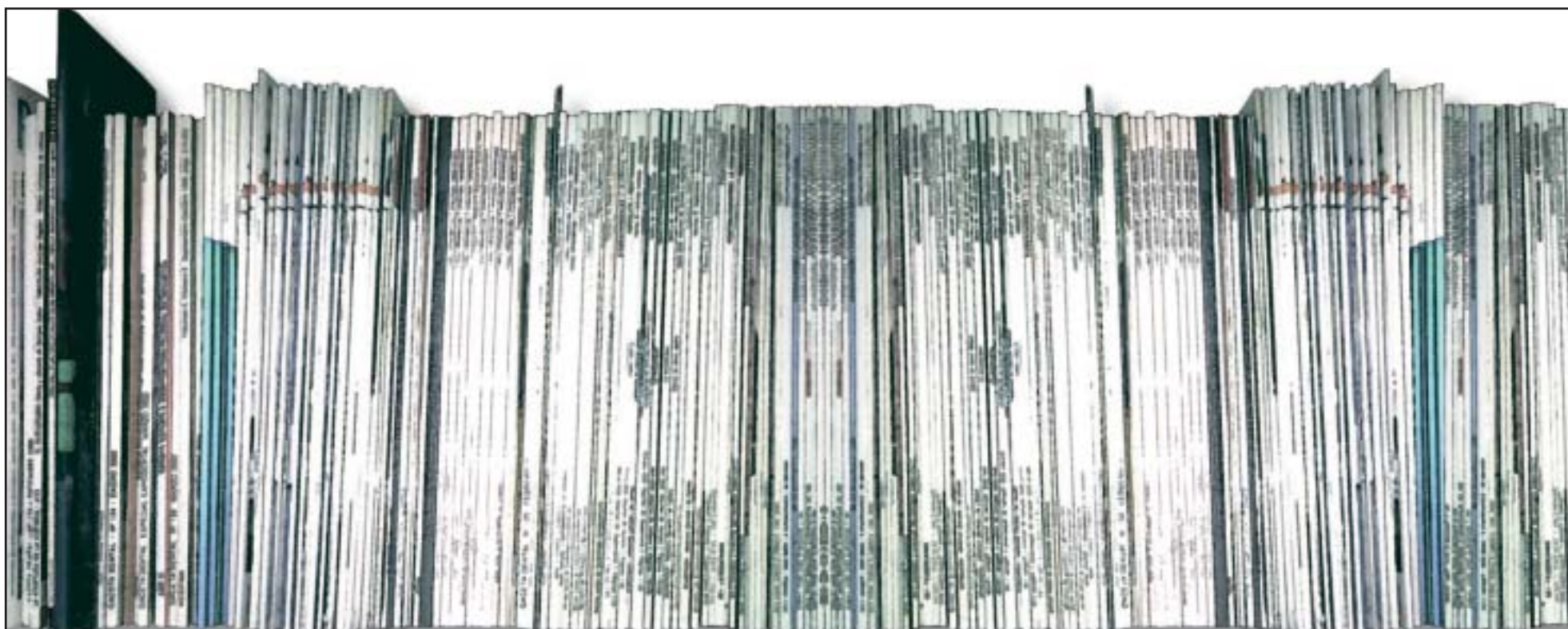
AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO		91-7477570
Marzo, 34 MADRID		Fax: 91-7481114
COAVITUR		91-3265280
Hermanos Gómez, 4 MADRID		Fax 91-3260638
ETRAMBUS		91-5050552
San Cesáreo, 34 MADRID		Fax: 91-5051661
Europea de Turismo		91-5475921
C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID		Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo)		91-7546502
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
Jaquín Costa, 15-1 2º 1 MADRID		Fax 91-5626650

Cadenas hoteleras

BEST WESTERN



Transferencia del conocimiento

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

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

publicaciones profesionales y generales

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

Solicite la guía de publicaciones (aepp@aepp.com)

