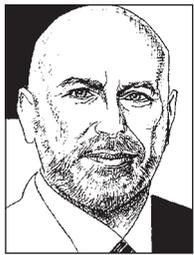




AGUSTÍN
ALMODÓBAR
Apuesta por el Turismo
PÁG. 12/ El compromiso del PP con el Turismo se refleja en los PGE



LUIS
RECHE
Expansión internacional
PÁG. 10/ W2M refuerza su plan de expansión en países de América



CARLOS LÓPEZ
BAHILLO
Cambios en Avasa
PÁG. 12/ Bahillo es el nuevo director general del grupo comercial Avasa



CARLOS
GARRIDO
Se crea el ObservaTur
PÁG. 8/ Nace el Observatorio Nacional del Turismo Emisor



JEAN-PIERRE
MAS
Consecuencias negativas
PÁG. 12/ Los paros impactan en las cuentas de las agencias francesas

La presión de ECTAA sirvió para reducir el alcance del NewGen Iss

IATA amplió el umbral del que disponen las agencias antes de pasar a prepago

Tras la presión ejercida por ECTAA, IATA ha ampliado el umbral del que disponen las agencias de viajes antes de pasar a prepago en el NewGen Iss. Aunque constitu-

ye una clarísima mejora, el lobby europeo pone en duda la legitimidad de esta medida, al ser un límite colectivo de ventas impuesto por las aerolíneas a las agencias.



Sara Fernández, directora de GEA.

GEA: 'Hay mucho más optimismo en el Sector'

"En los últimos tres años el crecimiento ha sido cada vez mayor", señala la directora general de GEA, Sara Fernández. **Pág. 4**

La producción de las OTA aumenta el 17%

Las agencias online (OTAs) revierten la tendencia negativa de 2016, con una caída del 3,5%, y crecen 16,7% en 2017. **Pág. 6**

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

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) pretendía en su nuevo NewGen ISS con el llamado RHC (Capacidad de Retención de Remesas), que los agentes de viajes tuviesen que pagar por adelantado por la contratación de billetes aéreos cuando el volumen de venta en cash enviado al BSP aumentase en un 15% en



Merike Hallik

comparación con las épocas de mayor actividad del ejercicio anterior. Gracias a la actuación de la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA), ese umbral se ha elevado al 100%, lo que constituye una mejora, aunque ECTAA pone en duda la legitimidad de esta medida.

Escapate en pág. 8

CEAV busca apoyos políticos contra la garantía adicional

El equipo de CEAV está manteniendo encuentros con las principales fuerzas políticas para exponer sus argumentos y trasladarles el impacto que supondría para las agencias de viaje la entrada en vigor de determinadas medidas incluidas en el proyecto de ley para la transposición de la Directiva de Viajes Combinados. Está previsto que el texto llegue al Con-

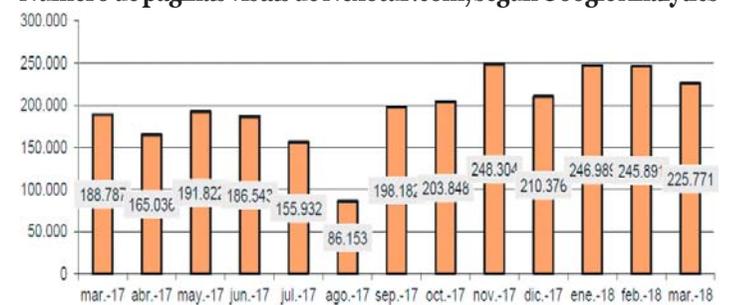


Mercedes Tejero

greso de los Diputados este mismo mes de abril, por lo que pronto se sabrá si obtiene los resultados deseados. La Confederación recurre a esta opción después de que el Gobierno central hiciese caso omiso a sus alegaciones. Uno de los puntos que más critica CEAV es la inclusión de una garantía adicional.

Escapate en pág. 10

Número de páginas vistas de Nexotur.com, según Google Analytics



Fuente: Google Analytics

© NEXOTUR

Nexotur supera 16 minutos de tiempo medio de lectura

Nexotur.com se consolida como el 'portal' de noticias de Turismo al que más tiempo dedican los profesionales del Sector. Según datos oficiales de Google Analytics, en el primer trimestre de este año el tiempo medio de lectura rebasa los 16 minutos. Además, se dispara un 37,6% el número de páginas vistas. **Escapate en pág. 14**

Fuerte rechazo a Lufthansa por su política 'anti-GDS'

El vicepresidente de la Asociación Alemana de Viajes (DRV), Ralf Hieke, denuncia que Lufthansa "priva a los canales exentos de precios competitivos y dice adiós a la comparación neutral de precios". Y es que el grupo aéreo alemán ofrece desde el 1 de abril un descuento de cinco euros por adquirir el billete a través de sus canales o



Fiebig Norbert

los que establezcan conexiones basadas en el New Distribution Capability (NDC) de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA). Medida que se suma al suplemento a los GDS, y por la que el presidente del comité de vuelo de DRV, Otto Schweisgut, critica que es "una clara discriminación". **Escapate en pág. 6**

Puente de Mayo

27 de abril - 5 de mayo



DESTINO	SALIDAS	PRECIO	DESTINO	SALIDAS	PRECIO	DESTINO	SALIDAS	PRECIO
Dubai (circuito)	MAD y BCN	Desde 1.040 €	Berlín	MAD y BCN	Desde 740 €	Atenas	BCN	Desde 660 €
Eslovenia	MAD y VLC	Desde 764 €	Lisboa	MAD	Desde 470 €	Praga	BCN	Desde 675 €
Grecia	MAD	Desde 963 €	Chipre	MAD	Desde 655 €	Dublín	BCN	Desde 595 €
Thailandia	MAD y BCN	Desde 1.325 €	Bruselas	MAD	Desde 755 €	Florenia	BCN	Desde 595 €
Sicilia	VLC y MAD	Desde 399 €	Londres	MAD	Desde 655 €	Nápoles	BCN	Desde 460 €
China	MAD y BCN	Desde 1.610 €	Dubai	MAD y BCN	Desde 815 €	Roma	BCN	Desde 599 €

* Todos los precios incluyen vuelo + traslados + hotel + tasas de aeropuerto. Viajes combinados sujetos a Condiciones Económicas Especiales de Contratación (C.E.E.C.). Consultar fechas de salida. Información y reservas en su agencia o en www.politours.com

CLAVES

Retos crecientes del guía turístico

LOS TURISTAS HAN evolucionado enormemente con las nuevas tecnologías. En el Sector Turístico se ha hecho un gran esfuerzo para hacer frente a los desafíos de la distribución *online*. Poco tiempo se ha dedicado, sin embargo, a entender cómo los guías locales hacen frente a turistas que tienen la información en sus dedos.



Luis Lechuga

Hoy son muchos los clientes que viajan con aplicaciones móviles con guías de destino. Nuestros guías se encuentran con turistas que, incluso antes de catar un vino, ya han sacado una fotografía a la etiqueta y miran su precio y valoración. Una tendencia imparable y comprensible... ¡No podemos esperar que lleguen a un *tour* y cambien sus hábitos!

La solución a este desafío se encuentra en trabajar mucho el contenido de los *tours* y buscar la excelencia con los proveedores. De este modo, la información que encontrará el cliente sólo reafirmará la calidad del *tour*. Los guías deben tener muy trabajados los itinerarios para evitar que una búsqueda en Google ponga en duda sus explicaciones.

Tema importante también son las peticiones sobre dieta y restricciones alimentarias. Según un estudio de Ipsos en Inglaterra, el número de veganos pasó de 150.000 a 542.000 en los últimos diez años.

El mayor desafío para un guía se produce cuando los filtros durante el proceso de reserva no han funcionado y el cliente no ha aportado información. Se trata sin duda de una oportunidad para las agencias enfocadas a la calidad del servicio.

Otra tendencia que ha tenido una evolución muy rápida es la búsqueda de la fotografía perfecta. La posibilidad de compartirla con amigos y seguidores en redes hace obligado gestionar educadamente el tiempo dedicado a las sesiones de *selfies* y fotos.

La labor del guía seguirá siendo fundamental en el futuro. Aportan en su interacción la mayor cercanía al ámbito local para el turista... Difícil pensar que un robot emule esto.

↳ Luis Lechuga es CEO de WineTourismSpain.

‘Las empresas del Sector Turístico no son ajenas al impacto del cambio climático. Y una de las acciones que más están tomando es calcular, reducir y compensar las emisiones de CO₂ que generan con su actividad’, señala el director comercial Allcot

TRIBUNA



Ignacio Sojo

El cambio climático. España y sus efectos...

EN 2016 LA concentración de gases de efecto invernadero (GEI) ha alcanzado máximos históricos y las temperaturas globales han batido nuevos récords. El ser humano generó más de estos gases que los que el planeta puede absorber. Las emisiones de gases de efecto invernadero en 2016 fueron las más altas en 800.000 años según la Organización Meteorológica Mundial (OMM).

Aunque los científicos han reconocido los esfuerzos ejecutados durante los últimos años, sobre todo en el campo de las energías renovables, advirtieron que no son suficientes y que habrá que encontrar más soluciones que permitan enfrentar al desafío del cambio climático a través de una voluntad política mundial que tome en cuenta la urgencia de la situación.

Los GEI en España en 2016 se redujeron un 3,13% con respecto al año anterior, pero esto fue por cuestiones coyunturales no por medidas de política de gobierno. Desde 2015, el aumento en la electricidad generada por la energía eólica e hidráulica con respecto al año, pasado fueron claves para entender el descenso del 30,9% del consumo de carbón que explica el retroceso en emisiones de GEI.

El actual Gobierno advierte de que el calentamiento global amenaza con que, en lo que queda de siglo, el 80% (tres millones de hectáreas) del suelo esté en peligro de desertificarse, según un análisis del Ministerio de Medio Ambiente de 2016.

Para el año 2100 los investigadores pronostican un importante aumento de la temperatura media estacional, que será máximo en los meses de verano con incrementos de hasta 6°C con respecto a las temperaturas actuales.

Según las proyecciones de la División de Población de las UN, se prevé que la población de España se reducirá de 46.398.000 habitantes a 36.378.000 (-22%) en 2100, mientras el resto del mundo se espera que aumente de siete a 11 billones de personas. El problema de trasfondo es que mientras el calentamiento global aumenta a causa del cambio climático, nuestro acceso a recursos naturales (renovables y no renovables) disminuye, haciendo que el papel del ser humano en su entorno se vuelva cada vez más insostenible.

El desafío del cambio climático impactará de distintas formas a la economía global y del sector de la

inversión. Los planes ya establecidos pondrán precio a las emisiones de carbono del mundo y consecuentemente que esos precios se ajusten hasta niveles que ejerzan un efecto significativo en los modelos de negocio y las estrategias corporativas.

energía renovable, de protección de bosques o de eficiencia energética. La empresa que compense su huella recibe un certificado y un sello que avala que es Neutro en Carbono, por lo que le ayuda a posicionarse como una empresa sostenible.



Aunque cada vez son más las empresas que están planificando emprender acciones más contundentes para luchar contra el cambio climático, la incapacidad para entender los efectos de la

transición a una economía global con bajas emisiones de carbono afectará a los modelos de negocio y cada vez se percibe más como una actitud irresponsable no tomar acciones en dicho tema.

Las empresas del Sector Turístico no son ajenas a este impacto. Y una de las acciones que más están tomando es calcular, reducir y compensar las emisiones de CO₂ que generan con su actividad. Hay que intentar reducir la huella de carbono lo máximo posible y para ello se puede contar con la asesoría de empresas como Allcot. Pero por muchos cambios que se hagan, al final es imposible tener cero emisiones. Sin embargo, hay una solución: cuando no se pueda reducir más dichas emisiones, se pueden compensar.

La compensación de emisiones de CO₂ se basa en la aportación voluntaria de una cantidad de dinero proporcional a las toneladas de CO₂ emitidas. Ese dinero se invierte en proyectos que se encuentran en países en desarrollo y que pueden ser de

Esto es importante, ya que el 30% de los consumidores compra teniendo en cuenta la sostenibilidad y un 60% de los millenians consumen productos responsables.

Un entorno de mayor vigilancia no solo afecta a las empresas. A medida que la integración de los criterios medioambientales, de sostenibilidad y buen gobierno (ESG, siglas en inglés) se vaya tornando más generalizada, y todos, desde el fondo de pensiones

más importante del mundo hasta actores más discretos, respaldemos los Principios de Inversión Responsable, cabría esperar una intensificación de la vigilancia sobre los resultados y efectos de toda esta actividad.

La política de desarrollo de la UE promueve la transformación hacia una economía verde inclusiva que genera crecimiento, crea empleos y ayuda a reducir la pobreza mediante la gestión sostenible del capital natural. Abordar este desafío requiere un amplio conjunto de intervenciones que van más allá de la acción gubernamental para involucrar al sector privado.

La Comisión Europea está comprometida a apoyar a los países en desarrollo en sus esfuerzos por la transformación hacia una economía verde inclusiva.

Una economía verde ofrece un camino para generar un crecimiento económico que sea incluyente y ambientalmente sostenible. Para avanzar en esta dirección, los gobiernos deben establecer políticas y crear las condiciones propicias que "corrijan" los mercados y las imperfecciones y fallas de la gobernanza, y proporcionen incentivos económicos adecuados a los agentes económicos (productores, consumidores) para lograr una política verde, limpia y ruta de la economía baja en carbono.

Dado que la transformación hacia una economía ecológica cambiará los patrones de empleo en algunos sectores, será necesaria la capacitación de la fuerza de trabajo existente para fomentar la creación de empleos decentes y ecológicos. Igualmente, importante es apoyar el desarrollo del sector privado local proporcionando habilidades de emprendimiento ecológico que enseñarán a las personas cómo comenzar su propio negocio ecológico y así aumentar las oportunidades para mejorar su nivel de vida. Los ejemplos prácticos ayudarán a convencer a todos los interesados de que el uso sostenible del capital natural y los ecosistemas ofrece soluciones comerciales viables.

Hay numerosas pruebas de que los retos y las tensiones medioambientales y sociales van en aumento y muchos de sus efectos probablemente se acelerarán de cara

Una economía verde ofrece un camino para generar un crecimiento económico incluyente

a la agenda 2020. Sin embargo, la disminución de la brecha entre la vigilancia social y política respecto del papel del sector privado a la hora de abordar estos desafíos nos resulta más relevante.

Analizar empresas sin tener en cuenta el contexto social y medioambiental que definirá el liderazgo de cara al futuro se está tornando insostenible.

Creemos que los ganadores del futuro serán aquellos equipos directivos, consejos e inversores conscientes del aumento tanto del coste como del valor de una licencia social para operar. Estos ganadores ajustarán sus modelos de negocio para construir, identificar y respaldar acciones que permitan crear una verdadera sostenibilidad empresarial.

El Sector Turístico de España (80 millones de turistas en 2017), siendo un gran responsable de las emisiones y de residuos generados, debería tomar medidas y responsabilidad en la materia.

↳ Ignacio Sojo es director comercial Allcot.

OPINION

NEXOTUR

PERIODICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZ

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

DIRECTOR ADJUNTO: CARLOS ORTIZ RODRIGO
COORDINADORA GENERAL: MARGA GONZÁLEZ

SECCIONES: MIGUEL PRAGA LÍBANO (ESCAPARATE Y MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA BÁEZ (REUNIONES), DANIEL GALLEGU ALIAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), GERMÁN RUIZ (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), MARGANA ORLINOVA (EVENTOS), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN), MAMEN MARTINEZ (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 (NEXOBUSINESS)

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 (INTERNACIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966
TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Cumbre de Editores en la Costa del Sol

GESTORES DE MEDIOS O GESTORES DE AUDIENCIAS. Las audiencias y sus métricas protagonizarán el XIII Congreso Nacional de Editores de Publicaciones Periódicas, que se celebra en Antequera (Málaga) el 20 y 21 de abril, patrocinado por Google y Costa del Sol.

Expertos en audiencias y editores analizarán esta importante cuestión, que afecta a los medios, a los anunciantes y lectores. Tras la inauguración, a cargo de autoridades de la Diputación Provincial de Málaga y el Ayuntamiento de Antequera, centrará este debate el exdirector de *20 Minutos*, Arsenio Escolar, presidente de la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas (AEEPP), única organización estatal de editores integrada en CEOE y Cepyme, que reúne 140 grupos y empresas editoriales que publican más de un millar de cabeceras de revistas, digitales y periódicos, en los que trabajan 2.400 periodistas, con tiradas conjuntas de casi 500 millones de ejemplares en papel y más de 30 millones de usuarios en los digitales.

El Congreso Nacional de Editores, que dirige el vicepresidente de la Asociación Española de Editores y presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada, se abrirá con las ponencias *Comunicación clara: una nueva oportunidad para los Editores*, de Mario Tascón, socio fundador de Prodigioso Volcán; *AMPStories: Otro medio de contar historias*, de Luis Collado, *chief officer* de Google; y *Cómo nos afecta la nueva regulación de protección de datos*, de José Luis Zimmermann, director general de Adigital.

La segunda sesión de trabajo se dedicará a la *big data*, con las ponencias: *De la Data a la Plata*, de Ángela Álvarez,

chief analytics officer de Hybrid Xperience; y *Grandes contenidos a partir de la Inteligencia Big Data...* y *de la abuela*, de Marga Jerez, CEO de JPMediaInternational.

El debate abierto entre editores se dedica a analizar *La problemática de la prensa profesional*, moderado por Ignacio Rojas, presidente de Peldaño.

Especial interés tendrá el panel con Fuerzas de Seguridad del Estado sobre *Ciberseguridad en medios digitales*, con el Grupo de Delitos Telemáticos de la Guardia Civil, la Brigada de Investigación Tecnológica de Policía y el Instituto Nacional de Ciberseguridad, moderado el presidente del Grupo NEXO (y vicepresidente de la Asociación de editores).

Tras el escaparate de nuevos Proyectos (Maldita.es, Genial.ly, Thewatmag, Telos y Pecket), *Concentración de medios y libre competencia*, por Mar Díaz, directora de comunicación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC); *Periodismo e inteligencia artificial, condenados a entenderse*, por Juan Carlos F. Galindo, CEO de AI España; *Copyright y nuevas regulaciones*, por Víctor Sánchez, director de Eloquent y representante de AEEPP ante el Parlamento Europeo; y *El debate de las métricas*, panel de José Antonio Pérez, director general de OJD, y Eduardo Plasencia, director de Analítica y SEO de Weblogs, moderado por Joaquín Abad, CEO de Cibeles Group. Y cierra con la ponencia *No lo llamemos fake news, llámémoslo desinformación*, de Clara Jiménez Cruz, periodista de La Sexta. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Costa del Sol albergará por tercera vez (Marbella, Fuengirola y Antequera) el Congreso Nacional de Editores, con una cumbre sobre la comunicación en España organizada por el director de NEXOTUR

▲ CHECK-IN / 'LA MENINA POSTAL'

Iniciativas por el destino Madrid

El 20 de abril se inaugura en la capital de España la Meninas Madrid Gallery, original exposición urbana al estilo de la famosa CowParade, con sus inolvidables vacas, decoradas por artistas locales, que recorrió las principales ciudades del mundo.

En este caso, la protagonista es la dama de honor de la infanta Margarita de Austria, inmortalizada por Velázquez en su célebre cuadro 'Las Meninas'. Artistas de los más diversos estilos y tendencias han recreado para la ocasión estatuas de la Menina. Entre ellas, destaca 'La Menina Postal', obra del artista pop venezolano Luigi Cuchillo, que ha sido patrocinada por el Grupo NEXO a través de la revista *El Eco Filatélico* (empresa editorial adquirida por Nexo Editores) con motivo de la preparación de su 75º aniversario de publicación ininterrumpida.

'La Menina Postal' podrá ser admirada en pleno centro de Madrid hasta finales de julio y, después, en el estudio de Cuchillo, situado junto a la redacción de NEXOTUR (en el Madrid de Las Letras).

"Esta iniciativa se suma a *Salvemos la Torre*, en la que el Grupo NEXO trabaja para recuperar la Torre de Telegrafía Óptica del Parque del Retiro, conocida como *el castillo* y actualmente en ruinas, para convertirla en un museo de la comunicación, o la ubicación en un edificio adecuado del Museo Postal y Telegráfico", en palabras del director de *El Eco Filatélico* y *Numismático*, Eugenio de Quesada, "poniendo en valor recursos turísticos de Madrid, ya sean nuevos (como 'La Menina Postal' de Cuchillo), abandonados (como la Torre del Retiro), o infrutilizados (como el Museo Postal)".

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / José Alberto Morales

El líder del Sindicato Profesional de Viajes (SPV) ha sido reelegido presidente, por centenas y medio de delegados, con la prioridad de "garantizar el mantenimiento del empleo con puestos estables y de calidad". Morales repite mandato en



el principal sindicato estatal de agentes de viajes, cuya representatividad supera a UGT y CC OO juntas. La trayectoria de Morales y del SPV, surgido de Viajes El Corte Inglés, les ha hecho merecedores del reconocimiento generalizado.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / LEGISLAR EL SECTOR

Internet cambia la Directiva

El auge de la venta directa en Internet es causa de disfunciones, según se reconoce en la Unión Europea. El proyecto de ley que traspone la directiva del Parlamento y el Consejo Europeo regulando los viajes combinados y servicios de viaje vinculados (a la que ha tenido acceso NEXOTUR) revela en su exposición de motivos que la adopción de la Directiva Europea de Viajes Combinados, aprobada en 1990, respondió a la necesidad de "armonizar los ordenamientos jurídicos de los Estados miembros, estableciendo una base mínima de normas comunes al objeto de mejorar la protección de los consumidores". Sin embargo, reconoce que "la estructura del mercado en aquel entonces era mucho más sencilla y no existía Internet ni, consecuentemente, la contratación en línea, que en la actualidad se ha convertido en un medio importante para ofertar servicios de viaje".