La página de OuiBus ofrece viajes en autobús por Europa Occidental

OuiBus presenta una página en Internet bien diseñada con una amplia información sobre servicios regulares de transporte por carretera en Europa Occidental, incluyendo un completo sistema de gestión de reservas, aunque no es válido para las agencias.



www.ouibus.com

Perteneciente al Grupo Francés SNCF. OuiBus presenta una web para facilitar, únicamente al viajero, una completa información sobre servicios de diversas compañías de transporte de viajeros por carretera en Francia y otros países de Europa Occidental, sus destinos, paradas y puntos de venta, además de un completo sistema de reservas de muy fácil uso, que permite el acceso posterior a la reserva para su cancelación o modificación. La página incluye una versión en castellano —la analizada— y ofrece otras en francés, alemán, inglés, italiano y holandés.

INFORMACIÓN	RESERVA	GENERAL
Presenta una relación alfabética de todos sus destinos y algunos trayectos y el plano de las paradas y los puntos de venta en el seleccionado, así como un mapa activo de sus paradas, su plano de situación, origen y destino de sus trayectos. También informa de sus servicios al viajero.	Dispone de un completo sistema de reservas de viajes en autobús en Europa Occidental de fácil uso que ofrece una completa información de las opciones y sobre los trayectos seleccionados y con mantenimiento online, pero válido únicamente para el cliente final.	La página, que no incluye ninguna información sobre la empresa, ofrece un área de ayuda al viajero para temas concretos, con un formulario de contacto y otro sobre objetos perdidos. También ofrece a otras páginas la posibilidad de convertirse en distribuidoras de OuiBus.
▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso	▼ Lo Peor / Información Empresa	
Con una presentación amigable, ofrece un fácil acceso a su información y un completo sistema de reservas.	No incluye ninguna información sobre la empresa ni sus formas de contacto o un teléfono de consulta.	

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

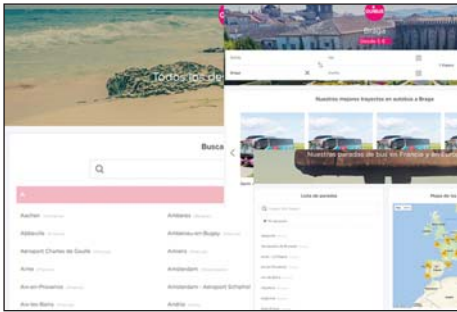
EVALUACION NEXOTUR.COM

A pesar de su adecuado diseño, la página de OuiBus es de muy poca utilidad para los profesionales de Turismo, que no pueden gestionar en ella sus reservas, aunque ofrece a las agencias de viajes la posibilidad de darse de alta como distribuidores de sus billetes de autobús.

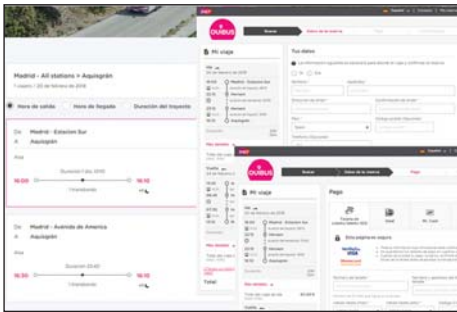
7.3



Entrada / Presenta la primera pantalla de reservas, recomendaciones, ofertas y permite abrir el acceso a toda su información.



Producto / Desde la pestaña lateral permite acceder a la información sobre sus destinos, paradas, puntos de venta...



Reserva / Dispone de un sencillo sistema de reservas, válido únicamente para el cliente final, con pago mediante tarjeta.

Aehcos actualiza su 'web' con una página 'responsive' y pocos cambios

Aehcos presenta una nueva versión de su página, compatible para cualquier tipo de terminal, en la que, con nuevas presentación y estructura de accesos, presenta una información con pocos cambios y sigue sin gestión de reservas.



www.aehcos.es

La Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos) presenta una nueva versión de su página en la que el cambio principal, además de renovar la presentación y la estructura de accesos, es que ahora está disponible desde cualquier tipo de terminal. La web no ha modificado la información a sus socios que existía en la anterior ni el acceso a los hoteles por municipio en un mapa, manteniendo su limitada descripción y el acceso a su web para la gestión de reservas. Por otro lado, en cuanto a idiomas, sigue presentando versiones a castellano e inglés.

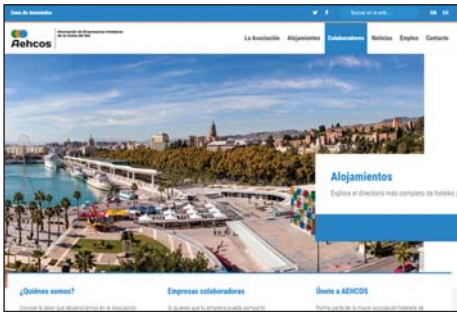
INFORMACIÓN	RESERVA	GENERAL
Se accede a los alojamientos desde un buscador paramétrico y ha añadido la selección por municipio en un mapa. Presenta una información limitada del establecimiento en una única pantalla, incluyendo su plano de situación, aunque sin información de precios ni galería de fotos.	Sigue sin la funcionalidad de gestión de reservas que ofrecía al cliente final en la primera versión analizada. Ofrece únicamente la posibilidad de enlazar desde la descripción del alojamiento con su página, para utilizar su sistema de gestión de reservas, cuando existe.	La página mantiene una información semejante sobre Aehcos, sus objetivos, estructuras y servicios que ofrece a los socios, así como sobre el Salón Profesional y otros eventos que organiza anualmente, además de un área para sus socios y otra de ofertas de empleo.
▲ Lo Mejor / Compatible	▼ Lo Peor / Gestión Reservas	
Mantiene las características y la información de la versión anterior con un nuevo diseño compatible para cualquier terminal.	No incluye ningún tipo de gestión de reservas, para lo que sólo ofrece el enlace con la página de cada alojamiento.	

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

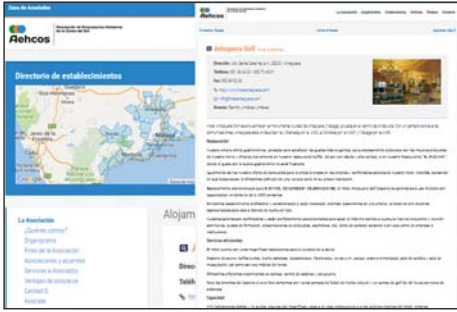
EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos) sigue siendo de muy poco interés para las agencias de viajes ya que, aunque presenta más de 340 hoteles, ofrece únicamente una descripción limitada, sus formas de contacto y el acceso a su web.

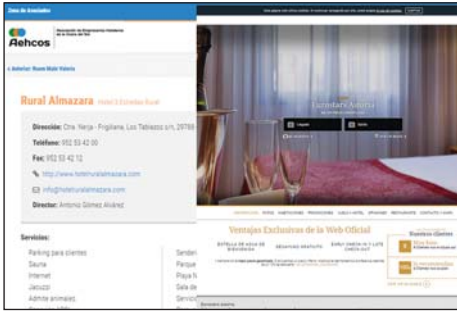
5.3



Entrada / Con un nuevo diseño responsive, presenta el acceso a su información, temas destacados y la selección para reserva.



Producto / Desde un buscador o seleccionando en un mapa, presenta una relación de alojamientos y el acceso a su descripción.



Reserva / Sigue sin incluir ningún tipo de gestión de reservas, para lo que sólo ofrece el enlace con la web del alojamiento.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Agencias y turoperadores buscan empleados para su departamento de contabilidad

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'.

■ **Mapa Tours.** Madrid. La mayorista está seleccionando estos días personal para el departamento de contabilidad en sus oficinas centrales de Madrid. Valorará que los aspirantes tengan dominio del programa contaplus y de inglés. Ofrece en primer lugar un contrato eventual con posibilidad de pasar a indefinido, jornada completa. El salario bruto anual de los empleados en este área oscilará entre los 18.000 euros y los 20.000 euros.