Para Bruselas, "este nuevo comportamiento de compra había dejado a los consumidores en un área gris, donde no estaba claro si sus vacaciones entraban dentro del concepto legal de viaje combinado". Por lo que "la nueva directiva supone el establecimiento de un equilibrio adecuado entre un elevado nivel de protección de los consumidores y usuarios europeos, y la competitividad de los empresarios", que exigen eliminar las disparidades existentes en la legislación europea de los contratos de viajes combinados, que —reconoce el Consejo— crean obstáculos significativos en el mercado interior".

El Sector trabaja para que la nueva legislación que pretende solventar estas lagunas, no perjudique al agente de viajes en España y el resto de Europa.

Es necesario reaccionar a tiempo con determinación, y creemos que nosotros hemos sabido hacerlo / Parece que este año ha arrancado mejor todavía que el anterior, que no fue mal ejercicio / En los últimos tres años el crecimiento ha sido cada vez mayor / La rentabilidad es el punto más importante para una empresa y en nuestro Sector cada vez hay más factores amenazantes

«Después de 24 años, podemos decir que Grupo Gea sigue creciendo»

Sara Fernández / Directora general de Gea

Gracias a un ambicioso plan de expansión internacional, así como a su éxito en el mercado español, Gea es a día de hoy el primer Grupo comercial por número de asociados, superando incluso a las grandes redes de agencias. Su directora general, Sara Fernández, profundiza en algunos de los proyectos en los que se encuentran inmersos.

P.- Finalizaron 2017 con 1.638 puntos de venta asociados, cifra muy superior a la de cualquier gran red de agencias con sede en España. ¿Dónde está la clave de este éxito?

R.- En Grupo Gea, nos debemos a la confianza depositada por un gran número de agencias con un perfil de calidad que nos otorga una envergadura suficiente para negociar, sumado al respeto que nos hemos ganado con los proveedores por la seriedad que siempre hemos demostrado. Este gran número de agencias, y nuestro equipo humano, son el motor que nos permite seguir avanzando. Un equipo de profesionales que brindan un servicio personalizado, así como una continua renovación de nuestros servicios. Esas son las claves de nuestro éxito.

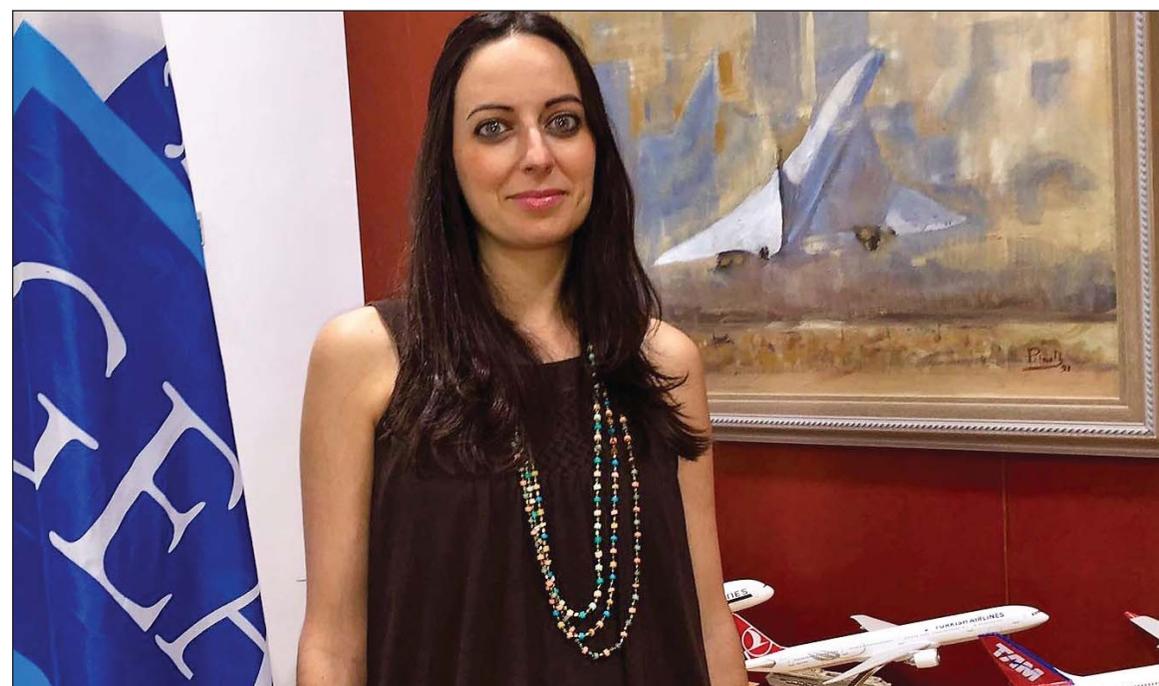
P.- ¿Confían en incrementar esta cifra al cierre del presente año?

R.- Después de 24 años, podemos decir que Grupo Gea sigue creciendo. Todavía tenemos camino por recorrer, pero no tenemos ninguna prisa. Siempre hemos apostado por un crecimiento paulatino. Tenemos mercados por explorar, pero no queremos descuidar por ello el servicio de calidad que prestamos a nuestras agencias.

P.- Más allá del número de agencias de las que disponen, fuentes consultadas por NEXOTUR reconocen que Gea es uno de los pocos Grupos comerciales que no atraviesan dificultades financieras. ¿Es una empresa saneada?

R.- Son muchas las agencias que han cerrado y en Gea hemos tenido que realizar ajustes e incluso inyecciones de capital, ya que nuestro principal objetivo ha sido optimizar nuestros recursos para seguir ofreciendo un servicio de calidad y seguir sumando valor a las agencias. Consideramos que ante las dificultades, al permanecer parado, el tsunami te arrastra. Es necesario reaccionar a tiempo con determinación, y creemos que nosotros hemos sabido hacerlo: optimizando nuestros recursos, pero sin dejar de invertir en mejorar nuestros servicios. En este sentido, la internacionalización de Gea juega un papel fundamental y nos ha permitido mantener la fortaleza de grupo ante dificultades del mercado.

P.- De los cuatro mercados en los que operan en estos momentos, ¿cuál es el que tiene un mayor potencial de crecimiento?



R.- En el mercado peruano apenas lanzamos el proyecto hace un año, por lo que es donde más recorrido pendiente tenemos. No obstante, en Argentina, que desde el comienzo ha sido un absoluto éxito, todavía podemos seguir a un buen ritmo de crecimiento.

P.- En su última entrevista concedida a NEXOTUR avanzó que estaban estudiando la posibilidad de dar el salto a otro mercado. ¿De cuál se trata y cuando podría arrancar el proyecto?

R.- Efectivamente, nuestro objetivo en el 2017 era comenzar con nuestro proyecto en Perú, y en el poco tiempo que llevamos ya tenemos 94 agencias asociadas. Tenemos en mente otros mercados iberoamericanos, pero antes queremos consolidar bien Perú.

P.- ¿Alguna novedad para este año?

R.- Estamos negociando con una entidad bancaria para relanzar nuestra nueva tarjeta de crédito Visa Gea, con mejores ventajas para los clientes y que permitirá a las agencias mejorar su competitividad en el mercado, así como ofrecer una financiación con mejores condiciones. Además, trabajamos en varias mejoras de nuestras herramientas tecnológicas y prevemos algún evento especial para nuestras agencias.

P.- Recientemente lanzaron el proyecto Gea Travel Media. ¿Qué persiguen con esta iniciativa?

R.- Pretendemos adaptarnos a la nueva era de video marketing, poder comunicarnos mejor con nuestras agencias y a su vez que ellas puedan hacerlo con sus clientes. Ya hemos lanzado varios videos informativos, de destinos, fam trips, etc. y esperamos pronto disponer de contenido audiovisual de las campañas especiales que negociamos para las agencias Gea.

P.- La transposición de la Directiva de Viajes Combinados acarreará nuevas responsabilidades para las agencias. ¿Entiende que se les exija tanto?

R.- Entiendo que lo que se busca es salvaguardar los derechos del consumidor y que no se vea perjudicado ante quiebra o incumplimiento del servicio contratado; pero también hay que saber cuidar al canal de intermediación y hay determina-

P.- ¿Cómo está funcionando la venta anticipada para el verano?

R.- Parece que este año ha arrancado mejor todavía que el anterior (que no fue mal ejercicio). Aunque ahora se ha ralentizado un poco por la proximidad de la Semana Santa, es previsible que pronto se retome ese buen ritmo de crecimiento. Todo apunta a que cerraremos con mejores resultados aunque es necesario esperar al comportamiento de los próximos meses que nos darán la dimensión real de este año a nivel comercial.

P.- Algunas Asociaciones hablan ya de una recuperación del Sector. ¿No cree que se precipitan al lanzar este tipo de mensajes?

R.- Depende de lo que entendamos por recuperación. Creo que no debemos compararnos con la situación de hace más de diez años. Sin embargo, en los últimos tres años el crecimiento ha sido cada vez mayor. Hay mucho más optimismo en el Sector, las agencias venden mejor durante todo el año y las previsiones son bastante positivas.

P.- ¿La rentabilidad sigue siendo la gran asignatura pendiente para las agencias de viajes?

R.- Absolutamente, la rentabilidad es el punto más importante para una empresa y en nuestro Sector cada vez hay más factores amenazantes. Nuestro objetivo fundamental es proporcionarle buena rentabilidad a las agencias (es nuestra razón de ser), y constantemente estamos luchando por ello. Afortunadamente en Gea hemos conseguido negociar y mantener buenos niveles de rapeles. Solamente el año pasado conseguimos para las agencias españolas más de dos millones de euros en concepto de rapeles, sin contar las constantes campañas de sobrecomisión que se negociaron durante todo el año.

P.- Cada vez más proveedores intentan saltarse a los intermediarios. ¿Se equivocan?

R.- Las agencias han influenciado toda la vida de la mejor forma posible sobre la decisión de compra del cliente: recomendando los mejores servicios en función de sus necesidades. Los clientes van directamente a una agencia a que le asesore por su experiencia y conocimiento. Tenemos un potencial de venta en el Sector de agencia de viajes que ninguna publicidad directa es capaz de superar, y el proveedor que no sea capaz de verlo se equivoca absolutamente.

P.- ¿Se equivocan?

R.- Las agencias han influenciado toda la vida de la mejor forma posible sobre la decisión de compra del cliente: recomendando los mejores servicios en función de sus necesidades. Los clientes van directamente a una agencia a que le asesore por su experiencia y conocimiento. Tenemos un potencial de venta en el Sector de agencia de viajes que ninguna publicidad directa es capaz de superar, y el proveedor que no sea capaz de verlo se equivoca absolutamente.

Tenemos en mente otros mercados en Iberoamérica, pero antes queremos consolidar Perú

Estamos en negociaciones con una entidad bancaria para relanzar la tarjeta de crédito Visa Gea

La innovación siempre ha sido una prioridad

Estamos en negociaciones con una entidad bancaria para relanzar la tarjeta de crédito Visa Gea

Actualmente el Grupo Gea ofrece a todos sus asociados plataformas de reserva que ya han demostrado una gran potencial de venta. Entre ellas disponemos de un buscador aéreo a través de nuestro consolidador exclusivo y una plataforma con hoteles, 'paquetes' dinámicos, vuelos,



SARA FERNÁNDEZ

cruceros... en colaboración con nuestro partner Veturis Travel, brindando a las agencias la posibilidad de tener además una página web personalizada con estos buscadores. También tenemos suscritos acuerdos con las herramientas de reserva más innovadoras (ALP y Offbooking). Por último, ofrecemos una serie de herramientas para el día a día de la agencia: presupuestos interactivos (View Travel), una intranet con contenidos promocional para dirigirse al cliente (car-

telería, newsletter...), herramientas de reclamación de vuelos (Air Help, Wingstoclaim, etc. La innovación tecnológica siempre ha sido una de nuestras prioridades. De hecho, si calculamos la inversión realizada en los últimos seis años, en total se supera el millón de euros.



Carrefour

Viajes

Únete_

Formar parte de una gran empresa
nunca fue tan sencillo

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

Te esperamos en **Expofranquicia 2018**

 | IFEMA Feria de Madrid | Pabellón 4 | Stand 4D15

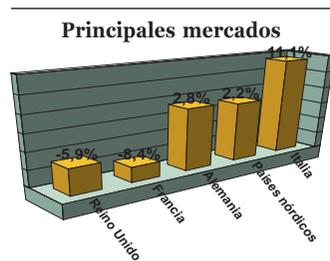
 | 19 al 21 de Abril | 10:00h a 19:00h

 **síguenos**
viajes.carrefour.es

ESCAPARATE

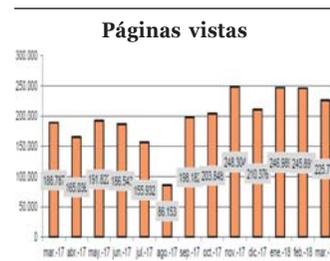
Aumenta cerca de un 3% la llegada de turistas en febrero

España ha recibido en febrero 4,2 millones de turistas internacionales, un 2,6% más, según el Instituto Nacional de Estadística. Los dos principales mercados emisores caen. Un 5,9% el británico y un 8,4%, el francés. **Pág. 32**



Nexotur.com incrementa las páginas vistas un 38%

El tiempo medio de lectura de Nexotur.com rebasa los 16 minutos en el primer trimestre, según Google Analytics. Además, se dispara un 37,6% el número de páginas vistas del 'portal' de noticias de Turismo. **Pág. 14**



Las agencias 'corporate' pasan del 5% al 7%

Un 7% de las agencias se declara de negocios, mientras que un 42% reparte su actividad entre el *corporate* y el vacacional, según Según un informe de Amadeus y ACAVE. En 2009 era el 5%. **Pág. 15**

PRONTUARIO

Derechos de los viajeros

LOS CONSUMIDORES EUROPEOS tenemos la suerte de contar con la protección del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE), responsable de ampliar a retrasos de más de tres horas la protección inicial que el reglamento CE261/2004 recogía para cancelaciones y sobreventa de vuelos. Europa es la referencia mundial de marco legal de protección de los viajeros.

Si estos derechos dependiesen de las aerolíneas u organismos supervisores nacionales (AESA en España), sería diferente. Solo el 2% de los viajeros por su cuenta obtiene algo. Y AESA, por ejemplo, se considera incompetente para sancionar los incumplimientos del reglamento comunitario. Solo toma cartas en el asunto cuando la presión mediática es enorme. Además, el 85% de los viajeros sigue desconociendo sus derechos, entre otras cosas porque las aerolíneas no les informan aunque estén obligadas.

Año tras año el *lobby* del transporte aéreo vuelve a la carga para tratar de recortar nuestros derechos como viajeros. Como el criterio del TJUE es firme y no pueden con él, tratan de cambiar la ley.

APRA es la primera Asociación de Defensa de los Derechos del Pasajero. Hemos nacido en Bruselas y está constituida por empresas de Alemania, Holanda, Dinamarca y España, además de operar en otros países: hemos defendido a más de 20 millones de pasajeros. La propuesta es sencilla: dar voz a los consumidores y que esa voz esté respaldada por unos datos que a día de hoy se diluyen en diversas fuentes, pero que son fácilmente accesibles. Y que tanto el Parlamento como la Comisión Europea, que acudieron a nuestra inauguración, tengan acceso a ellos.

☞ **Pablo Rabanal** es CEO y fundador de reclamador.es y miembro del Consejo de APRA.

Las agencias de viajes 'online' revierten la tendencia de 2016 y crecen a doble dígito en el ejercicio de 2017

Su producción se dispara hasta los 3.165 millones de euros entre enero y septiembre de 2017

En los nueve primeros meses de 2017, la producción de las agencias de viajes *online* se ha incrementado un 16,7% hasta los 3.165 millo-

nes de euros. Un buen resultado tras la caída del 3,5% de 2016. Mayor aún es el crecimiento registrado en el tercer trimestre, es decir,

en plena temporada de verano. Un 20,7% más entre julio y septiembre de 2017, con un volumen de negocio de 1.215,9 millones de euros.

Las agencias de viajes *online* (OTAs) que operan desde el territorio español prosiguen con su recuperación. Tras un 2016 nefasto, en el que su producción experimentó un retroceso del 3,5%, protagonizan un espectacular crecimiento en el ejercicio de 2017.

Según los últimos datos dados a conocer por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), su producción asciende a 3.165 millones de euros en los nueve primeros meses del ejercicio 2017. Se trata de un incremento del 16,7% en relación al mismo periodo del ejercicio anterior, cuando facturaron se situó en los 2.710,8 millones de euros.

Mayor aún es el aumento en el tercer trimestre, es decir, en plena temporada de verano. De julio a septiembre de 2017, su volumen de negocio se sitúa en 1.215,9 millones de euros, lo que supone un repunte del 20,7% respecto a los

mismos meses de 2016, cuando se quedaron en 1.007,4 millones.

Las transacciones *online* de las agencias de viajes también muestran un comportamiento favorable,

si bien el crecimiento es menos intenso. Alcanzan en los nueve primeros meses los 11,6 millones de movimientos, un 9,4% más que en el año 2016. En el tercer trimestre el

incremento se eleva a un 13,1%, hasta 4,3 millones.

Los datos de 2017 distan de los registrados en el global de 2016. Cabe recordar que la producción de las agencias *online* se situó en el conjunto del año en 3.425,1 millones de euros, un 3,5% por debajo de 2015. En cuanto al volumen de operaciones, 2016 se cerró con cerca de 13,7 millones, un 6,3% menos.

Evolución de las ventas

La tendencia de dicho ejercicio contrasta con los espectaculares crecimientos que venían protagonizando estas empresas año tras año. Sin ir más lejos, agencias minoristas y turoperadores lograron en 2015 un aumento del 25,5%, pasando de los 2.828,8 millones que facturaron en 2014 a 3.549,8 millones en el citado ejercicio. También subieron un 10,7% las transacciones, hasta los 14,6 millones.

Las agencias estallan contra la estrategia 'discriminatoria' de Lufthansa a los medios de distribución indirecta

Lo que pretenden impulsar los grupos aéreos provocará que la transparencia deje de existir, según DVR

La decisión de Lufthansa de penalizar aún más a la venta intermediada indigna a las agencias de viajes de Alemania. El grupo aéreo, el primer que aplicó un suplemento a los GDS (16 euros por cada reserva a partir de septiembre de 2015), ofrece desde el pasado 1 de abril un des-



Fiebig Norbert

cuento de cinco euros por adquirir el billete a través de sus canales o aquellos que establezcan conexiones basadas en el estándar New Distribution Capability (NDC) de la Asociación

Internacional del Transporte Aéreo (IATA).

La reacción de la Asociación Alemana de Viajes (DRV) no se ha hecho esperar. Su vicepresidente, Ralf Hieke, critica que con esta medida "priva a los canales exentos de precios competitivos y dice adiós a la comparación neutral de precios". Por su parte, el presidente del comité de vuelo de la Asociación, Otto Schweisgut, denuncia que se trata de "una clara discriminación" a los medios de distribución indirecta.

Para DRV la clave del éxito de las agencias es su independencia a la hora de asesorar al cliente, para lo que precisan de sistemas de reservas "absolutamente neutrales". En su opinión, las conexiones individuales que pretenden impulsar los grupos aéreos provocarán que la transparencia deje de existir. "Las aerolíneas, especialmente Lufthansa, quieren abandonar el mercado neutral a toda costa", afirma Hieke, que advierte que el principal damnificado será el cliente.

Al igual que hiciera CEAV con Iberia, DRV también critica las carencias del 'portal' de reservas para pro-

fesionales del que dispone el grupo aéreo, especialmente cuando se trata de viajes de negocios. "Las alternativas ofrecidas desde hace años no cubren de ninguna manera las funcionalidades necesarias para poder garantizar una atención profesional y eficiente a los pasajeros", lamenta Schweisgut, quien afirma "tener la impresión de que Lufthansa tiene poco interés en la tecnología funcional". Como conclusión, Joachim Horn, miembro de la junta de DRV, avisa que "a medio plazo, la lealtad de las agencias al grupo aéreo probablemente disminuirá significativamente".



- 1) Armar presentación
- 2) Deadline cliente 05/07
- 3) Plan de medios

contenido
digitales.

Grupo 1
Madrid

Grupo 2

? Junio / Julio

donde

SALA EXECUTIVE DEL AVE

PARA AQUELLOS QUE PIENSAN
QUE VIAJAR ES UNA OPORTUNIDAD
PARA APROVECHAR EL TIEMPO.

Confirmar
cita.

27.500
vibraciones

+ 1.000 acciones

RESERVA TU SALA EN EL 911 361 136.

Alpitour se hace con el control de Eden Viaggi

Alpitour adquiere Eden Viaggi, uno de los grandes turoperadores del mercado italiano. La operación se completará en los próximos meses, una vez las autoridades de competencia den su visto bueno. Con esta compra, Alpitour crea las condiciones necesarias "para competir de una manera aún más eficaz con los principales actores en el mercado turístico europeo", asegura la empresa.

Andrés Encinas entra en Linkers como consultor

La consultora y selectora de recursos humanos Linkers, especializada en hostelería, ha incorporado a su equipo al ejecutivo hotelero Andrés Encinas, presidente de Honor de la Asociación Española de Profesionales de Turismo (AEPT), en calidad de Consultor de Talento en Hotelería y Turismo para ayudar al grupo en su crecimiento en el sector, fortaleciendo todos los ámbitos que lo componen.

Confibus lamenta subida impuesto de hidrocarburos

La Confederación Española de Transporte en Autobús (Confibus), ha pedido que no se aumente el impuesto sobre el gasóleo para el transporte profesional y, en especial, para el transporte público por carretera. Esta petición responde a la recomendación del Comité de Expertos del Ministerio de Economía. La confederación asegura que un uso de autobús del 20% reduciría 917.000 Tm las emisiones.