■ **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.

■ **Moa Viajes.** Sevilla. Esta empresa busca un agente de viajes *freelance* especializado en los destinos de África y el Océano Índico en el segmento del lujo. La persona seleccionada trabajará, des-

de su domicilio, en la elaboración de viajes completamente a medida, la atención al cliente, la elaboración de toda la documentación necesaria y todas las gestiones. Es necesario que los candidatos dispongan de titulación universitaria.

■ **Viajes Eco.** Madrid. Esta agencia, especializada en viajes de empresas y a medida, busca incrementar su equipo que actualmente es de una veintena de personas. Ofrece un puesto de trabajo en el departamento de viajes a medida con jornada completa de lunes a viernes y una remuneración de entre 17.000 y 23.000 euros anuales. Deberá estar en contacto con el cliente, preparar itinerarios y presupuesto y realizar las reservas.

■ **eGrecia Viajes S.L.** Madrid. Desde eGrecia Viajes, empresa especializada en los destinos de Grecia y Turquía, buscan una persona para el departamento de operaciones. Se valorará la experiencia y los conocimientos de Amadeus.

■ **Diwoh Travel.** Madrid. Diwoh Travel busca un agente de viajes con experiencia para que se incorpore al departamento de reservas con un contrato indefinido y un salario de 14.000 a 18.000 euros brutos. Los candidatos deberán demostrar un nivel alto de inglés y manejo avanzado

de GDS, preferiblemente Galileo. Las tareas del puesto incluye desde la gestión de reservas e incidencias al asesoramiento del cliente. Asimismo, será obligatorio que los candidatos tengan disponibilidad para hacer guardias rotativas.

■ **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 Paraíso.** 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 nivel elevado de inglés y 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 valorarán conocimientos del sistema Dometour.

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

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Estancias vacacionales

↑ La página de Apartamentos 3000 amplía su oferta y su gestión de reservas, ahora de confirmación *online*, manteniendo el mismo diseño de la versión anterior y una **información** adecuada de su oferta, que ahora incluye hoteles y otros servicios.

→ Sería de más **utilidad** si ampliase sus destinos.

↓ Anuncia la **reserva** desde agencias, pero no aparece.



<http://www.apartamentos3000.com>

Enología en 10 países

↑ Nueva versión de CatadelVino.com que amplía sensiblemente sus servicios y su oferta, ofreciendo ahora **información** sobre bodegas y otros centros de enoturismo en 10 países, y la compra de vino, accesorios, catas programadas y estancias.

→ Por su amplia información y oferta de vinos es una página de **utilidad**.

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



<http://www.catadelvino.com>

Alquiler de Vehículos

↑ La nueva página de Advantage mantiene, con un diseño compatible y muy mejorado, un sistema semejante de **información** y reservas de coches en Estados Unidos y otros países europeos y americanos, pero no está disponible para las agencias de viajes.

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

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



<http://www.advantage.com>

Turismo en Cuba

↑ La página oficial de Turismo de Cuba mantiene, con pocos cambios en su diseño, una **información** muy general tanto sobre sus características históricas, geográficas y de ayuda al viajero, como sobre sus atractivos y servicios turísticos.

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

↓ Para gestión de **reservas** ofrece en algunos casos la web de el hotel.



<http://www.infotur.cu>

Eventos en Maspalomas

↑ El Centro de Convenciones ExpoMeloneras presenta una página *responsive* muy bien diseñada, que ofrece una completa **información** sobre sus espacios, servicios, eventos y sobre sus facilidades para la organización de eventos.

↑ Por su completa información es una página de **utilidad**.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece sus formas de contacto.



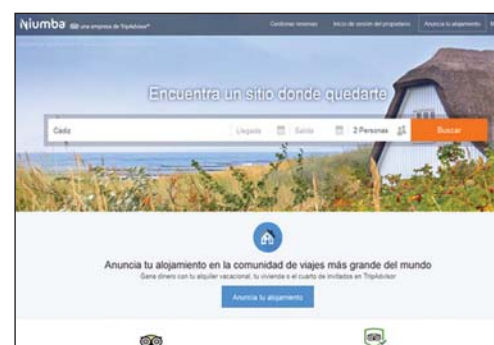
<http://www.expomeloneras.com>

Alquiler de vacaciones

↑ TripAdvisor presenta su central de vacacional con una amplia oferta de alojamientos en España y otros países, que ofrece al usuario la **información** de los establecimientos y un sistema de reservas *online* u *on request*, dependiendo del alojamiento.

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

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



<http://www.niumba.com>

LEGISLACIÓN

Contratación

Universidad Politécnica

✓El Boletín Oficial de España (BOE) publica el 27 de enero de 2018 la resolución de la Universidad Politécnica de Madrid por la que se hace pública la formalización del contrato de servicio externo de agencia de viajes para la Universidad Politécnica de Madrid. El presupuesto base de licitación tiene un importe total es de 550.000 euros y el valor estimado del contrato es de 909.090,90 euros. Central de Viajes, S.L. ha resultado como empresa contratista ha resultado, formalizando el contrato el 15 de enero de 2018, adjudicado el mes anterior, el día 15.

✓El BOE publica el 29 de enero la resolución de la Autoridad Portuaria de Huelva por la que se hace pública la formalización del contrato para la Prestación del servicio de agencia de viajes para la Autoridad Portuaria de Huelva. Altantour DMC, S.L. ha resultado adjudicataria con un contrato con valor de 385.000 euros y el mismo presupuesto.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

CURSO

Los nuevos negocios del Turismo

Ostelea presenta un máster para los emprendedores del Sector

El máster de Ostelea en emprendimiento de nuevos negocios en Turismo se imparte en Madrid a jornada completa. La ubicación de la ciudad permitirá a los alumnos conocer de primera mano las nuevas tendencias en el Sector que están sucediendo y realizar la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio en un segmento donde España es, sin duda alguna, uno de los referentes mundiales.

Entre las habilidades profesionales que los estudiantes desarrollarán, Ostelea destaca la experiencia en dirección o el estudio de casos, ya que tiene una formación basada en el conocimiento de experiencias reales explicadas, en

gran cantidad de ocasiones, por sus protagonistas. Además, el máster tiene conferencias mensuales con directivos de los diferentes departamentos o presidentes ejecutivos de empresas representativas del Sector Turístico.

La empleabilidad es uno de los objetivos del máster, por lo que las clases serán impartidas por profesionales con amplia experiencia, para que además de formar, asesoren a los estudiantes sobre su futuro. Dentro del curso también se otorgará el premio al mejor proyecto emprendedor, con el objetivo de avalarlo y que tenga mayor posibilidades de atraer la atención de las fuentes de capital.



LIBROS

Nueva tecnología y Turismo

‘Inteligencia Artificial: desarrollos de Turismo’.

La Plataforma Tecnológica del Turismo Thinktur ha presentado en FiturtechY el e-book ‘Inteligencia Artificial: desarrollos en turismo’. El contenido de este documento recoge un análisis de las principales iniciativas que, cada uno de los Centros Tecnológicos de Turismo que conforman la plataforma y sus asociados, están llevando a cabo en diversos puntos del territorio nacional. El objetivo del libro digital es establecer un marco de referencia para impulsar la incorporación de dicha tecnología en la gestión empresarial y del destino. Iniciativa que parte de las reuniones del grupo de trabajo de los centros tecnológicos, promovido por Invattur y Thinktur, con la finalidad de poner en valor su labor, dar mayor difusión a las actividades que se ponen en marcha y generar iniciativas conjuntas entre las entidades.