Alphabet logra certificado de la norma ISO 10002

La compañía de *renting*, gestión de flotas y movilidad corporativa Alphabet España ha obtenido el certificado ISO 10002, que otorga Aenor y que acredita su eficacia en la Gestión y Tratamiento de Quejas y Reclamaciones. La norma internacional está destinada a proporcionar la orientación necesaria para el diseño e implementación de un proceso de tratamiento de las quejas eficaz y eficiente.

Varias entidades ponen en marcha el Observatorio del Turismo Emisor

Recabará la opinión de 1.000 agentes de viajes de España y más de 1.000 turistas nacionales

El Sector Turístico ya dispone de un observatorio. Impulsado por ReiniziaT en colaboración con UNAV y empresas de primer nivel, realizará dos estudios al

año sobre el emisor español con carácter anual (verano e invierno). Se basará en encuestas a agentes de viajes de España y turistas nacionales.

Instituciones punteras vinculadas a la industria turística se alían para poner en marcha el Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR), primer instrumento de seguimiento y monitorización. Se trata de un proyecto pionero en España con el que sus impulsores pretenden, de manera rigurosa y continuada, aportar un mayor conocimiento sobre el apartado emisor.

Su cometido será ofrecer una visión de lo que ocurre cada temporada y de los cambios que se van produciendo en la industria turística, desde el punto de vista del profesional del viaje y del viajero español. Para lograrlo, llevará a cabo dos estudios de mercado con carácter anual (verano e invierno), coincidiendo ambos con las épocas de mayor actividad, contando en cada una de estas oleadas con la opinión de más de 1.000 turistas nacionales y 1.000 agentes de viajes.

ReiniziaT, firma promotora del proyecto, cuenta con la colaboración de



Presentación del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR).

empresas y entidades de la talla de Amadeus, Beroni, Viajes Carrefour, Iberia, Movelia, Renfe-SNCF y la Unión de Agencias de Viajes (UNAV). Según su socio fundador, Marcos Franco, "hay mucho estudio turístico, pero poca información desde el punto de vista del viajero español y de la agencia de viajes". "Nuestra intención es cubrir ese hueco y contribuir así a mejorar la competitividad de las empresas del Sector", añade.

En la presentación, en la que han participado representantes de las empresas mencionadas, el presidente de UNAV, Carlos Garrido, se ha referido a la importancia de "conocer cuáles son los hábitos de nuestros clientes y saber cuál es su evolución". Por su parte, el director general de Amadeus España, Fernando Cuesta, incide en que "lo relevante es el conocimiento, y este proyecto lo pone en valor".



Los pagos ascienden a 1.284 millones de euros en enero.

Los pagos por Turismo crecen un 10% en enero

Los pagos realizados por los residentes en España para viajar al extranjero ascienden en enero a 1.284 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 9,9%. De esta manera, el emisor español sigue batiendo todos los registros después de un 2017 de récord.

Como publicó NEXOTUR, en el global del pasado año ascendieron a 19.586 millones de euros, con un incremento interanual del 12,3%. Se trató del tercer cre-

cimiento de doble dígito consecutivo. En 2016 se alcanzaron los 17.437 millones de euros, un 11,4% más que en 2015, cuando se llegó a 15.654 millones, con una tasa positiva del 15,3%.

Según los datos publicados por la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, los ingresos también siguen subiendo en relación al ejercicio anterior. Se sitúan en enero en 3.645 millones, lo que supone un repunte del 6,5%.

La intervención de ECTAA ha sido clave para reducir el alcance del pago instantáneo al BSP en el NewGen Iss

El 'lobby' europeo pone en duda la legitimidad del denominado RHC o Capacidad de Retención de Remesas

La actuación llevada a cabo por la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) para mitigar el impacto del NewGen Iss de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), da sus frutos. Según ha podido saber NEXOTUR, el lobby aéreo pretendía, mediante el llamado RHC (Capacidad de Retención de Remesas), que los agentes de viajes tuviesen que pagar por adelantado por la contratación de billetes aéreos cuando el volumen de venta en cash enviado al BSP aumentase en un 15% en comparación con las épocas de mayor actividad del ejercicio anterior.

No obstante, tras largas discusiones con representantes de IATA, finalmente se acordó elevar

el citado RHC al 100%. Este nuevo umbral constituye una clarísima mejora, si bien ECTAA pone en duda la legitimidad de esta medida recogida en el NewGen Iss, que simplemente es un límite colectivo de ventas impuesto por las aerolíneas a las agencias de viajes.

Reforma del programa

Sobre esta cuestión, la presidenta de ECTAA, Merike Hallik, reconoce que a lo largo de 2017 "se ha invertido mucho tiempo y trabajo en asuntos de IATA, especialmente en la modernización del sistema de liquidación, buscándose principalmente asegurar el dinero de las aerolíneas, pero agregando complejidad y costo para los agentes de

viajes". Por este motivo, y a pesar de que resalta que su labor ha servido para "mitigar algunas de las propuestas más perjudiciales", aboga por llevar a cabo "una reforma completa" del programa de agencias de viajes de IATA, que "continúa operando bajo las reglas de 1980".

Según revela, "la prioridad para 2018 será la modernización de las normas de gobernanza y conseguir un equilibrio entre los intereses de aerolíneas y agentes". Aunque ECTAA centrará sus esfuerzos en minimizar el impacto del NewGen Iss, también abordará este año otras cuestiones vinculadas a la distribución aérea. Por ejemplo, se compromete a "evaluar la legitimidad de algunas reglas, especialmente las relacionadas con la negativa de las



La presidenta de ECTAA, Merike Hallik.

aerolíneas a aceptar la tarjeta de crédito de los agentes". También ayudará a los agentes a cumplir con

el sistema PCI DSS, indispensable para que el agente mantenga la licencia IATA.

CEAV y APAVT crearán una Cumbre Ibérica

CEAV continúa formalizando acuerdos con Asociaciones de agencias de otros países para actuar de forma conjunta. Esta vez ha unido sus fuerzas con la Asociación Portuguesa de Agencias de Viajes (APAVT) con la que examinará de forma conjunta, para establecer una posición común, temas tan importantes para el Sector. Se reunirán de forma periódica en una Cumbre Ibérica.

José Alberto Morales seguirá al frente de SPV

Los compromisarios del Sindicato Profesional de Viajes (SPV) han dado un respaldo mayoritario al comité ejecutivo liderado por José Alberto Morales, que se mantendrá otros cuatro años en el cargo de secretario general. En el marco del congreso estatal, que ha congregado en Marbella a 140 delegados, los asistentes también han aprobado el balance de la gestión sindical.

Iberia oferta 90.000 plazas a cruceros Pullmantur

Entre abril y octubre, los pasajeros de Pullmantur podrán viajar en una de las 90.000 plazas que Iberia ha reservado para los cruceristas que se dispongan a embarcarse en la ruta de las 'Islas Griegas', 'Capitales Bálticas', 'Fiordos Noruegos', 'Rondó Veneciano' o 'Expedición al Círculo Polar'. Gracias a un acuerdo, los clientes de la naviera dispondrán de vuelo directo desde Madrid o Barcelona.

Europcar España crece en vehículos eléctricos

Europcar España está incorporando a su flota nuevas unidades de vehículos híbridos y eléctricos. La compañía dispone de diversos modelos híbridos (Toyota Auris, Toyota Yaris y Toyota C-HR) y eléctricos (Renault Zoe y Renault Kangoo), incorporando este año, además, el Volkswagen Golf GTE, un modelo híbrido enchufable que Europcar tiene en exclusiva.

ERV Seguros de Viaje logra llegar a más agencias gracias a su plan de captación

ERV finalizó el año 2017 'muy cerca de los objetivos que nos habíamos marcado', señala su directora general

"Hemos implementado un plan de captación y fidelización que nos ha permitido empezar a colaborar con nuevas agencias y mejorar los acuerdos con las que ya veníamos trabajando". Así lo revela la directora general de ERV Seguros de Viaje, Ana Dueñas, quien remarca que "las agencias de viaje son el pilar fundamental de ERV y nuestro principal canal de distribución". "Por ello, nuestra estrategia continuará centrándose en la oferta de novedades y servicios para los agentes,

pensando en nuevos productos adaptados a sus necesidades o brindando, por ejemplo, nuevas herramientas para su trabajo diario y formaciones de venta", avanza.

En una entrevista concedida a NEXOTUR, Dueñas muestra su satisfacción "por el desarrollo del ejercicio 2017 y por afianzar un año más nuestra posición en el mercado de seguros de viaje". Según detalla, "hemos visto cómo han crecido las ventas de nuestros principales productos, sobretodo de las soluciones para

viajes vacacionales, y de los dirigidos a colectivos como empresas, entidades públicas y ONGs". Gracias a ello, la compañía de seguros de viaje se ha situado "muy cerca de los objetivos que nos habíamos marcado a principios de año, logrando una importante mejora de nuestra eficiencia, otra de nuestras metas".

Un 2018 optimista

Para el presente ejercicio, Dueñas se fija como objetivo "continuar a

la cabeza del mercado siendo creativos, flexibles, e innovadores". Así, avanza que "lo haremos creando nuevas soluciones para desplazamientos vacacionales y de negocios, así como adaptando nuestros productos a las necesidades de los agentes de viajes y de sus clientes". "Además apostaremos por la innovación en nuestros servicios y herramientas para nuestros colaboradores", añade. Por todas estas razones, la directiva afronta 2018 "con optimismo".



La directora general de ERV Seguros de Viaje, Ana Dueñas.



VISA GEA BBVA

YA DISPONIBLE PARA LAS AGENCIAS GEA Y SUS CLIENTES



- Universal. Aceptada en más de 20 millones de comercios de 180 países.
- Sin cuota de emisión ni renovación.
- Libre domiciliación bancaria.
- Flexibilidad en los pagos.
- Financiación hasta en 6 meses sin intereses en agencias GEA. Comisión de apertura 2,50%. TIN 0% TAE 9,10%*.
- 2% bonificación de tus compras en agencias de viajes Grupo GEA**
- Seguros de atraco en cajeros y de Accidentes en viajes.

* Tarjeta Visa GEA emitida por Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. Concesión sometida a estudio y aprobación del Banco. Financiación sin intereses exclusivamente para compras en Agencias de Viaje asociadas a GEA. *Ejemplo de financiación para una compra de 1.000€ a un plazo de 6 meses, 1- cuota mensual 191,67 € y 5 cuotas mensuales de 166,67 € cada cuota. Comisión de apertura no financiada, incluida en la primera cuota 25€ (2,50%) TIN 0%, TAE 9,10% Importe financiado de 1.000€, importe total a devolver 1.025€. La Tarjeta Visa GEA se emite con la forma de pago cuota fija mensual 30€ que el titular podrá modificar.** Bonificación del 2% aplicable a compras realizadas en Agencias asociadas a GEA, en todo caso netas de devoluciones y amortizaciones. Esta bonificación se abonará por BBVA al Cliente en el extracto del mes siguiente. Oferta válida hasta diciembre 2018. Más información en www.grupogea.com.

W2M refuerza su plan de expansión en América

World 2 Meet (W2M) busca una mayor penetración en América. Como parte de su plan de expansión internacional, la marca de Iberostar ha incorporado a Luis Reche como director de Américas, cargo desde el que deberá contribuir a desarrollar tanto el negocio receptivo (W2M DMC) como el de banco de camas (W2M API). Con base en Cancún (México), reportará a la COO, Patricia Rosselló.

Panavisión Tours refuerza su equipo comercial

Panavisión Tours designa a María José Quintana nueva directora comercial para el mercado español. Además de haber ocupado en los siete últimos años el cargo de jefa de ventas en el turoperador, también ha desarrollado su carrera profesional en otras empresas punteras del Sector. Sin ir más lejos, fue jefa nacional de ventas de Mundicolor, entre otras mayoristas.

Cifra récord de 50 millones de viajeros hasta marzo

Los aeropuertos de la red de Aena siguen superando todos los registros. En el primer trimestre de 2018 alcanzan los 49,9 millones de pasajeros, lo que supone un aumento interanual del 9,7%. Las operaciones suben un 6,9% en los mismos meses, con un total de 457.024. Domina el tráfico internacional pero crece con más intensidad el doméstico.

Fomento eleva el corte técnico de las licitaciones

El Ministerio de Fomento ha endurecido las condiciones para sus concesiones públicas a líneas de autobuses. Por otro lado se derogará la Resolución de 2007 sobre las características técnicas de los vehículos. Se eleva el corte técnico a 24,5 puntos (antes 15) y las que no lo superen se considerarán proposiciones que tienen calidad técnica suficiente.

CEAV busca apoyos políticos para poder lograr tumbar la inclusión de una garantía adicional

Está previsto que el proyecto de ley llegue a la Cámara Baja este mismo mes de abril

CEAV intenta convencer a los partidos políticos del grave perjuicio que supondría para las agencias de viajes españolas la entrada en vigor de la nueva Ley de Viajes Combinados, tal

y como está planteada. Recurre a esta opción después de que el Gobierno hiciese caso omiso a sus alegaciones. En el documento, al que tuvo acceso este periódico, se dedicaba especial

atención a la inclusión de una garantía adicional que cubra los incumplimientos contractuales del viaje combinado, que se sumaría a la garantía de insolvencia financiera.

CEAV quema sus últimos cartuchos para intentar que se modifiquen algunos de los artículos recogidos en el proyecto de ley aprobado por el Consejo de Ministros, mediante el cual se transpone la Directiva de Viajes Combinados. Según ha podido saber NEXOTUR, su última opción es convencer a los partidos políticos de cara a la próxima votación en el Congreso de los Diputados.



Mercedes Tejero

para exponer sus argumentos y trasladarles el impacto que supondría la entrada en vigor de determinadas medidas incluidas en el proyecto de ley. Está previsto que el texto llegue a la Cámara Baja este mismo mes de abril, por lo que pronto se sabrá si obtiene los resultados deseados.

Alegaciones presentadas

Como avanzó NEXOTUR, a raíz de la aprobación del anteproyecto de ley,

que se produjo en noviembre de 2017, CEAV presentó ante los órganos competentes sus alegaciones. En el documento, al que tuvo acceso este periódico, se dedicaba especial atención a la inclusión de una garantía adicional que cubra los incumplimientos contractuales del viaje combinado, que se sumaría a la garantía de insolvencia financiera. A su juicio, esto es "totalmente contrario" a la Directiva de Viajes Combinados aprobada por Bruselas, por lo que incluso llegó a advertir que en caso de que no se suprima denunciará a España ante la Comisión Europea por una infracción del Derecho Comunitario.

Su gerente, Mercedes Tejero, avisaba que utilizarán "todas las vías jurídicas" a su alcance para frenar una medida que "supondrían un enorme perjuicio para las agencias de viajes que operen en el territorio español respecto a las que lo hagan en cualquier otro Estado de la Unión Europea". Por su parte, el presidente, Rafael Gallego, argumentaba que "la nueva Directiva de Viajes Combinados y de Servicios de Viaje Vinculados es ya una regulación de máximos y en este punto no se da ninguna opción a los Estados miembros para poder solicitar garantías adicionales como se pretende ahora hacer".

Pese a la presión ejercida por CEAV, secundada por las principales Organizaciones empresariales del Sector, el pasado 23 de marzo el Consejo de Ministros aprobaba la remisión a las Cortes Generales del proyecto de ley sin introducir ninguno de los cambios propuestos. Y lo que es peor, en el artículo relativo a la polémica garantía de responsabilidad contractual se ha llevado a cabo una simplificación, no siendo necesaria una sentencia firme o resolución extrajudicial, lo que resulta aún más perjudicial para las agencias de viajes, que quedarían "en una situación de total indefensión", denuncia Tejero.

Las agencias de viajes arrasan en las ventas del producto crucero con porcentajes de hasta el 90%

La tasa de satisfacción del cliente es superior cuando se reserva en una agencia de viajes

En la mayoría de regiones del mundo, nueve de cada diez reservas de un crucero se realizan a través de una agencia de viajes, algo que no sucede con ningún otro proveedor turístico. Los conocimientos de estos profesionales, que se reflejan en la alta tasa de satisfacción de los clientes, favorecen la venta intermediada.

El crucero se mantiene como el producto refugio de las agencias de viajes. Mientras que en otros segmentos su cuota de mercado ha disminuido de forma significativa por la fuerte apuesta de los proveedores por la venta directa online, en éste dominan de forma aplastante.

Según datos recabados por la Alianza Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes (WTAAA), en la mayoría de regiones, incluida Europa, los canales indirectos representan en torno al 90% de las ventas. El porcentaje baja hasta el 85% en el caso de Asia-Pacífico y al 70% en Estados Unidos.

¿Por qué en este subsector turístico la venta directa sigue siendo residual? Un reciente informe de la Asociación Internacional de Lí-

neas de Cruceros (CLIA) desvela algunos de los motivos que juegan a favor de las agencias de viajes. Además de la mayor dificultad que implica la reserva de un crucero si se compara con otros productos turísticos, como pueden ser el alojamiento o el avión, cabe destacar la capacidad de los agentes para asesorar a los clientes.

Papel clave del agente

Según reconoce el propio lobby de cruceros, "desempeñan un papel clave para garantizar excelentes experiencias". Y es que cuando un agente de viajes se encarga de la planificación del viaje, la tasa de satisfacción del cliente se sitúa de media en un 9,29 sobre 10, mientras que en aquellos pasajeros de cruceros que no reciben asistencia profesional en el proceso de reserva la media es de 8,85 puntos.

CLIA también hace referencia a elevada tasa de repetición entre los clientes de las agencias. El 97% de los pasajeros de cruceros que reservan a través de agencias afirma que es "muy



Estados Unidos es donde más ha penetrado la venta directa 'online'.

probable o probable" que contraten otro crucero en el futuro, porcentaje que se reduce al 85% en el caso de los viajeros que reservan directamente. Del citado 97%, un 81% también asegura que es "muy probable" que realice más de dos cruceros.

Por otro lado, lo que más valoran los pasajeros de las agencias de viajes son su cortesía, atributo señalado por un 71%, y su conocimiento

del producto crucero, con un porcentaje del 72%. Estos y otros factores explican por qué las agencias de viajes dominan con claridad en este negocio. Además, todo apunta a que esta tendencia se mantendrá en los próximos años. Sin ir más lejos, en 2017 un 81% de los agentes consultados por CLIA incrementó su volumen de ventas de cruceros respecto al ejercicio anterior.

Vía Travelport, se podrá reservar Air France KLM sin recargo

Travelport llega a un acuerdo con Air France KLM para esquivar el recargo a las reservas vía GDS. Los clientes seleccionados podrán acceder a un canal privado para contratar, sin el citado suplemento, billetes de Air France, KLM y HOP!. El contenido, disponible en Rich Content and Branding, incluye *branded fares*, grupos de tarifas y servicios complementarios.

En palabras del vicepresidente senior y director general de comercio aéreo en Travelport, Derek Sharp, "estamos encantados de haber firmado este acuerdo con uno de los principales grupos aéreos de Europa". Y confía en lograr "una asociación productiva continua a medida que implementamos nueva tecnología". La vicepresidenta de distribución de Air France KLM, Emmanuelle Gailand, destaca que "Travelport ha sido un gran socio en la transición hacia New Distribution Capability (NDC)". Según avanza, trabajarán juntos "para ofrecer contenido NDC de nuevas tarifas, productos y servicios al mercado".

Logitravel apuesta por la diversificación

Logitravel lanza Deportravelling de la mano del ex director general de la división minorista de Globalia, José María Hoyos, y del periódico As. Se trata de una plataforma especializada para deportistas que ofrece una amplia oferta de carreras populares y eventos deportivos. Dará la opción de inscribirse en las competiciones, reservar vuelos, alojamiento, alquiler de vehículo o traslados.

Viajes El Corte Inglés, proveedor de Ifema

Viajes El Corte Inglés es una de las agencias de viajes homologada por la Institución Ferial de Madrid (Ifema) como proveedor de servicios. Desde hace más de un año, cuenta dentro del propio recinto ferial con una oficina que se ocupa de gran parte de la gestión del transporte y alojamiento de los invitados por la institución. Las dos últimas ferias que han gestionado son: Fitur y ARCOMadrid.

Barcelona es el destino favorito esta primavera

Los destinos más buscados en primavera por los turistas españoles son Madrid, Sevilla y Barcelona por orden de importancia. Los turistas internacionales buscan estos dos últimos destinos, siendo Barcelona el favorito por la mayoría, según Trivago Hotel Manager. Los ingleses, alemanes, italianos, franceses e irlandeses son los que más buscan España en primavera.

El AVE beneficiará al Turismo hacia Murcia

El estudio 'Impacto económico del AVE a Murcia. Estrategias de aprovechamiento', firmado por la ingeniera de Caminos, Canales y Puertos, Marina Munuera, refleja el impacto de la llegada del AVE a Murcia en el Sector Turístico. Multiplicará por cuatro la cifra de viajeros, que pasará de los 400.000 actuales a 1,6 millones, generando un valor añadido de unos 70 millones de euros al año.

'El contrato CORA nunca puede suponer un riesgo financiero', asegura Fina Muñoz

'El resultado obtenido confirma nuestra estrategia y posicionamiento', según consejera delegada de IAG7 Viajes

La Unión Temporal de Empresas (UTE) formada por IAG7 Viajes y Nautalia fue la gran vencedora en la carrera por hacerse con el contrato centralizado de servicio de agencia de viajes de la Administración General del Estado (CORA), el mayor contrato ofertado por la Administración pública (su valor asciende a 285,6 millones de euros). Ambas agencias se encargarán de la gestión de los dos lotes de mayor cuantía.

Para la consejera delegada de IAG7 Viajes, Fina Muñoz, "el resul-

tado obtenido confirma nuestra estrategia y posicionamiento como especialistas en el segmento corporativo". "Estamos seguros de que la gestión de la cuenta de la Administración General del Estado nos proporcionará experiencia adicional y aportaremos nuevas herramientas y soluciones únicas en el mercado", añade.

Preguntada por NEXOTUR sobre las supuestas dudas sobre la sostenibilidad de su oferta, la directiva apunta que "las condicio-

nes de la licitación son muy específicas y distintas a otros contratos de viajes corporativos". Así, aclara que "nos hemos centrado en dos lotes y hemos estudiado bien los requisitos y lo que podíamos hacer, así como las necesidades de la Administración General del Estado al respecto".