CALENDARIO

Feria turística en Latinoamérica

●La Vitrina Turística Anato es una de las ferias del Sector más importantes de Latinoamérica y con más trayectoria. Del 21 al 23 de febrero tiene lugar la 27 edición del evento en Bogotá (Colombia), con grandes expectativas. En la feria se darán cita más de 30 países, 20.000 visitantes y compradores profesionales, y más de 1.000 expositores. Además, durante los mismos días tendrá lugar simultáneamente ‘ProColombia Travel Mart’, con la intención de generar espacios profesionales dentro del segmento de viajes de congresos. Más información en la página vitrinatursistica.anato.org/.

●Del 21 al 25 de febrero Múnich (Alemania) acoge F.Re.E, una feria que se caracteriza por la multitud de segmentos turísticos que acuden a ella: salud y bienestar, caravanas y Turismo de naturaleza, deportes y bicicleta. La pasada edición contó con más de 1.300 expositores procedentes de 65 países para unos 135.000 visitantes. Más información en www.free-muenchen.de.

N BOLSA DE TRABAJO nexotur.com

¿Necesita un profesional?

Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

¿Busca trabajo?

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

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración

 Dirección General de Turismo
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA
E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
Comunidad de Madrid

 UNAV



SUBEN

Luis Maroto

Forbes ha sacado la lista de los 50 mejores directores ejecutivos de empresas españolas. Luis Maroto, consejero delegado de Amadeus IT Group es, para la publicación, uno de los tres mejores directivos del país.



Ferrán Tarradellas

Los premios Xavier del Turismo que otorga el HTSI han reconocido en esta edición la labor del programa Erasmus. Ferrán Tarradellas, director de la Representación de la Comisión Europea en Barcelona ha sido el encargado de recoger este galardón.



Alberto N. Feijóo

El presidente de la Xunta de Galicia, Alberto Núñez Feijóo ha recogido el premio a la categoría profesional que los galardones HTSI han concedido al Camino de Santiago. El organismo reconoce su larga trayectoria en el desarrollo de un Turismo humanizado basado en la acogida.



SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Carles Puigdemont	3
Entrevista / Santiago Prims	4
Escaparate	5-13
Gestión	15
Mostrador	17-21
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluatnet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 5 AL 11 DE FEBRERO DE 2018



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

Las agencias, grandes protagonistas de Fitur 2018

Los agentes de viajes fueron, un año más, los protagonistas de Fitur. De los 80.159 visitantes profesionales que acudieron a la feria, el 22,7% pertenecen al Sector de agencias de viajes y turoperadores. Por lo tanto, se dieron cita 18.196 profesionales vinculados a esta rama de actividad turística. Los otros dos sectores que más visitantes aportaron fueron la hotelería, con un peso del 14,3% (11.462 personas), y el de empresas de servicios, con un 9,9% (7.935). En relación a las empresas expositoras, dominan de forma aplastante los organismos oficiales y la hotelería, con pesos respectivos del 26% y del 25%. Completan el podio las agencias y turoperadores, que representan el 13,7%.



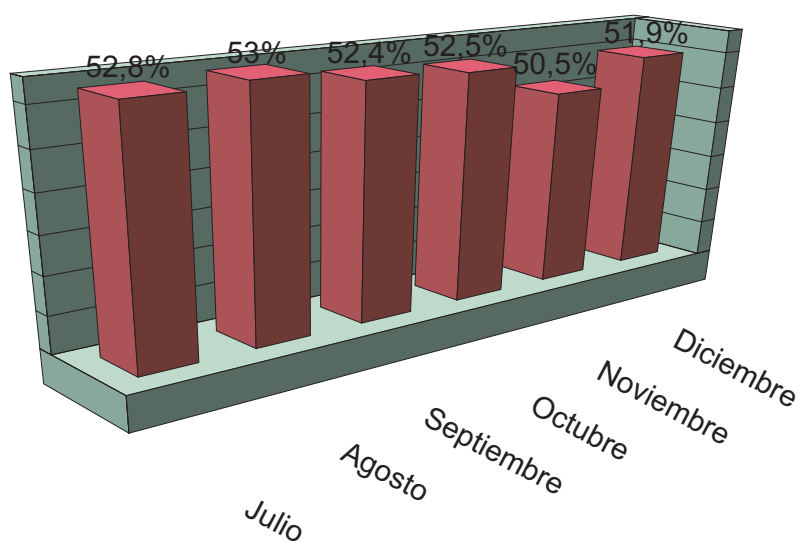
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