Un reto profesional

Por otro lado, en relación a la rentabilidad del contrato CORA, Fina

Muñoz incide en que "la industria conoce cuales son los márgenes en el segmento de los viajes de empresa". "Para nosotros, la gestión de una parte sustancial de la cuenta de viajes más importante del país puede suponer un reto profesional, que estamos seguros de poder afrontar, pero nunca un riesgo financiero que ponga en cuestión un modelo de negocio validado por nuestros clientes y proveedores durante muchos años", subraya la consejera delegada de IAG7 Viajes.



La consejera delegada de IAG7 Viajes, Fina Muñoz.

Soluciones para tu agencia

Disponemos de soluciones en todos los campos, para conseguir incrementar la cifra de negocio y el rendimiento de tu empresa: soluciones en marketing, reservas, tecnología, asesoramiento, formación y negociación.

ÚNETE A NUESTRO GRUPO Y APUESTA SOBRE SEGURO.

TECNOLOGÍA:

- WEB RESPONSIVE adaptable a tus productos, con marcas blancas de proveedores y venta online para tus clientes.
- Tecnología B2B y B2C de buscador de vuelos, tren, hoteles y cruceros.
- INTRANET con herramientas de marketing, contratación del grupo, formación, asesoramiento...
- LOGIN ÚNICO para realizar las reservas con los turoperadores negociados.
- APPs para móviles personalizables para empresas y vacacional que disponen de venta online.
- Actualizador automático de REDES SOCIALES con contenido proporcionado por Avasa.
- Creación de newsletters semanales tematizadas diseñadas y creadas por Avasa y que puedas reenviar a tus clientes.

MARKETING:

- 73 Newsletters al año de diferentes temáticas, con más de 450.000 suscriptores, con una cifra estimada de más de 2.820.000 impactos.
- 4 Revistas Avasa al año y más de 10 catálogos personalizados.
- 84 Pies de firma en emails, de carácter publicitario.
- Campaña "Su Viaje le puede salir gratis" en exclusiva para los clientes Avasa.
- 104 presentaciones personalizables para TV de escaparates.
- Más de 520 Posters de escaparate al año por agencia.
- Más de 9 Monográficos físicos para los expositores basados en las campañas del momento.
- Más de 20 Posters anuales de gran formato.

BOOKING:

- Tarifas especiales negociadas de TT.OO. de compañías aéreas, tren, barco, grupos, segmento senior, estudiantes...
- Sistemas de auto reserva que permiten consultar, reservar, emitir, voidear, reembolsar y reemitir billete desde la propia agencia sin necesidad de ser IATA.
- Servicio ATENCION 24 HORAS, donde el cliente final llama y se le atiende como si fuera la propia agencia.
- Sistema de alertas para poder informar a tus clientes de posibles incidencias en destino.

93 655 65 55

expansion@avasa.com

www.grupoavasa.com

Feijóo y Anbal trabajan en regular las aguas termales

El presidente de la Xunta de Galicia, Alberto Núñez Feijóo, se ha reunido con el presidente de la Asociación Nacional de Balnearios (Anbal), Miguel Mirones, y con la presidenta de la Asociación de Balnearios de Galicia y directora de Termas Cuntis, Marisol Espiño, para valorar el contenido del Anteproyecto de Ley de Regulación de las Aguas Termales para Uso Lúdico que se va a aprobar en Galicia.

Carlos López Bahillo, nuevo director de Avasa

Avasa nombra a Carlos López Bahillo nuevo director general. Sustituye a José María Vila Casas, que accedió al mismo en enero del pasado año y que, ante la proximidad de su jubilación, ha decidido "dejar la actividad profesional y comenzar una nueva etapa en su vida", informa el Grupo comercial. Ha ocupado cargos directivos en Viajes El Corte Inglés, Sindorme Hotels y Costa Cruceros.

Los cruceros se implican con el medioambiente

Los cruceros representan únicamente el 1,2% de la emisiones de gases contaminantes en Europa, en comparación con el total de tráfico de navíos. Sin embargo, como destaca la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA), los barcos son cada vez más modernos y eficientes, por lo que actualmente consumen hasta un 70% menos de combustible que hace 20 años.

Costa Rica inaugura un Centro de Convenciones

El Centro de Convenciones de Costa Rica, ubicado entre la capital del país (San José) y al Aeropuerto Internacional Juan Santamaría, se ha inaugurado recientemente con el objetivo de convertir a Costa Rica en un referente internacional en Turismo de Reuniones. El edificio cuenta con una superficie de unos 15.600 metros cuadrados y puede albergar hasta 4.600 personas entre todos sus espacios.

Los nuevos Presupuestos Generales del Estado reflejan el compromiso del PP con el Turismo

Se ponen en marcha nuevas líneas de apoyo a empresas, destinos y emprendedores

El Partido Popular (PP) saca pecho por el aumento de la dotación destinada al Turismo en los Presupuestos Generales del Estado. "Demuestran el compromiso y la

apuesta por el Turismo del Gobierno de Rajoy", afirma su portavoz de Turismo, Agustín Almodóbar, que entien-

El portavoz de Turismo del Partido Popular en el Senado, Agustín Almodóbar, subraya que los Presupuestos Generales del Estado (PGE) de 2018 "demuestran el compromiso y la apuesta por el Turismo del Gobierno de Mariano Rajoy". "Ampanan políticas que siguen promoviendo y acentuando el éxito de nuestro Turismo", afirma el senador alicantino, recordando que "el compromiso del presidente ha sido total desde el primer momento, tal y como ponen de manifiesto sus políticas basadas en la transversalidad del Turismo como su apuesta por la mejora de infraestructuras, la seguridad, los incentivos fiscales o el apoyo a empresarios y trabajadores del Sector".

Además de destacar el aumento de las partidas destinadas a promo-



Agustín Almodóbar

ción y TurEspaña, señala que, entre las medidas de apoyo financiero, el Ejecutivo plantea líneas de préstamos a empresas del Sector dotadas por importe de 216 millones de euros. "Se ponen en marcha líneas de apoyo financiero a empresas, destinos y emprendedores turísticos, con especial atención a la internacionalización, la digitalización, la innovación y el apoyo a jóvenes", detalla.

También hace referencia a las bonificaciones destinadas a empresas vinculadas al Turismo que alarguen el periodo de actividad de sus trabajadores con contratos fijos discontinuos. "Con esta medida incluida en los PGE, las empresas que mantengan la actividad de sus fijos discontinuos durante los meses de febrero, marzo y noviembre de cada año, po-

drán beneficiarse de bonificaciones del 50% de las cuotas empresariales a la Seguridad Social", concreta.

Renovar el liderazgo

Almodóbar entiende que "España se enfrenta al reto de renovar su liderazgo como potencia turística, lo que pasa por la mejora de la competitividad de sus empresas y destinos, la diferenciación de su oferta y la captación de turistas en segmentos que proporcionen mayores ingresos, así como en nuevos mercados emergentes". Por último, asegura que "son los mejores presupuestos desde que llegamos al Gobierno y son necesarios para poder seguir incidiendo en la recuperación, la creación de empleo y la mejora de la competitividad y liderazgo turístico de España". "Sería una irresponsabilidad no apoyarlos", avisa.

Los paros impactan en las agencias francesas

La Asociación de Agencias de Viajes de Francia (EDV, por sus siglas en francés) advierte del impacto que están teniendo en el Sector las huelgas convocadas por los trabajadores de SNCF y Air France, a los que acusa de "haber perdido el sentido de la realidad" y de intentar "proteger condiciones de otro siglo". Además, afirma que "a ambos no les importa la penalización que infligen a los ciudadanos franceses".



Jean-Pierre Mas

Según sus estimaciones, el trabajo adicional que las agencias tienen que hacer para reorganizar los viajes de sus clientes ronda los 500.000 euros por día de huelga. A esta cantidad hay que añadir las consecuencias vinculadas a la imposibilidad de utilizar otros servicios de viajes ya pagados. "Estos costes serán analizados", apunta la Organización, que calcula que en la primera semana de abril "superan el millón de euros".

Por otra parte, la Asociación francesa advierte de la disminución de las reservas de vacaciones durante los periodos de huelga, cifrando la caída en un 20% en relación a las mismas fechas del año anterior. Además, mientras que de cara a la temporada de verano a priori hay tiempo para revertir esta situación, la recuperación solo será parcial para los próximos días festivos del mes de mayo.

El destino lo sufre

Como punto y final, la Asociación francesa asegura que el Turismo receptivo también está sufriendo un claro impacto por los paros convocados en ambas empresas. "El atractivo turístico y económico de Francia se está viendo fuertemente alterado", apunta, al tiempo que prevé la pérdida de turistas que optarán por otros países más estables.

Travel Advisors incrementa su facturación en un 11% en el ejercicio de 2017 hasta los 654 millones de euros

La entidad prevé poner en marcha una estrategia específica para captar al turista cosmopolita

Travel Advisors Guild (TAG) ha aumentado su facturación en 2017 un 11% hasta alcanzar los 654 millones de euros. Así lo ha anunciado en su última asamblea general donde la directora general del Grupo Bestours, Julia Franch, ha resultado elegida como nueva presidenta.

La Asociación de agencias de viajes independientes, especializada en viajes corporativos y MICE, ha cerrado el año 2017 con un total de 32 agencias —dos más que en 2016—, que representan 81 localizaciones por toda España y un total de 772 profesionales. Del total de ingresos generados por sus agencias el año pasado (654 millones), el 67,2% ha procedido del negocio MICE y Business Travel, 2,6 puntos por debajo de 2016, mientras que el área de vacacional —en gran parte viajes a medida— ha crecido de 22,9% en 2016 al 26,3% en 2017.

La mayor parte de los ingresos generados por las agencias asociadas a TAG vienen por los viajes corporativos, concretamente el 48,1% del total (52,3% en 2016); seguido de los viajes vacacionales, con el 26,3% (22,9% el año anterior); y el Sector MICE, con el 19,1% (17,5% en 2016). El área de DMC ha generado el 3,6% de la facturación, medio punto más que el ejercicio de 2016. La categoría de otros negocios se ha reducido a solo un 2,8%, frente al 4,9% del año anterior.

Elecciones en la Asociación

Durante la asamblea de TAG también se han celebrado elecciones a la presidencia al concluir la etapa de José Miguel Gimeno, que ha liderado la asociación desde 2014 (dos mandatos, el máximo periodo permitido según los estatutos). En

este sentido, la asamblea de TAG ha elegido por unanimidad a la directora general de Bestours, Julia Franch, como nueva presidenta. Le acompañarán en esta nueva etapa el propio Gimeno (MTGlobal), como vicepresidente; Pere Galmés (Galben Travel & Business), como tesorero; Esteban Domingo (Viajes Andrómeda), como secretario; y los vocales Leixuri Vilar (Viajes Amaia), Paula Fuster (Viajes Atlanta), Paloma Orjales (Viajes Orzan) y Octavi Viñes (Viajes Transglobal).

El nuevo equipo de TAG se ha marcado como principales retos el desarrollo tecnológico de la asociación, la igualdad de género y la sostenibilidad. "Sin duda nuestro proyecto tecnológico es nuestro mayor reto durante los próximos meses, aunque no quiero olvidarme de otros hitos que debemos abordar, como la igualdad de género, prin-



El nuevo consejo directivo de Travel Advisors Guild.

cipio que debe inspirar el resto de los derechos fundamentales", ha afirmado Franch. Respecto a la sostenibilidad, la nueva presidenta ha señalado que "para ello hemos lanzado un ambicioso programa que

denominamos EcoTAG con el objetivo de sensibilizar a nuestros asociados y a la sociedad sobre la situación e invitarles a tomar medidas para evitar que los sistemas naturales lleguen a su límite".

Sevilla y Bilbao albergan los dos primeros Salones TurNexo que recorren España en su edición de verano

La entrada a los salones organizados por el Grupo NEXO es exclusiva para agentes de viajes

Arrancan los Salones TurNexo. Sevilla albergó el pasado jueves 5 de abril la primera feria especializada, que ha contado con proveedores turísticos de primer nivel, como Air

Europa, Costa Cruceros, ERV Seguros de Viaje, Geomoon, Madrid Marriott Auditorium, Politours, Iberia, Travelplan y Wamos. El martes 10 de abril, el Gran Hotel Domine Bil-

bao fue el escenario elegido para el segundo de los salones organizados por el Grupo NEXO. Esta misma semana llegarán las dos últimas ferias, TurNexoMadrid y TurNexoCatalunya.

El Hotel Silken Al Andalus de Sevilla acogió en la tarde del 5 de abril (de 19:00 a 23:00 horas) el primero de los cinco Salones TurNexo que organiza el Grupo NEXO con vistas a la temporada estival. Los agentes de viajes andaluces que se dieron cita tuvieron oportunidad de establecer contacto directo con un selecto grupo de proveedores turísticos. Entre otros, se dieron cita Air Europa, Costa Cruceros, ERV Seguros de Viaje, Geomoon, Madrid Marriott Auditorium, Politours, Iberia, Travelplan y Wamos.

El Gran Hotel Domine Bilbao albergó el pasado martes 10 de abril el segundo Salón TurNexo. También en horario de tarde, de 19:00 a 23:00 horas, los agentes de viajes del País Vasco pudieron conocer las últimas novedades para la próxima temporada de verano de los grandes proveedores turísticos de España (Air Europa, ERV Seguros de Viaje, España Visión,

Politours, Travelplan, Madrid Marriott Auditorium, entre otros).

La siguiente cita ha sido el jueves 12 de abril con el TurNexo Valencia en el Hotel Ayre Astoria Palace, en horario de tarde (y del que se publicará su crónica en el próximo número). Esta misma semana llegarán las dos últimas ferias, ambas en horario de mañana (de 11.00 a 17.00 horas). El martes 17 de abril se desarrollará en el Hotel Mayorazgo de Madrid, mientras que dos días después, el jueves 19, se pondrá punto y final a la edición de verano en el Hotel Catalonia Plaza Catalunya.

Debates en Valencia y Madrid

El TurNexo Valencia ha sido también el marco del tradicional Foro NEXOTUR, en el que representantes de Asociaciones, Grupos comerciales y empresas han compartido sus previsiones para la temporada estival. Por su parte, el



Los Salones TurNexo Andalucía y Euskadi han tenido lugar en horario de tarde de 19:00 a 23:00 horas.

TurNexo Madrid contará con el Foro AgentLab, en el que se dedicará especial atención a la situación que atraviesan las agencias de viajes independientes.

Para asistir a alguno de los Salones TurNexo organizados por el Grupo NEXO es necesario realizar la preinscripción a través de la web www.turnexo.com, donde encon-

trarán más información sobre los mismos. La inscripción les permitirá recoger un reloj Junghans, siempre y cuando presenten cumplimentado el Pasaporte TurNexo



El 5 de abril el Hotel Silken Al Andalus ha acogido el Salón TurNexoAndalucía, que ha servido para conocer las novedades de los proveedores y compartir experiencias con otros agentes de viaje.



Como ya es tradicional en todos los Salones TurNexo, el de Sevilla finalizó con la celebración de un cóctel para proveedores y agentes de viajes participantes.



Los asistentes al Salón TurNexoEuskadi, celebrado el martes 10 en el Gran Hotel Domine Bilbao han conocido de primera mano las principales novedades de los proveedores expositores.



Los profesionales del Sector que se han acercado al Salón que organiza el Grupo NEXO desde Bilbao hace más de una década también han podido disfrutar del intercambio de ideas con sus colegas.

CEAV, en el Comité del Transporte por Carretera

CEAV representará al Sector de las agencias de viajes en el Comité Nacional del Transporte por Carretera durante los próximos cuatro años. Así se ha acordado en la reunión plenaria celebrada por la división de viajeros en la que se han elegido los cargos para las diferentes secciones que lo componen y se han asignado nuevos porcentajes de representación.

Barajas podrá atender a 80 millones de pasajeros

Aena invertirá 1.571 millones de euros los próximos diez años en el Plan Director del Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas 2017-2026. La estrategia se divide en dos fases: en la primera, que concluirá en 2021, se invertirán 530 millones de euros, mientras que los 1.041 millones restantes se destinarán a la segunda, que abarca de los años 2022 al 2026.

Air Europa amplía su alianza con Ryanair

Air Europa y Ryanair amplían el alcance del acuerdo histórico que firmaron en mayo de 2017. Tras la exitosa fase inicial, han acordado aumentar los vuelos que la aerolínea de Globalia distribuye en la web de su socia irlandesa. A partir de ahora, los de clientes de Ryanair pueden reservar conexiones de media distancia entre Madrid y aeropuertos europeos, además de las de largo radio.

Misterfly apuesta por los 'paquetes' dinámicos

MisterFly se consolida en la oferta de 'paquetes' dinámicos (vuelos+hoteles) con la adquisición de la pionera en venta flash de estancias Idiliz. Esta decisión estratégica de la especialista en la reserva de viajes online forma parte de su ambicioso plan de expansión y crecimiento propuesto para 2018 y su decisión de apostar por esta línea de producto.

Nexotur.com registra un nuevo récord con un 38% más de páginas vistas y 16 minutos de tiempo de lectura

El tiempo de lectura del 'portal' de noticias de Turismo es ocho veces superior a la media

Nexotur.com se consolida como el 'portal' de noticias de Turismo al que más tiempo dedican los profesionales del Sector. Según datos oficiales de Google Analytics, el tiempo medio de lectura

rebasa los 16 minutos en el primer trimestre. Además, se dispara un 37,6% el número de páginas vistas. "El tiempo medio que dedican nuestros usuarios a la lectura de la plataforma digital

del Grupo NEXO es la mejor muestra del respaldo de los profesionales del Sector a la apuesta de Nexotur.com por el rigor y la seriedad informativa", subraya el director de NEXOTUR.

La Plataforma de Información Turística del Grupo NEXO vuelve a protagonizar un fuerte crecimiento, batiendo todos los registros. Según los datos de Google Analytics, el diario digital Nexotur.com supera en los tres primeros meses de 2018 las 718.600 páginas vistas, lo que supone casi un cuarto de millón de páginas vistas al mes, con un aumento del 37,6% en comparación con el primer trimestre del ejercicio anterior. Por meses, el récord de páginas vistas corresponde a enero, con 246.989, seguido muy de cerca por febrero con 245.891.

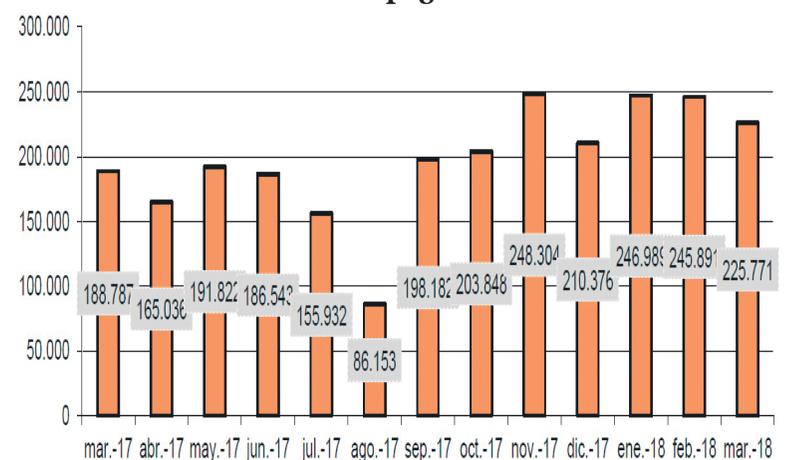
Tiempo de lectura

Más allá de estas cifras de tráfico, el dato más destacable de los reca-

bados por Google Analytics es el elevadísimo tiempo que dedican los profesionales a la lectura del digital. Este dato es el principal indicativo de la calidad de los lectores y asegura una visibilidad excepcional a los contenidos y banners del digital. El diario Nexotur.com alcanza 16:30 minutos de media de lectura en los tres primeros meses del año, frente a los 15:48 minutos del mismo periodo de 2017. Obtiene, por tanto, un nuevo incremento del 5,5%. Además, el tiempo medio de lectura de Nexotur.com es ocho veces superior al resto de prensa especializada, que ronda los dos minutos. El mayor tiempo de lectura se ha alcanzado en febrero, con una media de 16:52 minutos.

Estos datos constatan que el visitante dedica a la lectura en pantalla de Nexotur.com un tiempo similar al que brinda al semanario en papel. "El tiempo medio que dedican nuestros usuarios a la lectura de la plataforma digital del Grupo NEXO es la mejor muestra del respaldo de los profesionales del Sector a la apuesta de Nexotur.com por el rigor y la seriedad informativa", subraya el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada. Y es que una de las claves de este éxito es, sin duda, la elaboración de contenido propio, sin contar con el concurso de agencias de noticias, que uniforman contenidos e inundan los medios tanto sectoriales como generalistas en la Red.

Número de páginas vistas



Fuente: Google Analytics.

© NEXOTUR

Las compañías aéreas rechazan el 4% de las reservas por sospecha de fraude

Las aerolíneas destinan medio punto porcentual de sus ingresos a combatir el fraude

El fraude continúa siendo una importante fuente de pérdida de ingresos para la industria aérea. Según pone de manifiesto Phocuswright, en un entorno en el que las aerolíneas apuestan cada vez más decididamente por la venta directa online, el impacto de las reservas fraudulentas va en aumento.

Para la mayoría de las compañías aéreas, el coste total destinado a combatir estas prácticas es de menos de medio punto porcentual de sus ingresos, cantidad que para la consultora "es posible que no sea suficiente". Y es que, como reconocen las propias compañías aéreas, muchas sufren por la falta de recursos internos y las carencias en materia de nuevas tecnologías destinadas a la gestión del fraude. Para revertir esta tendencia, Phocuswright considera fundamental la implementación de técnicas como el análisis de patrones de dispositivos, modelos de morfología de identidad e indicadores biométricos, entre otras herramientas.