Las 'low cost' acumulan el 52% del tráfico

El acumulado de 2017 cierra con un gran avance de las compañías aéreas de 'bajo coste', del 13,4%, frente a un moderado aumento de las líneas convencionales, del 3,2%. Este crecimiento se traduce en que las low cost consiguen, por primer año, aventajar claramente al resto de aerolíneas. Esta ventaja beneficia a las tres compañías de bajo coste con más cuota de mercado en nuestro país: Ryanair, Vueling y Easyjet.

Cuota de las 'low cost' en los seis últimos meses



Fuente: Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital.

© NEXOTUR

El 'Informe de las Compañías de Bajo Coste' del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital no informa cuál es la cuota de mercado de estas tres líneas en el global del año, pero varios meses han llegado a acaparar el 36% de entradas por vía aérea del país. En el último

mes del año, por ejemplo, ha llegado al 35,9%, lo que supone el 70% del mercado de 'bajo coste'.

Ryanair es, con diferencia, la compañía que más pasajeros acumula, superando incluso a todo el resto de las low cost. En los dos últimos meses del año, los vuelos

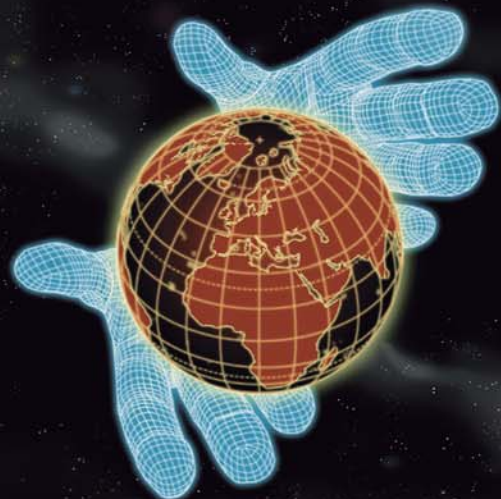
de Ryanair han supuesto el 20% de las entradas por vía aérea en España, aunque su récord de estableció en marzo, con el 20,7%.

Récord histórico

Teniendo en cuenta el tráfico aéreo total, el 2017 ha sido un año de récord histórico, con la llegada de 87,6 millones de pasajeros procedentes de aeropuertos internacionales. Esto supone un 8,3% más de viajeros que el año anterior, cuando también se estableció un nuevo récord.

Respecto a los mercados de procedencia, todos los principales países emisores de España han registrado una evolución positiva el año pasado, pero destaca el importante crecimiento de algunos los mercados más alejados. Es el caso de Asia, que crece un 19,6% interanual, y América, con un aumento del 9,2%. Sin embargo, estas solo suponen el 2,2% y el 7,1% de los viajeros internacionales que llegan por vía aérea al país, ya que el 89% procede de Europa, un 8% más que en 2016.

Por último, las Comunidades autónomas de destino no han experimentado grandes variaciones. La primera sigue siendo la Comunidad de Madrid, cuyo aeropuerto concentra el 22% de las llegadas internacionales, aunque le sigue muy de cerca Cataluña, con el 21,3% del tráfico. El Aeropuerto de Barcelona-El Prat es el primero en la lista de operaciones de compañías low cost, mientras que Madrid Barajas el que más vuelos tradicionales acumula en todo el año. Esto explica que las llegadas en ambas Comunidades se estén acercadas.



Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana en tu email