Desafíos en la gestión del fraude de pagos



Fuente: Phocuswright.

© NEXOTUR

Según el estudio, las reservas globales directas de las líneas aéreas pasarán de los 145.940 millones de euros de 2017 a 186.479 millones en 2020, cantidad que se eleva hasta 227.018 millones si se tienen en cuenta todos los canales directos. Actualmente, las aerolíneas se ven obligadas a rechazar o cancelar cer-

ca del 4% de las reservas debido a la sospecha de fraude, mientras que la tasa de pérdida de ingresos por reservas fraudulentas es del 1,2%. Por lo tanto, teniendo en cuenta estos indicadores, en caso de que no mejoren sus técnicas de detección, el impacto rondará los 2.300 millones de euros en el año 2020.

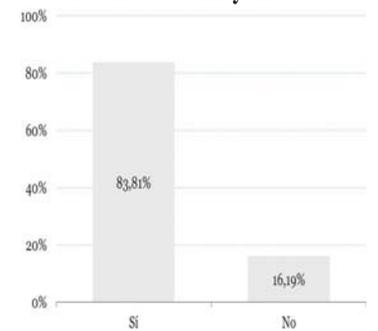
La venta indirecta se impone en el sector hotelero en España

La distribución indirecta domina con claridad en el sector hotelero español. Según se desprende del OHE Hotelero, elaborado por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) en colaboración con PriceWaterhouseCoopers (PwC), cerca del 84% de los hoteleros consultados afirma que más del 50% de la ocupación de sus establecimientos la llevan a cabo mayoristas o plataformas de distribución online. Por el contrario, tan solo un 16,2% asegura que estos intermediarios representan menos de la mitad de las reservas.

Los datos del estudio, elaborado a las puertas de Semana Santa, difieren de los recogidos en la edición anterior. En aquella ocasión, tan solo un 54,4% de los encuestados reconoció que mayoristas y plataformas online aportaban más del 50% de la ocupación, frente a un 45,6% que apuntaba a los canales de venta directa como los más utilizados por los clientes.

Esta evolución vendría a demostrar el creciente peso de la venta indirecta en el sector hote-

¿Más del 50% de la ocupación la llevan a cabo mayoristas?



Fuente: CEHAT y PwC. © NEXOTUR

lero, tendencia de la que está detrás el poderío de las grandes plataformas de distribución que operan en la Red, con Booking y Expedia como líderes indiscutibles. Los hoteleros, por su parte, intentan rebajar su dependencia de las mismas con estrategias cada vez más orientadas a impulsar las ventas directas online, apostando por el desarrollo de sus páginas web y el lanzamiento de promociones exclusivas a través de campañas de fidelización.

Las grandes redes de agencias de viajes se vuelcan con el 'corporate' ante las carencias del vacacional

El 60% de facturación que registran las agencias de viajes proviene del segmento vacacional

La lucha por ganar el concurso del contrato de la Administración General del Estado, que finalmente se repartió entre los cuatro aspirantes, ha sido el último ejemplo de la

creciente importancia que dan las grandes redes al *corporate*. En los últimos años, todas ellas han crecido de forma significativa. Según un informe de Amadeus y ACAVE,

de las 4.500 agencias que operan en el mercado español, un 7% se declara de negocios, mientras que un 42% reparte su actividad entre el *corporate* y el vacacional.

Los viajes de negocios se han convertido con el paso de los años en el gran objeto de deseo de las agencias de viajes, especialmente de las grandes redes. La atomización existente en el negocio vacacional, segmento en el que las plataformas *online* de distribución han crecido a pasos agigantados en las dos últimas décadas, unido a la escasa rentabilidad que generan la mayoría de productos y servicios, ha llevado a muchas agencias físicas a volcarse con el *corporate*. Gracias a ello obtienen márgenes superiores, aunque también requieren de una mayor capacidad de financiación para soportar los cobros a crédito.

Según los datos recogidos en un informe de Amadeus y la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), de las 4.500 agencias que operan en el mercado español, un 7% se declara de negocios (un 70% más de sus ventas corresponden a este segmento), mien-

tras que un 42% reparte su actividad entre el *corporate* y el vacacional. En comparación con 2009, año en el que la crisis económica comenzó a afectar de lleno a la industria turística, las primeras representaban el 5%, mientras que el porcentaje de las segundas era únicamente del 32%, diez puntos por debajo del actual. A día de hoy, siempre según los datos del citado estudio, el producto vacacional representa el 60% de la facturación de las agencias de viajes.

El líder indiscutible

Viajes El Corte Inglés es, con amplísimo margen, líder indiscutible en *business travel*. Y ello a pesar de que Halcón Viajes le ganó la carrera para hacerse con el contrato centralizado de la Administración General del Estado, valorado en 171 millones de euros. En 2016, año en el que la cifra de negocio de Viajes El Corte Inglés ascendió a

2.396,7, el *corporate* representó el 45%, es decir, 1.078,5 millones.

Globalia, por su parte, demostró su apuesta por este nicho con el lanzamiento en noviembre de 2016 de Globalia Corporate Travel, de la fusión de Halcón Empresas y Halcón Eventos. Según los últimos datos a los que ha tenido acceso este periódico, esta línea de negocio aporta cerca del 35% de los ingresos de la división minorista del grupo turístico, que rondó los 1.100 millones de euros en 2016, lo que vendrían a ser unos 385 millones de euros. La marca, que cuenta con dos direcciones nacionales y más de 200 centros especializados, gestiona los desplazamientos de más de 7.000 clientes corporativos a nivel nacional e internacional.

Otro grupo que apuesta fuerte por este segmento es Ávoris Reinventing Travel. El equilibrio entre un servicio local a la vez que global ha llevado a BCD Travel, división especializada



Fuente: Amadeus y ACAVE.

© NEXOTUR

en *corporate*, a gestionar una cartera cercana a los 4.000 clientes mediante una estructura de 49 *outplants* e *implants*, 43 BTC's, además de nueve oficinas de incentivos y convenciones bajo la marca BCD M&E.

Nautalia Viajes también ha sabido hacerse un hueco en los viajes de negocios. La agencia perteneciente a Wamos, que inició su andadura en 2011 con un enfoque claramente vacacional, creó en enero de 2013 su división *business travel*.

Cuatro años después, este segmento representa aproximadamente un tercio de su cifra de negocio, que ascendió en 2016 a 262 millones de euros. Además, todo parece indicar que esta cifra crecerá en los próximos años gracias a su victoria en los dos lotes más jugosos del contrato de servicios centralizados de la Administración General del Estado, a los que concurría a través de una Unión temporal de Empresas (UTE) junto a IAG7 Viajes.

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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

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



Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

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

Una nueva versión de la página web de Hoteles2



Hoteles2 vuelve a modificar su página web que, con algunos cambios de su diseño y estructura, mantiene la información sobre sus hoteles y su sencillo sistema de gestión de reservas, aunque se ha reducido sensiblemente el número de hoteles.

La nueva versión de su página web que mantiene, con un diseño renovado, su completo sistema de gestión de reservas de hoteles, vuelos, alquiler de coches y 'paquetes', ofreciendo a las agencias su programa de afiliación.

Presupuesto 'online' en la página de Grandoure



La nueva web de Grandoure mantiene una limitada información sobre la empresa, su flota y sus tipos de servicios de transporte, pero ahora presenta una nueva gestión online de presupuestos con posibilidad de solicitud inmediata.

Expedia cambia el diseño de pantallas de su web



Expedia presenta una nueva versión de su web que mantiene, con un diseño renovado, su completo sistema de gestión de reservas de hoteles, vuelos, alquiler de coches y 'paquetes', ofreciendo a las agencias su programa de afiliación.

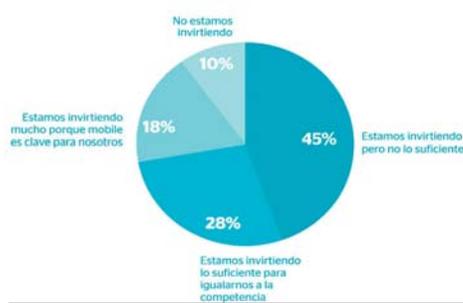
Álava presenta un nuevo diseño para su 'website'



La nueva página de Turismo de la provincia de Álava presenta, con un nuevo diseño que no mejora el anterior, una información limitada sobre la mayoría de los temas de interés turístico en la provincia y una guía de alojamientos, pero no su reserva.

Inversión en tecnología móvil

¿Qué piensas acerca del nivel de inversión de tu organización en Mobile?



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

© NEXOTUR

La estrategia móvil, prioridad para las empresas de viajes

Las empresas con presencia en la distribución de viajes apuestan de forma decidida por la estrategia móvil. Un estudio de Travelport revela que el 60% se está planteando mejorar o cambiar su app en 2018, mientras que un 90% cree que tener un plan para este tipo de dispositivos es "crítico" o "muy importante" para el éxito de su organización.

Según el informe, un 84% de las empresas de viajes planea aumentar el presupuesto destinado al mobile en el presente ejercicio. Respecto al nivel de inversión actual, llama la atención que un 45% reconoce no estar invirtiendo lo suficiente y un 10% no destina nada a esta partida. Por el contrario, un 28% afirma invertir lo suficiente para igualarse con la com-

petencia y el 18% restante tiene un presupuesto muy elevado.

Las áreas en la que se volcarán las empresas de viajes este 2018 son la inteligencia empresarial, los chatbots, el auto check in, las plataformas de pago y la tecnología de voz. En cambio, la inversión será mínima en otras tecnologías como la realidad virtual y la realidad aumentada.

Para los profesionales consultados, la tecnología mobile puede jugar un papel clave en la fidelización del cliente, el desarrollo de negocio y en cuestiones como retrasos y cancelaciones de vuelos. Por detrás están aspectos como mejorar la comunicación y el servicio al cliente, lograr más ventas directas y contribuir a la percepción de la marca.

Las agencias de viajes sacan cada vez mayor rendimiento a las redes sociales

Las ofertas están en cabeza con una cifra superior a los cinco millones

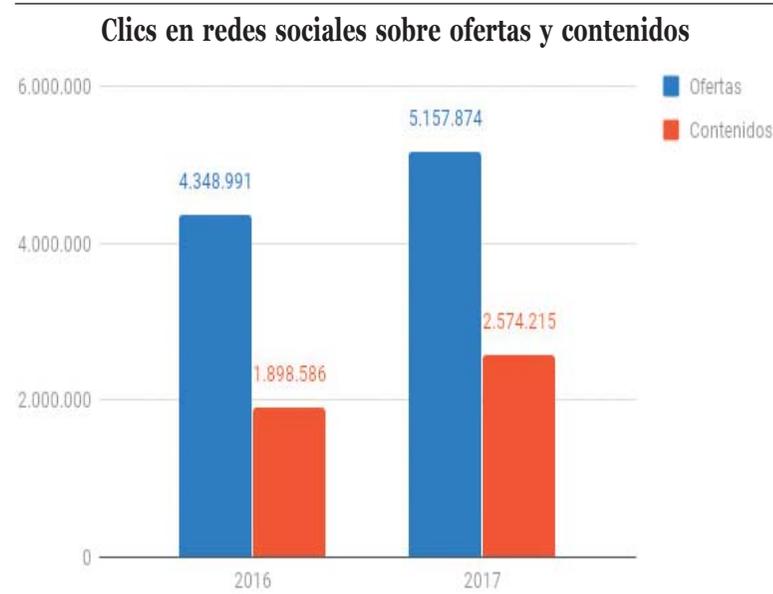
El año 2017 finalizó con un total de 7,7 millones de clics sobre contenidos publicados en redes sociales, según revela a NEXOTUR el director ejecutivo de Bookingfax.

De esta manera, Bookingfax Social Media cumple con su principal cometido: maximizar el rendimiento que las agencias sacan a las redes sociales.

Bookingfax Social Media cumple con su principal cometido: maximizar el rendimiento que las agencias de viajes sacan a las redes sociales. En declaraciones a NEXOTUR, el director ejecutivo de Bookingfax, Antonio Mariscal, revela que cerraron 2017 con 7,7 millones de clics sobre los contenidos publicados, lo que supone un notable incremento interanual del 24,2%.

Dominan las ofertas, con una cifra superior a 5,1 millones, lo que supone un crecimiento del 18,6% en comparación con los 4,3 millones del ejercicio anterior. Mientras tanto, las visitas a contenidos se disparan por encima del 32%, pasando de 1,9 millones en 2016 a cerca de 2,6 millones en 2017. Diariamente, la herramienta de marketing de redes sociales para agencias de Bookingfax, que vio la luz en el verano de 2015, ha generado entre 25.000 y 35.000 clics diarios.

En lo que respecta al número de perfiles de que disponen las agencias, Mariscal revela que la cifra se eleva a 2.057 en 2017, 1.305 corres-



Fuente: Bookingfax.

© NEXOTUR

pondientes a Facebook y 752 a Twitter. Se trata de un aumento del 5,8% en comparación con las 1.944 que había en 2016, de las cuales 1.265 eran de Facebook y 679 de

Twitter. Todo ello significa, en palabras de Mariscal, que "con poco crecimiento de cuentas, el rendimiento de las redes sociales de las agencias es mucho mayor".

Trs Hotels estrena tecnología para la atención al cliente

Los huéspedes de la marca de establecimientos 'adults-only' de Palladium tendrán la opción de darse de alta en el 'portal' y solicitar servicios personalizados

Trs Hotels, la marca de establecimientos 'adults-only' de Palladium, innova en la forma de atender a sus clientes gracias a la tecnología que ha desarrollado para garantizar la comodidad a todos los clientes. Durante su estancia, los huéspedes tendrán la opción de darse de alta en el 'portal' y solicitar cualquier servicio, como personalizar el mini-bar, disfrutar de aromaterapia y hasta pedir cápsulas de café de Nespresso.

Una de las ventajas más destacadas de esta nueva tecnología es que ofrece al cliente la posibilidad de mejorar su estancia con tan solo un clic, pues los huéspedes podrán comunicarse directamente con su mayordomo, también tendrán la posibilidad de solicitar servicios de transporte dentro del resort, reser-

var en tiempo real en restaurantes, solicitar servicio de habitaciones o contactar con la limpieza.

Llave, pulsera RFID

Al igual que otros establecimientos de Palladium Hotel Group, las llaves de las habitaciones de Trs tendrán la forma de una pulsera RFID que no requiere de ninguna reprogramación. Además de poder duplicar la pantalla de dispositivos móviles en la televisión, los clientes podrán utilizar Es Mobile, un servicio que les permite continuar viendo contenidos multimedia en sus dispositivos personales, aun estando fuera de la habitación. Existe, además, una aplicación con la que los clientes podrán conectarse a sus redes sociales. Los

huéspedes también podrán utilizar estas televisiones interactivas para solicitar el servicio de habitaciones.

Para garantizar la privacidad, Trs Hotels dispone de un equipo de detección en las habitaciones que informa a los mayordomos y al personal de servicio si los huéspedes se encuentran dentro, el cual funciona con tan sólo deslizar los dedos en el dispositivo instalado fuera de la habitación. Esta tecnología va mucho más allá y se extiende hasta la música que se escucha en el hotel. El Vibe Manager podrá ajustar las listas de reproducción en cualquier área del hotel a través de su dispositivo móvil.

A este 'portal' se puede acceder desde cualquier dispositivo (móvil, tablet u ordenador portátil) mientras



A este 'portal' se puede acceder desde cualquier dispositivo.

esté conectado al wifi del hotel, y que primeramente podrán disfrutar los huéspedes de Trs Yucatan Hotel, un resort que reabrió sus puertas el pasado diciembre tras la reforma de sus instalaciones. Todas estas in-

novaciones tecnológicas se implementarán también en Trs Turquesa Hotel en Punta Cana, y Trs Coral Hotel, que se inaugurará en noviembre de 2018 en Costa Mujeres, en el norte de Cancún (México).

Servicios de traslados

Requisitos para servicio 'transfers'

Pregunta.- Tengo en mente abrir una agencia online de reservas de traslados. Se trataría de una web que sería intermediaria para servicios de transfers desde mi ciudad al aeropuerto y, si fuese bien, incluso ofrecer traslados a restaurantes y otros lugares de interés turístico para los que sea necesario acceder con transporte. Necesitaría saber qué requisitos tiene un negocio de estas características para estudiar su viabilidad y ver si es factible.

Respuesta.- Sin saber en qué Comunidad autónoma quieres establecer tu negocio es un poco difícil elaborar una respuesta precisa, ya que muchas Comunidades están optando por la liberalización de los servicios de transfer y, además, aunque el modelo que planteas se trate de una central de reservas, se estaría intermediando en la contratación y, por lo tanto, la legislación vigente sería la de Turismo de cada Comunidad autónoma.

En este sentido, a partir de la sentencia del Tribunal Supremo nº 118/1996, de 27 de junio, quedó determinada la competencia para regular los servicios de transportes por parte de cada Comunidad autónoma. Si no atenuamos a la norma estatal, en el artículo 22.2 de la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres (LOTT), modificado por la Ley 9/2013, de 4 de julio, viene indicado lo siguiente: "La intervención de agencias de viajes y otros intermediarios en la contratación de cualesquiera modalidades de transporte de viajeros se regirá por la legislación específica de Turismo. Sin perjuicio de ello, las cooperativas de transportistas y sociedades de comercialización podrán intermediar, en todo caso, en la contratación de transportes discrecionales de viajeros que vayan a ser prestados por aquellos de sus socios que sean titulares de autorización de transporte de viajeros".

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

Por lo tanto, sería necesario saber, para poder afinar más la respuesta, detalles específicos del tipo de proyecto que quieres plantear y, lo más importante, en qué Comunidad autónoma quieres hacerlo, ya que la creación de plataformas o centrales de reservas online y los servicios de transfer es un poco complicada porque, como hemos comentado, cada vez más Comunidades autónomas están apostando por la liberalización del servicio de transfer.

ción y las características del destino. De esta manera, el cliente valorará el producto que ha contratado, ya que será consciente de la necesidad del mismo.

Podemos establecer una serie de generalidades comunes a todos los destinos, atendiendo a los datos recabados por el departamento de Sinistros de InterMundial durante los últimos años. En cuanto a las principales incidencias de los viajeros que se desplazan en Semana Santa, el motivo más frecuente es

la cancelación del viaje (41%). La mayoría de estas anulaciones se producen por problemas de salud del propio turista o de sus familiares, por accidentes o por intervenciones quirúrgicas.

Por detrás de las cancelaciones están las incidencias relacionadas con el equipaje (23%) y las vinculadas a la pérdida de servicios (21%). Tras éstas, InterMundial atendió fundamentalmente casos relacionados con gastos médicos u odontológicos (9%) o problemas con los medios de transporte contratados (6%).

Los asuntos laborales, las convocatorias de exámenes o la no concesión de visados también figuran entre las opciones más señaladas. La tendencia de reservar los viajes con mayor antelación, deriva en una menor capacidad de previsión de las situaciones que impiden iniciar un viaje, lo que se traduce en un aumento del número de cancelaciones.

Como hemos comentado antes, a la hora de planificar un viaje con tu cliente y de recomendarle un seguro de viaje que le sea útil y con el que se sienta cómodo, es necesari-

rio tener en cuenta todas las variables que se pueden producir en el destino, ya que cada lugar presenta unas características propias.

Por ello, antes de viajar, es aconsejable informarse de cuestiones de salud como vacunas, precauciones de higiene o alimentación y calidad de la infraestructura sanitaria, así como de las relativas a la meteorología o seguridad. Anotar los teléfonos del servicio de asistencia 24 horas de la aseguradora y de emergencia consular, así como inscribirse en el Registro de viajeros también ayudarán al viajero a resolver de forma eficiente las incidencias durante sus vacaciones. Las Recomendaciones de Viaje del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación son una buena fuente para recabar esta información y tomar las medidas necesarias para evitar contratiempos en destino.

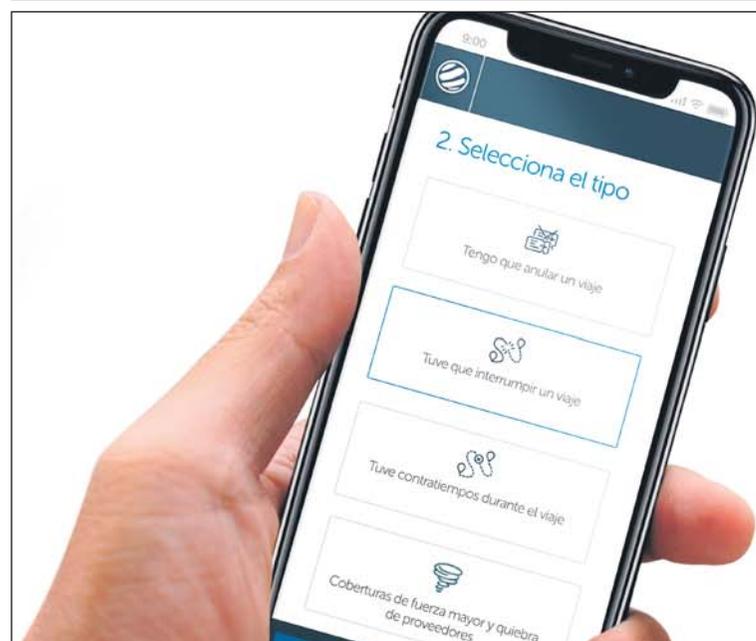
A la hora de elegir el seguro de viaje más adecuado, es crucial tener en mente el tipo de viaje que el cliente va a realizar, pues hay seguros con coberturas específicas para viajeros que realizan deportes de aventura o que se desplazan a bordo de un crucero, entre otros.

Viajes

Incidencias comunes al viajar

Pregunta.- A la hora de contratar sus pólizas de viaje, algunos clientes me preguntan sobre la probabilidad de incidencias en destino. Siempre respondo que depende del lugar al que vayan a viajar, pero me gustaría saber si hay una estadística general. ¿Existen datos generales sobre cuáles son las incidencias más comunes?

Respuesta.- Cada año realizamos estadísticas para analizar las incidencias que se dan con más frecuencia durante un viaje. Por supuesto, como bien apuntas, todas varían en función del destino, pero sí que es cierto que hay una tendencia general, y ésta suele repetirse año tras año. Es importante que la recomendación de uno u otro seguro de viaje se realice siguiendo dos criterios: las necesidades del viajero en cues-



 InterMundial

Bienvenido a un mundo sin riesgos

Los seguros de viaje que te permiten comunicar tu incidencia donde y cuando quieras

Sin descargas | Sin papeles | Sin llamadas

MOSTRADOR



Airbus A330 de American Airlines.

American Airlines reanuda sus vuelos con Estados Unidos

American Airlines ya ha comenzado a operar sus vuelos estacionales entre Barcelona y Filadelfia, así como entre Madrid y Charlotte, que es uno de los mayores centros de conexión de la compañía aérea en todo el mundo. Con estas, suman diez conexiones entre Estados Unidos y España, acercando Madrid a las ciudades de Charlotte, Dallas, Filadelfia, Miami y Nueva York, y Barcelona con Chicago, Charlotte, Filadelfia, Miami y Nueva York.

Ambos vuelos están operados con un Airbus A330 equipado

con tres clases de servicios. Cuentan con 212 asientos en 'Main Cabin', con sistema de entretenimiento personal a bordo. Otras 24 plazas en 'Premium Economy', caracterizados por contar con un servicio de entretenimiento y comida mejorado que incluye vino, cerveza y licores, además de conexión wifi, toma de corrientes y un kit de cortesía con mantas y almohadas. Por último, estos aviones tienen 20 asientos en una categoría superior, Flagship Economy.

✉ www.exploreamerican.com

Renfe comienza a operar sus trenes turísticos de 2018 con propuestas para toda España

El 'Tren del Peregrino' suma esta temporada un día más a su recorrido por el Camino portugués

Los turistas apasionados de los trenes vuelven a tener la posibilidad de conocer España a bordo del 'Expreso de La Robla', el 'Tren del Pe-

regrino', 'Al Andalus' o el 'Transcantábrico'. Este año destaca la incorporación de un día por el Camino portugués en el 'Tren del Peregrino'

no' y la comercialización por la web de Renfe del 'Expreso de La Robla', aunque el principal canal de comercialización son las agencias:

Los trenes turísticos que Renfe Operadora comercializa dentro de su oferta general de transporte acaban de comenzar sus salidas correspondientes a la temporada 2018. Se trata de los cuatro itinerarios que la red ferroviaria lleva varias ediciones ofreciendo a los turistas por varias zonas del país.

Una de las novedades de este año es que el 'Expreso de La Robla' ha iniciado la venta de billetes por Internet. Este tren mantiene esta temporada dos itinerarios, el denominado 'Paraíso Verde', que recorre la cornisa Cantábrica, entre Bilbao y Oviedo (o en sentido contrario), y el de 'La Robla', entre León y Bilbao (o viceversa) por el trazado del antiguo tren hullero. Esta oferta aúna el encanto y las comodidades de los viajes en un tren turístico clásico que, además, la empresa comercializa a unos precios accesibles.

Por su parte, el 'Tren del Peregrino', volverá a salir de Madrid en agosto para hacer el Camino de Santiago por el itinerario portugués en una ruta que, este año, se alargará un día más, aventurándose por un tramo portugués del Camino. Contará con seis días y cinco noches y, además, ofrece la posibilidad de obtener la Compostela al final del viaje. A lo largo del viaje, el tren se transforma en un hotel rodante que ofrece alojamiento en una cabina 'Gran Clase' con baño, y acompaña al peregrino hasta el inicio de cada etapa y lo recoge cuando la finaliza.

Referentes

Renfe recuerda también que tanto el 'Al Andalus' como las dos propuestas del 'Transcantábrico', 'Gran Lujo' y 'Clásico', están considerados en el sector entre los

Kuoni presenta dos programas especiales para el puente de mayo

El turoperador ofrece ocho días en Egipto, con crucero, o siete en la India

En el puente de mayo, los clientes de Kuoni podrán viajar a Egipto o la India desde 1.450 y 1.495 euros, respectivamente, sin tasas incluidas. Ambas rutas

comprenden traslados, billetes en clase turista, alojamientos y pensión completa, además de visitas a los principales atractivos de cada uno de los destinos.

Kuoni ha presentado dos ofertas especiales para el puente de mayo. Se trata de dos viajes con salidas exclusivas para el mercado español a dos de los destinos con más interés del Sector, la India y Egipto, contando con un completo programa para conocer estos países.

El primero de los programas es un viaje por la India de siete días y seis noches con salida el sábado 28 de abril desde el aeropuerto de Madrid, disponible desde un precio desde 1.495 euros (más unas tasas que el turoperador calcula en 325 euros). Los turistas visitarán las ciudades de Dalhi, Jaipur y Agra. La ruta incluye un billete en clase turista en Air India, alojamiento en los hoteles seleccionados, traslado a los aeropuertos y pensión completa durante todo el recorrido. Además, los visitantes también contarán con un guía acompañante durante todo el viaje



Kuoni oferta un recorrido por Egipto desde 1.450 euros.

en habla hispana y atracciones como subida a un elefante o vuelta en un jeep por el Fuerte Amber.

La segunda oferta del mayorista es un viaje de ocho días y siete noches en Egipto, con visita a El Cairo, la capital del país, y un crucero por el Nilo, desde 1.450 euros (más 260 euros en tasas). La salida

se realizará el domingo 29 de abril desde Madrid. Además de incluir el viaje en clase turista, alojamiento, traslados y pensión completa, el itinerario comprende la estancia en un hotel de cinco estrellas Lujo Superior y guía acompañante a los principales templos y atractivos.

✉ www.kuoni.es



El tren Al Andalus es uno de los más populares de Renfe.

mejores trenes turísticos de lujo del mundo, y este año vuelven a repetir la oferta. Las propuestas de viaje en cualquiera de las salidas que realizan estos trenes incluyen el alojamiento en el tren, los desplazamientos que se hacen en autobús. Estos itinerarios turísticos también cuentan con guías de acompañamiento para las excursiones, así como una oferta

gastronómica, tanto a bordo del tren como en los restaurantes de las ciudades que se visitan.

Por último, Renfe opera también varios trenes turísticos dentro de las diferentes Comunidades autónomas. Además, la ferroviaria recuerda que las agencias de viaje siguen siendo el canal para comprar estos viajes.

✉ www.renfe.com

Salen a la venta las reservas del Norwegian Encore

Los cruceristas ya pueden reservar sus vacaciones en el Norwegian Encore, el barco que realizará diferentes itinerarios por las islas del Caribe a partir del otoño de 2019 de la mano de Norwegian Cruise Line. Durante su temporada inaugural de 2019, el nuevo buque zarpará de Miami todos los domingos y realizará viajes de siete días al Caribe Oriental, comenzando con su primer viaje el 17 de noviembre de 2019 hasta el 12 de abril de 2020.

El Norwegian Encore visitará en su primer año alguno de los destinos más populares de la zona. En primer lugar hará escala en San Juan de Puerto Rico, donde podrán pasear por las coloridas plazas y calles empedradas del casco antiguo o hacer un tour por la popular destilería de Ron Bacardi. Su siguiente parada es Santo Tomás, en las Islas Vírgenes, para disfrutar de sus playas pintorescas. Para terminar, los pasajeros tendrán la ocasión de divertirse en la isla de Tórtola y relajarse en sus playas de arenas blancas con un paisaje tropical.

✉ www.ncl.com

Empezamos publicando los países del norte asiático como son **China, Japón y Corea**, que denominamos los 3 Dragones.

Es importante señalar que actualmente sacamos el mayor partido posible a la existencia de los **nuevos vuelos directos** que nos produce inmensa alegría y enorme satisfacción a los viajeros que sufren el horrible cansancio de vuelos con muchas horas de duración. Por ello nos hemos molestado en montar unos útiles **cuadros Págs. 14 y 15** donde figuran las Cías. Aéreas con las que trabajamos. Datos como horas, tasas, conexiones, etc.. de esos vuelos entendemos que es básico conocer para aconsejar mejor al viajero. Recomendar un vuelo de alguna Cía. de los Emiratos del Golfo por muy barato que sea no creemos que sea muy acertado porque las 4/8 horas extras que le propinamos no resulta gracioso, sobre todo si el viajero tiene más de 50 años... Y cuando los vuelos directos no se adaptan bien al Tour, la siguiente opción son las clásicas Cías. del norte de Europa como Lufthansa que vuelan por el polo norte acortando tiempos.

Politours tiene contratados para estos destinos cuyas plazas aéreas escasean, **grandes cupos aéreos con riesgo económico**, cuya mortandad a veces le cuesta dinero, pero que puede confirmar en línea; este es un verdadero On Line y no las historias que cuentan otros Tour Operadores...

Estos 3 países tienen todo tipo de características diversas, tanto en los servicios, hoteles, etc... por lo que hay que documentarse cada uno, leyendo bien el catálogo.

Lo que es importante saber que solo **los guías** propios chinos, japoneses... son **los únicos que son útiles** en destino. Los guías acompañantes que no dominen estos lenguajes sirven de bien poco. Politours se enorgullece de contar con **los mejores de esos 2 países**.

Japón, como todo el mundo sabe, tiene una idiosincrasia muy especial, y mantiene un concepto no occidental en muchos aspectos, por ello nos hemos permitido dedicar 8 págs. solo para hacer un pequeño "approach" a su cultura y costumbres, que el viajero y antes el Agente debería estar familiarizado.

Hablamos de **respeto hacia otras culturas**; no viajar como malos turistas "yankees" que se creen importantes y no les importa nada de su entorno donde viajan.

Y en ese orden de cosas y países, también recordamos nuestro criterio en el destino **Filipinas**, distinto a cualquier otro país vacacional y sobre el que modestamente somos el único T.O. que se ha molestado en analizar. En las primeras 20 líneas de la cabecera de la **pág. 84** le resumimos lo que no debería desconocer para centrar al eventual interesado en viajar a este país.

Presenta:

Oriente Lejano

Politours presenta su catálogo de Lejano Oriente. Una selección de los destinos turísticos más importantes de Asia. Programaciones y tours que se han ido diseñando con esmero a través de la experiencia (viva/real) de muchos años; pulidos de acuerdo con nuestro criterio y los gustos/opiniones de los Sres. viajeros.



Generalidades

1 Hablamos de destinos todos pensados y diseñados con mucho cariño y profesionalidad **para viajeros exigentes, que no turistas**, que no quieren se les transporte como maletas anónimas, quieren conocer el país/destino y su cultura.

2 En palabras de su Presidente CEO, que firma este pequeño artículo, Politours como Mayorista nunca ha sido bueno en aspectos comerciales, como otros que saben empaquetar, nunca mejor dicho, sus viajes envueltos de forma glamurosa en papel de plata y con un lazo rosa o con una maleta espacial, pero humildemente garantiza **en destino unos muy dignos servicios en los que superamos a la competencia**. Siempre repite que los **recursos son limitados, y prefiere dejar contentos a los viajeros** que le

confían, que gastar dinero en engatusar a agentes de viaje nóveles con un marketing/comercial.

3 No nos cansaremos de decir y repetir que hay que aconsejar, insistir a los **buenos viajeros**, que hagan sus reservas **con meses de antelación**: ahora todo son ventajas: descuento por Venta Anticipada, gastos de cancelación evitables...

4 Considerase este folleto como un buen **Manual de ventas**, con los mejores mapas del mercado y las más completas informaciones, tanto para el viajero como para el Agente. Hoy día los viajeros en muchos casos saben más y están mejor informados que los Agentes de Viaje: hay que evitarlo ...

Pasamos al segundo gran bloque de este catálogo **Indochina e Indonesia**.

Comenzamos por publicar otro **cuadro aéreo** informativo cubriendo todos sus países. Aquí si en estas áreas geográficas los vuelos cada vez más numerosos que ofrecen las Cías. Aéreas de los Emiratos del Golfo y asimilados son una correcta opción.

Las novedades aéreas que empezaron hace 2 años de regresar desde las **Islas Tailandesas**, quizás el **mejor destino vacacional** (en muchos aspectos) de playa de toda la zona, con vuelos **sin pasar por el aeropuerto de Bangkok** se mantienen y se aumentan. Véase cabeceras de **págs. 104/113**.

Esta es el Asia feliz y bucólica (especial los países budistas) que nos fascina visitar por su exotismo, contrastes de gentes, colores, mercados y paisajes.

Si se nos pide nuestra opinión personal de preferencias, a parte de **la estrella única de Tailandia**, lo cual no es políticamente correcto, nuestra elección es **Myanmar** país todavía turísticamente no tan desarrollado, pero sus gentes y su naturaleza privilegiada, siempre merecen su visita, y en último lugar colocaría a Vietnam que en mi opinión tiene una fama que no siempre se corresponde con lo que ofrece.

Por cierto cuando se visitan algunos de estos países al final del viaje la inercia de palaya relax se dirige a las islas Tailandesas, que son estupendas como hemos manifestado, pero recordar que si uno no quiere hacer tantos desplazamientos, vuelos, todos **estos países tiene nuevos Resorts de playa**, hablamos de **Gnapaly en Myanmar**, zona **Sihanoukville en Camboya**, etc... Laos es el único que no tiene costa, pero en el propio río **Mekong** tiene un Resorts (paz y sol) para descansos gratificantes.

Indonesia: La isla de Bali, playas descubiertas por los hippies en los años 60, sigue siendo la estrella inigualable de esta zona pre-Pacífico, especialmente ahora que los bellos recorridos del interior como Ubud se están popularizando. Ser una exuberante isla volcánica, reducto hinduista en un país moderadamente musulmán son ventajas únicas e inalcanzables.

Tenemos un Tour (Págs. 170/171) que me parece simpático y es un **Indonesia Insular**, de isla en isla, vía Komodo y flores hasta las populares Gili, pero con una ventaja añadida, acercarse al ignoto Borneo y tener la oportunidad única y económica de ver **orangutanes** en libertad, digo económica porque la alternativa africana de ver de verdad a sus primos **gorilas** a su aire es Uganda, pero el P.N. donde habitan cobra solo de entrada 650 \$.

Iberia comienza su temporada de verano con una nueva conexión directa entre Madrid y San Francisco

La compañía aérea también ha anunciado que a partir de octubre operará un vuelo a Managua con tres frecuencias semanales

El Grupo Iberia aumenta sus frecuencias con destinos de larga, media y corta distancia en su temporada de verano, además, y como principal novedad, abrirá una ruta con San

Francisco desde el aeropuerto madrileño con tres frecuencias semanales. Los Ángeles, Boston, San Juan, México, Santiago de Chile y Río de Janeiro son los destinos de largo

radio en los que más incrementará su presencia. Mientras que en el territorio nacional destaca la apuesta del Grupo por Santander y la reapertura de la ruta Madrid-Burgos.

Con la temporada de verano ya comenzada para las compañías aéreas, Iberia estrena vuelos directos y aumenta la frecuencia con otros, que ya han tenido gran acogida. La principal novedad de este año es la inauguración, el 25 de abril y hasta el 28 de septiembre, de su ruta a San Francisco. La aerolínea operará tres vuelos semanales que unirán Madrid con esta importante ciudad estadounidense, pero también reanudará e incrementará sus conexiones a Los Ángeles y Boston, en el mismo país.

Durante la época estival, la compañía de IAG también aumentará su oferta de destinos en Latinoamérica, a ciudades como San Juan de Puerto Rico, México D.F., Santiago de Chile y Río de Janeiro. Iberia también ha adelantado que en la próxima temporada de invierno inaugurará un nuevo vuelo a Managua, a partir del día uno, y crece-

rá sus conexiones en Guatemala, Colombia y Argentina.

En las rutas de medio radio también aumenta varias de sus operaciones, con especial atención a los destinos europeos. En París llegará a las 54 frecuencias a la semana durante el verano, 40 al aeropuerto de Orly y otras 14 a Charles de Gaulle, estas últimas operadas por Iberia Express. Además del incremento de estos vuelos a París, Air Nostrum, compañía de 'bajo coste' del Grupo, también refuerza la oferta en Francia con vuelos a Biarritz y más oferta a Burdeos, Marsella y Toulouse. También duplica la presencia en destinos que considera 'estrella', como son Atenas, Viena, Praga y Budapest. Por su parte, en Oporto crecerá un 30%.

Sin salir de Europa, la línea aérea adelanta su temporada de verano en Croacia, donde ya ofrece vuelos a Dubrovnik y desde el 4

de mayo lo hará a Zagreb y a Split en junio. Una oferta que permite recorrer el país de norte a sur y que en agosto se acerca a 50 vuelos semanales entre España y Croacia.

Por su parte, Iberia Express también cuenta con novedades para este verano, con vuelos a Mikonos, que complementa su oferta a Santorini y Creta en las islas griegas. En Italia, la aerolínea 'bajo coste' de Iberia estrena Palermo y, además, crece en Nápoles y Cagliari. Entre las rutas de verano de la *low cost* en Europa destacan también por su buena acogida Cork, Oslo, Cracovia y Malta.

En España

En su oferta nacional, Iberia Express concentra gran parte de su operación de esta temporada en las Islas Baleares y Canarias. La compañía aérea vuela a Mallorca, Me-



San Francisco es la mayor novedad de la temporada de verano de Iberia.

norca e Ibiza y crece un 5% en asientos, mientras que en las Islas Canarias vuela a Fuerteventura, Gran Canaria, Lanzarote, La Palma y Tenerife y aumenta otro 4%.

Además de las islas, la gran apuesta en corto radio del Grupo Iberia para el verano es Santander, donde crece un 25% y ofrece

una media de 30 frecuencias semanales con sus diferentes compañías. Por último, Iberia Regional / Air Nostrum tiene como principal reclamo en territorio nacional para época estival la reapertura de la ruta entre Madrid y Burgos a partir del 1 de junio.

✉ www.iberia.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

■ CLUB NEXOTUR

Promociones exclusivas para agentes del grupo Oca Hoteles

Oca Hoteles ofrece a los agentes de viajes miembros del Club NEXOTUR condiciones especiales en sus diferentes establecimientos. La promoción, sujeta a disponibilidad en el momento de efectuar la reserva, incluye alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Puede conocer los descuentos contactando con cualquiera de los hoteles del grupo o accediendo a la página web www.oca-hotels.com.

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

tuar la reserva, incluye alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Puede conocer los descuentos contactando con cualquiera de los hoteles del grupo o accediendo a la página web www.oca-hotels.com.

■ FAM TRIP



Agentes de viajes han visitado Mérida, Trujillo, Cáceres y Zafra.

EEUU se interesa por Extremadura

Profesionales de cinco agencias de Estados Unidos han recorrido Extremadura para explorar su patrimonio y su gastronomía, en una acción organizada por la Dirección General de Turismo y TurEspaña. Han degustado productos típicos de la Comunidad y han visitado Mérida, Trujillo, Cáceres y Zafra.

Nuevas propuestas del Monasterio de Piedra para atraer al sector MICE

Presenta diversas experiencias gastronómicas para generar beneficios empresariales

El Monasterio de Piedra, que recientemente inició su temporada de 2018 —coincide con la celebración de su 800 aniversario—, presenta nuevas propuestas a las compañías dirigidas a generar distintos beneficios empresariales, como la cohesión entre los trabajadores, la búsqueda e identificación de competencias, la competitividad y el trabajo en equipo. Las novedades del complejo zaragozano viene de la mano de varias experiencias gastronómicas, como los talleres de sushi y la organización de una cooking party. Desde el Monasterio de Piedra señalan que este tipo de actividades "es una forma original para romper el hielo o, simplemente, para pasar una jornada lúdica y divertida".

Propuesta amplia y variada

Desde que Monasterio de Piedra abriera sus puertas a la organización de reuniones de empresa, muchas compañías han confiado en este enclave para la realización de distintas actividades dirigidas



El Parque Natural del Monasterio de Piedra (Zaragoza).

a fomentar el trabajo en equipo a través de experiencias outdoor y de team building. En sus instalaciones se han desarrollado todo tipo de actividades como gymkanas, pruebas de habilidad, orientación, superación y equilibrio. Además, disponer de un entorno natural como el Parque es una ventaja para la realización de actividades al aire libre, desde una sesión de relajación, a un avistamiento de aves, concursos

fotográficos en los rincones encantadores de las grutas, etc. "Nuestra apuesta sigue siendo una propuesta amplia y variada, que integra actividades al aire libre y de interior en un entorno único y singular", afirma el director general del Monasterio de Piedra, José Pont. Las instalaciones del complejo se completan con el alojamiento, el spa y varios espacios singulares para reuniones y banquetes.

✉ www.monasteriopiedra.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

TurNexo

100% Agentes

Madrid

¿Quieres presentar tu producto
a agentes de viajes de Madrid?
—Participa como Expositor.
Info: TurNexo@TurNexo.com

¿Quieres conocer las novedades
de la oferta de este verano?
—Inscríbete 'on-line' como
Visitante en: www.TurNexo.com

Martes 17 de Abril de 2018
HOTEL MAYORAZGO

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00
☎ 91 369 18 39

Lope de Vega, 13
28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

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

TurNexo

100% Agentes

Barcelona

¿Quieres presentar tu producto a agentes de viajes de Barcelona?
—Participa como Expositor.
Info: TurNexo@TurNexo.com

¿Quieres conocer las novedades de la oferta de este verano?
—Inscríbete 'on-line' como Visitante en: www.TurNexo.com

Jueves 19 de Abril de 2018
CATALONIA PLAZA CATALUNYA

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



HOTELERIA

Entidades públicas y privadas colaborarán con el Congreso de Hoteleros Españoles

El congreso contará con ponentes pertenecientes tanto al sector hotelero y turístico como al ámbito generalista

Junto al Ayuntamiento de Málaga, colaborarán en el Congreso de Hoteleros Españoles Turismo Andaluz, Turismo y Planificación Costa del Sol, y las

empresas Unicaja Banco, Tinsa, Pikolin, TripAdvisor y Roca, como patrocinadores. También colaboran empresas como El Corte Inglés, DOP

Guijuelo, Renolit, Vichy Catalán, Monte Pinos, Serban Biometrics, JDE Professional o American Express. Se celebra del 30 de mayo al 1 de junio.

Un total de una veintena de entidades públicas y privadas colaborarán en el desarrollo del próximo Congreso de Hoteleros Españoles. El encuentro tendrá lugar en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga del 30 de mayo al 1 de junio.

El Congreso de Hoteleros Españoles cuenta con el firme apoyo del Ayuntamiento de Málaga. Así quedó de manifiesto en el reciente encuentro del Comité Organizador con el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, y otros miembros de la Corporación municipal. Al respaldo de este organismo se suma la colaboración de otras entidades públicas y privadas que ya se han unido al congreso. Como ha señalado el presidente de Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), Luis Callejón, "para Aehcos será un placer el poder acoger este importante congre-

so de hoteleros, a los cuales enseñar las grandes virtudes de nuestra ciudad, la calidez de su gente y el carácter malagueño. Sin duda esto aportará algo distinto al resto de congresos, Málaga no vive de espaldas al Turismo".

Competitividad y rentabilidad

Junto al Ayuntamiento de la ciudad, colaborarán en este encuentro las entidades públicas Turismo Andaluz, Turismo y Planificación Costa del Sol, y las empresas Unicaja Banco, Tinsa, Pikolin, TripAdvisor y Roca, que serán patrocinadores del congreso. También colaboran empresas como El Corte Inglés, DOP Guijuelo, Renolit, Vichy Catalán, Monte Pinos, Serban Biometrics, JDE Professional o American Express. La cita del Sector Hotelero contará también con el apoyo



Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

como proveedores de Vithas Hospital, Iberia y Renfe.

El congreso contará con ponentes pertenecientes tanto al sector hotelero y turístico como al ámbito generalista, que ayuden a reflexionar e inspirar para hacer que las empresas hoteleras sean más com-

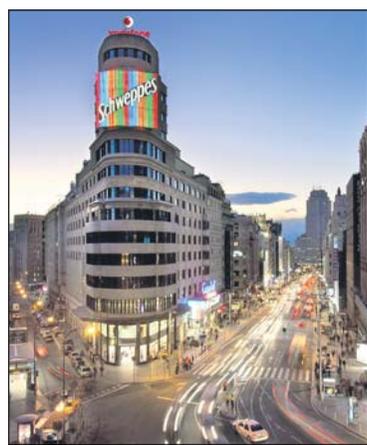
petitivas y rentables. Para ello estarán presentes en el encuentro numerosos agentes económicos y sociales como entidades financieras, agencias de viaje, turoperadores, consultoras, administraciones públicas, sindicatos, escuelas de negocio, etc.

Vincci Hoteles quiere alcanzar los 40 hoteles en su 17 aniversario

Vincci Hoteles ha celebrado en marzo sus 17 años de funcionamiento, tras la puesta en marcha en 2001 de la iniciativa de Rufino Calero. Este año se tienen previstas dos nuevas aperturas, alcanzando los 40 hoteles en su portfolio. Los buenos resultados obtenidos en 2017 permiten celebrar este aniversario con un incremento del 12% en su facturación, con 153,8 millones de euros.

La cadena cuenta con una estrategia para los próximos años que consiste en expandirse por destinos principales a nivel nacional e internacional; así como la inversión de 11,6 millones de euros que irán destinados a la actualización de sus establecimientos en España en los próximos cinco años. Entre los próximos proyectos de la cadena hotelera se encuentran uno en la calle Larios de Málaga, y otro en la localidad portuguesa de Sintra.

"Nuestro objetivo es seguir en la misma línea de crecimiento controlado", explica el director general de Vincci Hoteles, Carlos Calero, quien añade que "la expansión y la internalización en diferentes destinos sigue siendo una prioridad para nosotros, una vez consolidado el modelo de negocio nos sentimos muy cómodos a la hora de exportar nuestra forma de entender y gestio-



Vincci Capitol.

nar los hoteles tanto dentro como fuera de España". "Nos gustaría tener más presencia internacional pero sin perder los objetivos de ubicación, servicio y rentabilidad de los hoteles", señala Calero, insistiendo en que "la innovación debe ser una constante nuestro día a día, ya que las exigencias de los viajeros cambian continuamente y debemos ser ágiles a la hora de ofrecer nuevos servicios y espacios en los que alojarse suponga toda una experiencia". "En 2016 ya observamos algunos signos de recuperación en el Sector y en este 2018 nuestra previsión es continuar creciendo", afirma Carlos Calero.

Logis aumenta en 2017 un 4% su facturación y un 18% sus reservas

Con el cierre de 2017, la cadena hotelera francesa, Logis, ha anunciado los resultados de su ejercicio anual, mostrando un aumento de su facturación hasta los 129.617.951 euros, lo que supone un 4% más que en 2016. El aumento de sus reservas llega al 18% con 415.000, de las cuales el 45% de las centrales corresponden a clientes internacionales.

Actualmente la cadena tiene 36 hoteles en España, donde ha aportado un volumen de negocio de medio millón de euros. Con la vista puesta principalmente en Cataluña, País Vasco, Aragón y ciudades de interés turístico de Castilla y León, Logis tiene como objetivo alcanzar el centenar de establecimientos para 2020.

"Nuestro propósito es apoyar la industria hotelera y de restauración independiente, hacer que crezca a nivel económico. Por ejemplo, nuestro programa de fidelización O'Logis es la mejor herramienta para ganar la batalla a la temporada baja. Los clientes más fieles de Logis eligen nuestros establecimientos por la fórmula 'Soirée étape' de lunes a jueves, en temporada baja y media, y acumulan cheques regalo. Para nuestros miembros, esto se



Tiene 36 hoteles en España.

traduce en facturación en alojamiento y restauración cuando más lo necesitan, clientes que vuelven regularmente y a la vez se ve incrementada la reputación online de los hoteles", ha afirmado el director general de Logis, Karim Soleilhavoup.

Con la finalidad de afianzar su presencia en los mercados europeos y atraer hoteles de entre 15 y 60 habitaciones, el nuevo modelo económico de la compañía invierte el 84% de las cuotas que pagan los hoteleros en áreas de comunicación y publicidad del país donde se llega a los 120 hoteles.

■ PRODUCTO

Alpitour y Antirion SGR gestionarán el Tanka Village a través de VOI Hotels

Alpitour y Antirion SGR gestionarán el Tanka Village, una estructura histórica en el sur de Cerdeña que se extiende por más de 40 hectáreas, contando con casi 1.000 habitaciones. Es propiedad del fondo Antirion Global, división hotelera, concedido en 2015 por la Fundación Enpam. El presidente y administrador delegado de Alpitour World, Gabriele Burgio, ha explicado que "el grupo se ocupará de la gestión del Tanka Village a través de la sociedad hotelera VOI Hotels, que se asegurará así un fuerte control en Cerdeña, junto a las gestiones ya bien consolidadas en Roma, Sicilia, Puglia y Calabria, que se juntan a las inversiones internacionales".

Palladium Hotel Group ha recibido el Guest Review Awards 2017

Palladium Hotel Group ha recibido el Guest Review Awards 2017, otorgado por Booking.com en reconocimiento a su compromiso de garantizar una estancia de alta calidad a los huéspedes que se alojan en todos sus hoteles. Palladium Hotel Group ha logrado mantener una nota media de satisfacción de clientes de 8,5, lo que le ha hecho merecedor del Guest Review Awards 2017, siendo la primera vez que a esta cadena en su conjunto se le otorga esta distinción, gracias a los resultados obtenidos por todos sus hoteles. Desde Booking.com han destacado la "excepcional hospitalidad".

Aumento del 61% del precio medio de los hoteles en la Feria de Abril

Durante la Feria de Abril el tipo de alojamiento preferido por un 64% de los encuestados es el hotel, según un estudio realizado por Kayak. La cifra llega hasta el 73% en la franja de edad entre 56s y 65 años. Sevilla se convierte en un epicentro del turismo durante la Feria de Abril, por lo que las búsquedas de hoteles aumentan en un 37% respecto a la misma semana del mes anterior. El precio medio de un alojamiento en un hotel es de 137 euros, un 61% más caro comparado con la misma semana del mes anterior. El martes 17 de abril se corona como el día más caro para alojarse en Sevilla, con un precio medio de 150 euros; por el contrario, el domingo 22, es el más barato, 96 euros por noche.

TurEspaña estima en algo más del 79% la ocupación registrada en Semana Santa

Los alojamientos de esquí se sitúan en un 81%, lo que supone un incremento de más del 27%

Esta Semana Santa las casas rurales ha tenido un 80% de ocupación, lo que supone un incremento de cuatro puntos porcentuales respecto a

2017, según la encuesta Ocupatur. Por su parte, los alojamientos de esquí han podido alcanzar un 81% de ocupación, un 27,5% más. El Turismo

de interior se mantiene con niveles muy similares a 2017, con un 76%. Los alojamientos hoteleros, un 78,9% frente al 85,3% de 2017.

TurEspaña, a través de la encuesta de Ocupación Turística Ocupatur, preveía para la Semana Santa una ocupación del 79,1%, siendo mínimamente inferior que el año pasado con un 79,6%, cuando tuvo lugar a mediados de abril.

En lo que respecta a establecimientos, se prevé una ocupación en casas rurales del 80%, lo que supone un incremento de cuatro puntos porcentuales con respecto a 2016. Por su parte, los alojamientos de esquí podrían alcanzar un 81% de ocupación, lo que supondría un incremento del 27,5% y de 17 puntos porcentuales frente al 64% de 2017. En cuanto a al Turismo de interior se mantiene con niveles muy similares al año pasado, con un 76% frente al 78%. Finalmente, los alojamientos hoteleros podrían alcanzar el 78,9% frente al 85,3% de 2017.

Málaga, Sevilla, Granada y Bilbao son las ciudades mejor situadas con un 90 y 88% de ocupación. Por otro lado, las que más pierden son Palma de Mallorca con un 67% frente al 83% del año pasado; con un 79%, Barcelona, que registró un 92%; y Santiago de Compostela con un 70% frente al 81% de 2017.

Canarias, la más visitada

Entre las Comunidades autónomas, Canarias ocupa el primer lugar con perspectivas del 88% de ocupación hotelera. Le siguen País Vasco, con un 86%; La Rioja, con un 85%; Extremadura, con un 84%; y Andalucía y Navarra, con un 83%. Las que consiguen un incremento de cifras para este 2018 son Navarra, que pasa del 78% al 83%; Asturias del 79% al 83%; Aragón del 80% al 81%; y Extremadura pasa del 83% al 84%.



Se estima que haya habido una ocupación en casas rurales del 80%.

El Sector del alojamiento obtiene 1.150 millones por economía colaborativa

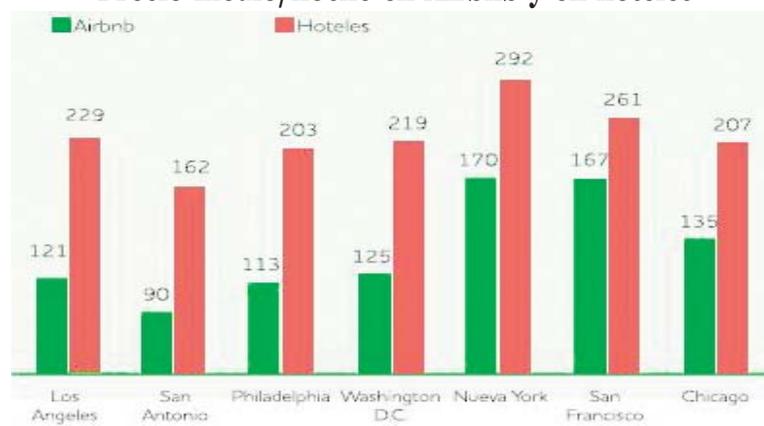
Hasta 2015, el segundo sector que ha registrado más ingresos en Europa ha sido el alojamiento

Pese a la extensión de la economía colaborativa en todos los sectores, hasta 2015 es el sector transportes, con 1.650 millones de euros, el que ha registrado más ingresos en Europa; seguido por el sector del alojamiento con un total de 1.150 millones de euros. Esta es una de las conclusiones que se extrae del informe 'Plataformas de Economía Colaborativa: Una Mirada Global', presentado por Ostelea School of Tourism & Hospitality.

El informe se focaliza en describir y analizar la situación de la economía colaborativa en la economía mundial, los sectores en los que opera y en cuáles es especialmente significativa. Respecto al sector del alojamiento, el informe destaca que basándonos en el número de establecimientos turísticos en las principales ciudades, publicitados en Airbnb (2008-2017), los precios por noche de los apartamentos enteros oscilaban entre los 60 euros de Berlín y los 133 euros de Ámsterdam. La progresión de esta plataforma está directamente relacionada con los precios de alquiler de las viviendas, muy por debajo del precio de las habitaciones de los hoteles.

Por ejemplo, en las principales ciudades turísticas estadounidenses las viviendas ofertadas a través de Airbnb son entre un 35% y un 47% más baratas que el promedio de las habitaciones ofertadas por los hoteles. En la actualidad, el número de pisos ofertados a través de Airbnb se incrementa mes a mes. Su valoración de mercado convierte a esta plataforma en la segunda tras Uber y por enci-

Precio medio/noche en Airbnb y en hoteles



Fuente: Ostelea School of Tourism & Hospitality. Slice Intelligence 2016. © NEXOTUR

ma de compañías tradicionales del Sector Hotelero como Marriott.

Estancia y gasto medios

La estancia y el gasto promedio de los usuarios de esta plataforma dobla los del resto de turistas. No obstante, Airbnb está muy vinculada al problema de la sobreoferta de pisos turísticos. Así, en el caso de Barcelona en 2016, del total de oferta de viviendas en Airbnb (completas, habitación propia o habitación compartida) casi la mitad estarían fuera del marco legal actual. Teniendo en cuenta que en 2014 se dejaron de conceder licencias para pisos turísticos, la oferta actual de viviendas legales (unas 10.000) no podrá incrementarse más en el futuro, de tal forma que Airbnb solo puede crecer en la ciudad condal publicitan-

do viviendas ilegales. Esto mismo se repite en otras ciudades europeas.

Según Airbnb, el 74% de sus alojamientos se encuentra fuera de las principales zonas turísticas, aunque no es mayor problema pues el 79% de los viajeros quiere explorar un barrio específico. La duración de la estancia de los huéspedes de Airbnb es de 2,1 veces superior a un turista normal.

En cuanto a los gastos, el de los huéspedes de Airbnb es 2,1 veces superior al de un turista normal, y el 42% de éste se ha producido en los barrios en los que se han alojado. Algo positivo, teniendo en cuenta que el 52% cuenta con unos ingresos bajos o medios. Por otro lado, el 81% de los anfitriones comparte la vivienda en la que reside, y el 48% de los ingresos que perciben se dedica al pago de gastos domésticos.

Be Mate trabajará con Q Capital en su expansión

Be Mate da un paso más en su plan de expansión con la firma de un acuerdo de colaboración con el fondo de inversión gestionado por Q Capital. Con un valor de 100 millones de euros, la firma dará impulso a la compañía de alquiler de viviendas del empresario Kike Sarasola, para la apertura de entre ocho y 10 nuevos edificios en las principales capitales de España y destinos internacionales.

Con esta operación se pretende la adquisición de estos inmuebles durante los próximos tres años. Q-Capital es una gestora fundada en 2016 que desarrolla la actividad de inversión directa en España de Qualitas Equity Partners y está centrada en los negocios de pymes y nichos de inversión poco atendidos por los operadores financieros tradicionales. Este proyecto de desarrollo inmobiliario está impulsado por Iñigo Olaguibel, Borja Oyarzábal y Borja Pérez.

Para el presidente y fundador de Room Mate Group, Kike Sarasola, "esta alianza es sin duda un gran paso en el crecimiento de Be Mate. La gestión de edificios en exclusividad es uno de nuestros principales objetivos en los próximos meses". Be Mate cuenta con más de 10.000 apartamentos y 600 en exclusividad.

PRODUCTO

Riu presenta el ClubHotel Chiclana tras una reforma de todas las instalaciones

El ClubHotel Riu Chiclana acaba de reabrir completamente renovado para ofrecer una nueva experiencia más completa a todos sus clientes. Gracias a esta reforma se han añadido servicios como el acceso a wifi gratuito en todo el hotel o la ampliación a 24 horas del 'todo incluido'. El nuevo estilo es fresco y luminoso y se combina con el carácter andaluz de sus edificios y calles. La inversión total en el proyecto ha sido de 25 millones de euros. Las 832 habitaciones del hotel cuentan con nuevos muebles y decoración en tonos amarillos y azules, que aluden al tiempo estival de sol y mar. Además, en los baños, las bañeras han sido sustituidas por duchas, atendiendo a la tendencia en diseño de eliminación de barreras y también al ahorro de agua.

Barceló, el mejor grupo hotelero del Caribe para Cristal International

Barceló Hotel Group ha sido galardonado por Cristal International Standards como 'Mejor Grupo Hotelero en el área del Caribe'. Este premio es un reconocimiento obtenido por las altas puntuaciones acumuladas en todas las auditorías de todos los hoteles. Los complejos Barceló Bávaro Grand Resort y el hotel Occidental Caribe también han sido galardonados. Este galardón engloba todos los servicios que ofrecen los hoteles. En el acto de entrega la directora para el Caribe y República Dominicana de Cristal International Standards, Persia Álvarez, afirmó que "el Grupo Barceló siempre ha mantenido ese espíritu de superación y excelencia en la calidad y buen servicio, consolidando una buena imagen durante todos sus años de experiencia".

Ashotel aplica su manual antirriesgos penales corporativos para prevenir

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel) ha recibido su manual de 'compliance penal' (programa de cumplimiento normativo) en el que viene trabajando algún tiempo con la estrecha supervisión de su equipo jurídico, con el fin de prevenir la comisión de delitos que pudieran imputarse a la organización. Los programas de cumplimiento normativo de una empresa u organización suponen, según establece la Ley, un modelo de organización y gestión que incluye las medidas de vigilancia y control idóneas para prevenir delitos en las corporaciones, o para reducir de forma significativa el riesgo de su comisión. La elaboración se ha llevado a cabo de forma coordinada con CEOE Tenerife.

BOOKING

NEXOTUR

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

91 369 41 00
91 369 18 39

Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	902-355444/968-355444 Fax 902-355443
TUI SPAIN Mesena, 22, 2º MADRID	91-7597125 info@tuispain.com
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Ronda Sant Pere, 26 baixos BARCELONA	93-3101828-902-101303 Fax 93-3101424
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Morería, 12 esq. a Zarza C. REAL	926-274157/226259 Fax 926-226334
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Triás Beltrán, 7 MADRID	91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputació, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputació, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	93-425.30.66 Fax 93.425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID	91-5427933 Fax 91-5422071
HVALATRAVEL.COM Diputació, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
IBEROJET Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	971-070428 Fax 971-040466
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ºB MADRID	91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipás, 1 MADRID	91 308308 Fax 91-3821664
MUNDCOLOR Mahonia, 2 MADRID	902-361926 Fax 93-4827131

NIZA TOURS-VIAJES NIZA Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)	902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputació, 238 BARCELONA	902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	91-5612373 Fax 91-5614242
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	945-545500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Río Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS C/ Princesa 90, 2º, 2 MADRID	91-5484600 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA	93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID	91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	96-3944625 Fax 96-3942381
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Vía, 81 2º BILBAO	902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 164102/91-7242422 Fax 91-623 98 17
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Carretera Arenal - Lluçmajor km, 21,5 Lluçmajor	971-178100
TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ Trespaderna 29, 4º MADRID	902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	952-378646 Fax 952-375372

UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq. MADRID	91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

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

Compañías Marítimas

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

Ferrocarril

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

Alquiler de Automóviles

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

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

Centrales de Reservas

CANARIAS.COM-TENERIFE av. Las Americas, cc Americas Plaza L26 ARONA	922-715353 Fax 922-719131
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	93-6801600 Fax 93-6800944
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSA HOTELES Sabino Arana, 27 BARCELONA	93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA	93-4090522 Fax 93-4090493
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	91-5166666 Fax 91-5166657
RIU HOTELES Laude s/n PALMA DE MALLORCA	971-743030 Fax 971-744171
SOL MELIA Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA	902-144444 Fax 91-5791392
TRANSHOTEL Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 164164/902 164163 Fax 902 444 164
PEGASUS SOLUTIONS Pza. Marqués de Salamanca, 3 y 4 1º	91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

Organismos

GRUPO STAR Luisa Fernanda, 12 MADRID	91-5502160 Fax 91-5432689
INFOASTURIAS Pza. España, 5 1º OVIEDO	902-300202 Fax 985-273487
INST.BALEAR PROMOCION TURIST. Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA	971-176191 Fax 971-176185
UNAV (Unión de Agencias de Viajes) Rosario Pino, 8 3ºB MADRID	91-5796741 Fax 91-5799870

Transporte por Carretera

AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO Marzo, 34 MADRID	91-7477570 Fax: 91-7481114
COAVITUR Hermanos Gómez, 4 MADRID	91-3265280 Fax 91-3260638
ETRAMBUS San Cesáreo, 34 MADRID	91-5050552 Fax: 91-5051661
Europa de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	91-5475921 Fax: 91-5416231
IRIBUS (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	91-7546502 Fax: 91-7545365
TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID	902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

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

Cadenas hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



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

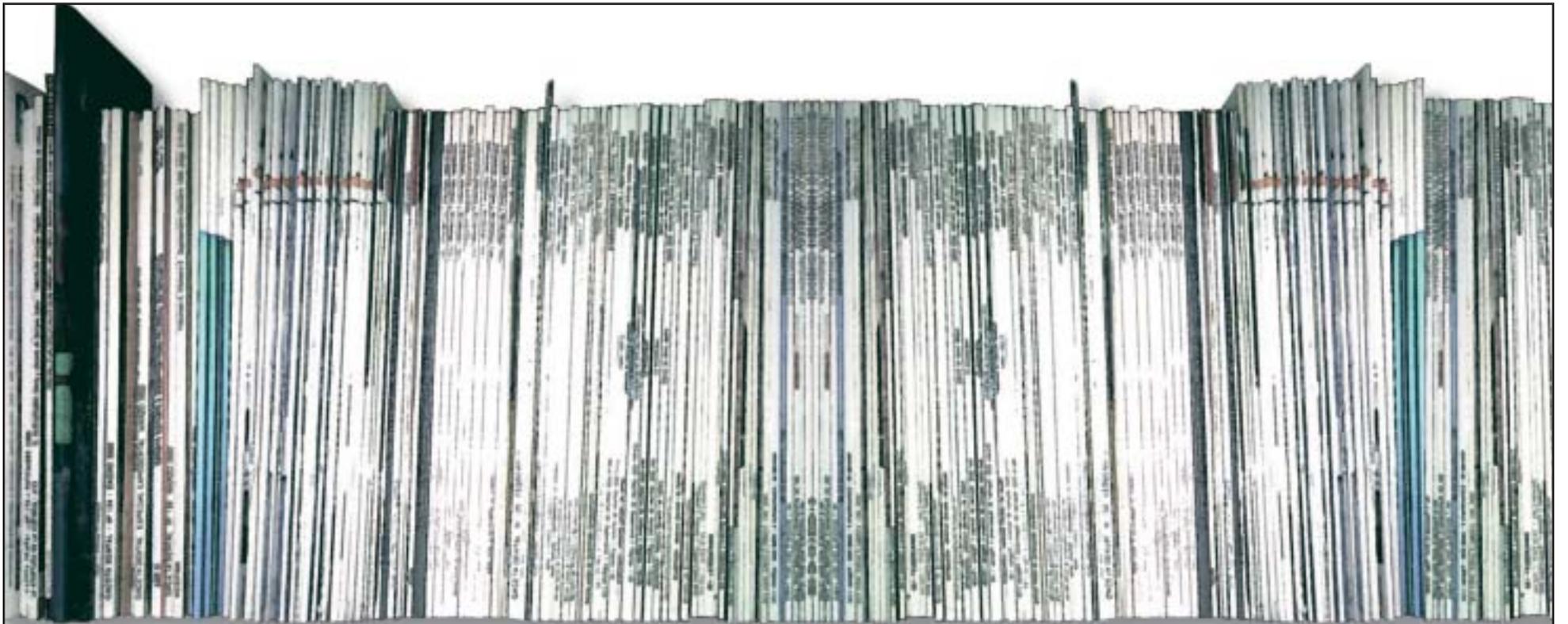
Mesonero-Romanos Abogados C/ José Abascal 49 Dup. 4º
28003 Madrid. Telef.: 914423909

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

91 369 41 00
91 369 18 39

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

NEXOTUR



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 (aeepp@aeepp.com)

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP

Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

Hoteles2 presenta nueva 'web' con cambios en su diseño y estructura

Hoteles2 vuelve a modificar su página web que, con algunos cambios de su diseño y estructura, mantiene la información sobre sus hoteles y su sencillo sistema de gestión de reservas, aunque se ha reducido sensiblemente el número de hoteles.



www.hoteles2.com

Hoteles2, cadena que mantiene cinco de los 11 hoteles de ciudad en España que tenía en el análisis anterior, presenta otra versión *responsive* de su página modificando algo su diseño y su estructura de accesos, manteniendo una gestión muy amigable y una amplia descripción de sus hoteles, así como el completo sistema de gestión de reservas de estancias y ofertas, que está disponible únicamente para el cliente final y permite el acceso posterior a la reserva para su anulación, todo ello con las mismas versiones en castellano, inglés, francés y portugués.

INFORMACIÓN

Actualmente sólo presenta cuatro establecimientos y un quinto aún no operativo. Seleccionando uno se accede a una amplia descripción del establecimiento en varias pantallas. También dedica un área a la gestión de eventos con las salas y su capacidad en parte de los hoteles.

RESERVA

Sigue ofreciendo un sencillo y rápido sistema de reservas de estancias y algunos servicios, válido únicamente para el cliente final con pago mediante tarjeta, que contempla la gestión de código de promoción y el acceso posterior a la reserva para su consulta o anulación.

GENERAL

También mantiene una información limitada sobre la empresa, sus objetivos y las características principales de sus servicios, así como un mapa con la situación de sus hoteles y su dirección y teléfono. También incluye un formulario para solicitar presupuestos de eventos.

▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso

Con un diseño *responsive* atractivo facilita un acceso a la información y una gestión de reservas fácil y rápida.

▼ Lo Peor / Cobertura

La página ofrece únicamente cinco hoteles todos en España, de los que uno aún no está operativo.

HOTELES2 / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

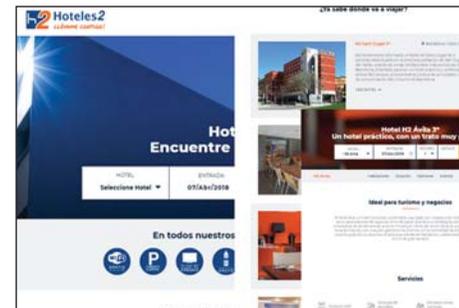
EVALUACION NEXOTUR.COM

Aunque mantiene la adecuada información que ofrece de sus cuatro establecimientos y su correcto sistema de gestión de reservas, la página de Hoteles2 sigue ofreciendo muy poco interés a los profesionales de Turismo, ya que no tiene gestión de reservas desde las agencias.

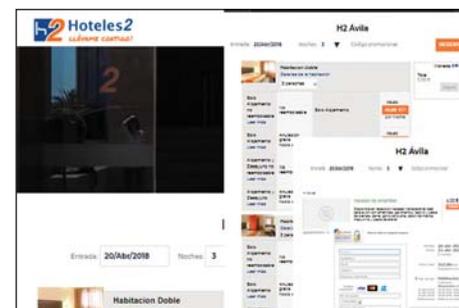
6.3



Entrada / Ofrece el acceso a las áreas de hoteles y de información para eventos, sus ofertas y la búsqueda para la reserva.



Producto / Al pulsar 'Hoteles', presenta cuatro de sus cinco establecimientos con el acceso a su descripción en varias pantallas.



Reserva / Mantiene un rápido sistema de reservas basado en un carrito de la compra con pago mediante tarjeta.

Presupuestos 'online' en la nueva página 'responsive' de Grandoure

La nueva web de Grandoure mantiene una limitada información sobre la empresa, su flota y sus tipos de servicios de transporte, pero ahora presenta una nueva gestión *online* de presupuestos, con posibilidad de solicitud inmediata.



www.grandoure.com

La página web de Grandoure, empresa de transporte terrestre con sede en Valladolid, ofrece una nueva versión *responsive* con un diseño muy mejorado que, con versiones en castellano e inglés, mantiene una información limitada sobre la compañía, su flota y sus servicios discretos de transporte terrestre, en la que ha añadido sólo en la versión en castellano, una nueva gestión *online* del presupuesto de un viaje en el que el usuario define por días sus puntos de salida, llegada y de paso y el tipo de bus. El sistema informa del precio total y por persona y permite solicitar el viaje.

INFORMACIÓN

Ofrece un resumen general de sus servicios, pero ya no incluye la descripción que había en la versión anterior de cada tipo de servicio. También informa sobre sus vehículos VIP, de transporte adaptado y de transporte estándar y sobre su colaboración en la gestión de *tours*.

RESERVA

Ha mejorado sensiblemente la gestión de reservas al incluir un sistema *online* de confección de presupuestos, que permite describir el viaje de uno o varios días con todas las paradas y el número de plazas. Responde con el precio total y por persona permitiendo su reserva.

GENERAL

La página mantiene áreas de información sobre la empresa, transporte escolar y sobre las opiniones de sus clientes, así como el área de preguntas y respuestas de ayuda al usuario que había en la versión anterior, pero no conserva la información sobre sus conductores.

▲ Lo Mejor / Presupuesto Online

Ofrece un interesante sistema de presupuestos de fácil uso, con respuesta inmediata en la mayoría de los casos.

▼ Lo Peor / Gestión de Agencias

Ni en la gestión de formularios de presupuesto ni en el resto de la web se hace ninguna referencia a las agencias.

GRANDOURE / Transportes

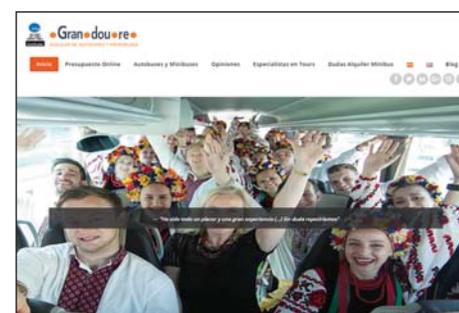
Ponderación de los Valores

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 ESPECÍFICA AGENCIAS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

Aunque ha reducido su información sobre los servicios de transporte que ofrece y sobre su flota de vehículos, la nueva página de Grandoure es de más interés que la anterior para los profesionales de Turismo, a los que ahora ofrece un novedoso sistema de presupuesto *online*.

7.2



Entrada / En un formato compatible muy mejorado, presenta el acceso a sus áreas de información y al 'Presupuesto Online'.



Producto / Su información se ha reducido a definir sus tres tipos de vehículos y su oferta para ayudar a planificar *tours*.



Reserva / En el área de reservas incluye un interesante sistema de confección de presupuestos *online*.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Algunas agencias de viajes exigen experiencia demostrable de hasta cinco años

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'.**

■ **Proyecto Europa.** Madrid. Esta agencia de viajes mayorista busca un agente de viajes para el departamento de cotizaciones y grupos en su oficina de Madrid.

■ **VJ Travel.** Madrid. Esta agencia especializada en viajes de negocios y vacacional a medida precisa incorporar un agente para su departamento de ventas. Será imprescindible tener nivel profesional de Amadeus, dominio del paquete Office y buen nivel de inglés oral y escrito. Los candidatos deberán demostrar una experiencia mínima de cinco años, así como conocimiento en atención telefónica y estar disponibles para una incorporación inmediata. VJ Travel ofrece jornada de lunes a viernes de forma continua y posibilidad de contrato indefinido.

■ **Space Travel.** Madrid. Esta agencia de viajes minorista busca un agente de viajes con experiencia en departamento de empresas y vacacional. Para entrar a formar parte de su plantilla es imprescindible dominar el lenguaje Amadeus. Los

interesados deberán mandar su currículum mediante correo electrónico.

■ **Viajes Amaia.** Madrid. Desde Viajes Amaia buscan un agente de viajes con experiencia en el departamento de empresas. Es imprescindible que los candidatos tengan un buen nivel de inglés y dominen el programa Amadeus.

■ **Viajes Redondo.** Madrid. Esta agencia de viajes familiar especializada en Turismo cultural busca un agente especializado en la elaboración de 'paquetes' de viajes. El puesto requiere de buena presencia, facilidad en la atención telefónica al cliente, resolutividad, buena disposición para con los clientes, y posibilidad de hacer presupuestos. También es necesario tener conocimientos de Amadeus, Office y buen nivel de Inglés y una experiencia mínima de dos a cuatro años.

■ **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

to del cliente. Asimismo, será obligatorio que los candidatos tengan disponibilidad para hacer guardias rotativas.

■ **Mapa Tours.** Madrid. La mayoría 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 oscilaría entre los 18.000 euros y los 20.000 euros.

■ **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, desde 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.

■ **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 requisi-

tos imprescindibles, pero se valorará positivamente que los candidatos posean un nivel alto de conocimiento de Amadeus.

■ **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 de operaciones. Se valorará la experiencia y los conocimientos de Amadeus.

■ **Grecia Vacaciones.** Madrid. Esta agencia 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 inglés o griego.

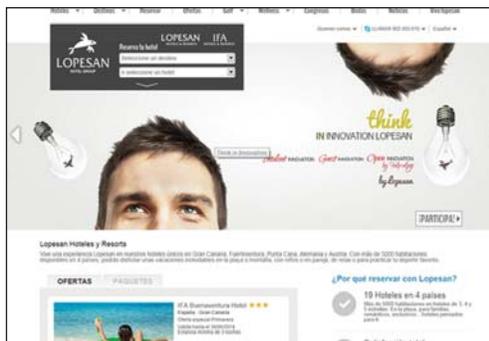
Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles en cuatro países

↑ Lopesan presenta otra versión de su **web** en la que, actualizando su diseño y estructura —más modernos y amigables—, mantiene el mismo nivel de **información** y de gestión de reservas, que sigue sin contemplar la reserva desde las agencias.

→ Por su información y facilidad de reserva es **útil** para el cliente final.

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



<http://www.lopesan.com>

Alquiler de vehículos

↑ Rentalcars presenta una nueva versión de su **web**, ahora compatible para cualquier tipo de terminal que, con un diseño mejorado, mantiene el mismo sistema de alquiler de vehículos en todo el mundo con **información** de la oferta de varios *rent a car*.

→ Por su amplia cobertura y selección de oferta, es de **utilidad**.

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



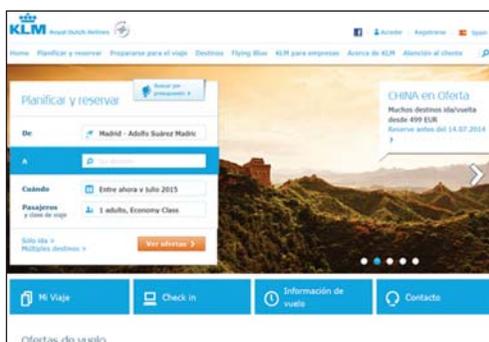
<http://www.rentalcars.com>

Nueva página de KLM

↑ KLM presenta una nueva página en la que, a diferencia del cambio anterior, modifica el diseño y la estructura de accesos, ampliando la **información** y los servicios, mientras mantiene el sistema de reservas, que sigue sin estar disponible para las agencias.

→ Sigue siendo de **utilidad** para clientes y empresas concertadas.

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



<http://www.klm.com>

Turismo en Navarra

↑ La nueva versión de la página oficial de Turismo en Navarra ofrece, con un diseño muy cuidado, una completa **información** accesible desde buscadores y mapas activos, así como el acceso a la **web** de cada alojamiento para la gestión de reservas.

↑ Por su amplia información de fácil acceso es una página de **utilidad**.

↓ En el área de **reservas** ofrece el enlace con la **web** del alojamiento.



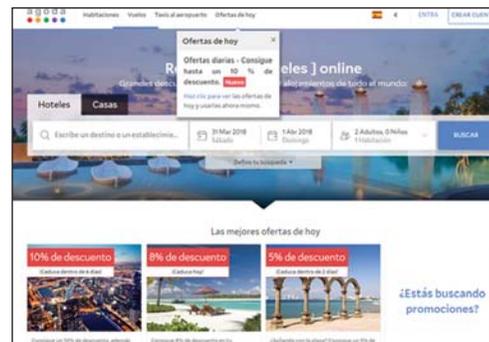
<http://www.turismo.navarra.es>

Habitaciones y vuelos

↑ Agoda, nueva central de reservas de habitaciones, vuelos y taxis en todo el mundo, ofrece una completa **información** de los alojamientos, sus habitaciones y ofertas, dentro de un completo pero lento sistema de gestión de reservas.

→ Por su amplia cobertura y facilidad de uso es una **web** de **utilidad**.

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



<http://www.agoda.com>

Congresos en Gijón

↑ La **información** sobre el Palacio de Congresos de Gijón ha pasado en parte a Feriasturias, aunque mantiene parte de la misma en la página de la Cámara de Comercio y, aunque ha incluido un cálculo **online** de presupuestos, no amplía sus contenidos.

→ Es de **utilidad** limitada por el nivel y la estructura de su información.

↓ En el área de **reservas** ofrece un formulario para presupuestos.



<http://www.feriasturias.es>

LEGISLACIÓN

Anuncio

Universidad de Vigo

✓El Boletín Oficial del Estado (BOE), publica el 15 de marzo la resolución de la Universidad de Vigo, por la que se anuncia la licitación para la contratación del servicio de agencia de viajes relativo al acuerdo marco para suscribir con un único empresario. La empresa adjudicataria del servicio, con número de expediente 308/18, tendrá un plazo de ejecución de un año a contar desde el día 1 de mayo de 2018, o desde el día siguiente al de su formalización si es posterior a dicha fecha, y será prorrogable por un año. Los contratos basados en el acuerdo marco formalizados antes de la finalización del plazo de duración de este serán siendo ejecutados hasta su conclusión.

✓El Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA), publica el anuncio del 13 de marzo de 2018 por el que se hace pública la cancelación de la agencia malagueña Horizontours Viajes en el Registro de Turismo.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

CURSO

Grupo Piñero mejora sus programas de FP

La compañía se une a Alianza para desarrollar su formación

Grupo Piñero ha formalizado un acuerdo de colaboración a nivel nacional con Alianza para mejorar la empleabilidad de los jóvenes a través del desarrollo de una Formación Profesional Dual. Con ello, además de dar soporte a la inserción de jóvenes en el mundo laboral, la empresa quiere atraer talento que previamente haya podido formarse a través de la realización de prácticas formativas en distintos departamentos de la compañía.

Por ello, Grupo Piñero confía en la red Alianza, en la que se encuentran más de 500 empresas, centros educativos e instituciones que forman parte de ella, constituyendo así un banco de experiencias en

Formación Profesional Dual en España. De hecho, el grupo mallorquín y la asociación ya han colaborado en numerosas ocasiones en el pasado obteniendo excelentes resultados en materia de inserción laboral, alcanzando hasta un 80% de contrataciones posteriores a los meses de formación. "Estamos muy ilusionados de poder formar parte de esta red que, sin duda, nos ayudará a afianzar nuestro compromiso con la Formación Profesional y, por consiguiente, con la empleabilidad de los jóvenes de la isla", asegura el responsable de Prevención y Relaciones Laborales y coordinador de los programas de FP Dual del Grupo, Juan Pons.



LIBROS

Buenas prácticas en América

'El Turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible'. OMT.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha publicado por primera vez de forma conjunta con la Organización de los Estados Americanos (OEA) un libro que pone el foco en ejemplos concretos de cómo impulsar el desarrollo sostenible a través del Sector. En 'El Turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: buenas prácticas en las Américas' se proporciona al lector 14 estudios de casos de toda la región que explican por qué el Turismo ocupa un lugar destacado entre los sectores económicos mejor situados para hacer realidad la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Entre estos ejemplos destacan proyectos para fortalecer la paz en Colombia, iniciativas que se han puesto en marcha en el corazón del Amazonas o las dirigidas a mitigar el cambio climático en México.

CALENDARIO

Arabian Travel Market en Dubai

●Del 22 al 25 de abril tiene lugar la Arabian Travel Market (ATM), en Dubai. Se trata del evento para la industria de viajes entrantes y salientes de Oriente Medio que ha sido líder en el país durante los últimos 25 años. Durante otras ediciones, esta feria ha generado más de 2.500 millones de euros en ofertas de la industria de viajes. La exposición anual de empresa a empresa (B2B) muestra más de 2.800 productos y destinos de todo el mundo a más de 26.000 agencias de viajes minoristas y mayoristas y turoperadores. La Arabian Travel Market se celebrará en el Centro Internacional de Exposiciones y Convenciones de Dubái (Dicc) y espera congregarse a más de 40.000 profesionales de viajes, ministros de gobierno y periodistas internacionales en esta edición. Varios organismos españoles estarán presentes en esta feria durante el mes de abril a través de TurEspaña. Más información en la página web arabiantravelmarket.wtm.com.

N BOLSA DE TRABAJO nexotur.com

¿Necesita un profesional?

Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

¿Busca trabajo?

Inserte ahora sus ofertas y demandas

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

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración

SUBEN

Rafael Brull



Globalia acaba de incorporar a su equipo de dirección a Rafael Brull, que desempeñará el cargo de director general de Marketing Corporativo. Se encargará de la coordinación y gestión de todas las marcas del grupo.

Ehab Amin



Qatar Airways, bajo la dirección comercial de Ehab Amin, ha estrenado una nueva identidad para su programa de viajeros frecuentes. Bajo el lema 'No solo acumules millas, acumula recuerdos', presenta una variedad de mejoras con un nuevo aspecto.

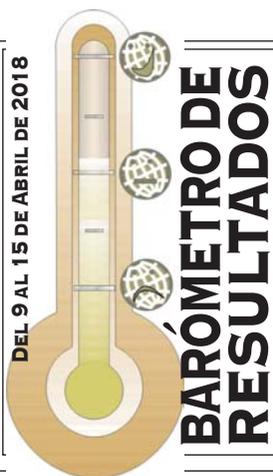
Jackie Kernaghan



La Junta General de Accionistas de Parques Reunidos ha aprobado el nombramiento de tres nuevos consejeros. Jackie Kernaghan ha sido, entre otras cosas, presidenta del Instituto de Viajes y Turismo y miembro del Comité Consultivo de la Organización Mundial del Turismo.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / José Alberto Morales	3
Entrevista / Sara Fernández	4
Escaparate	6-16
Gestión	17
Mostrador	18-21
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluatnet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31



DEL 9 AL 15 DE ABRIL DE 2018

BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

Aumenta el poder adquisitivo de los agentes

El sueldo medio de los agentes de viajes españoles registra en 2017 el cuarto crecimiento consecutivo. Según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), el coste salarial (salario base, complementos y horas extraordinarias, medidos en términos brutos) asciende a 1.941,1 euros mensuales en el último año, lo que supone un incremento interanual del 2%. Teniendo en cuenta que el IPC ha cerrado 2017 con un repunte del 1,1%, el poder adquisitivo de estos profesionales aumenta en 0,9 puntos porcentuales. Además, la subida salarial vuelve a ser superior al 1,5% estipulado en el Convenio Colectivo Laboral de Ámbito Estatal para el Sector de Agencias de Viajes.



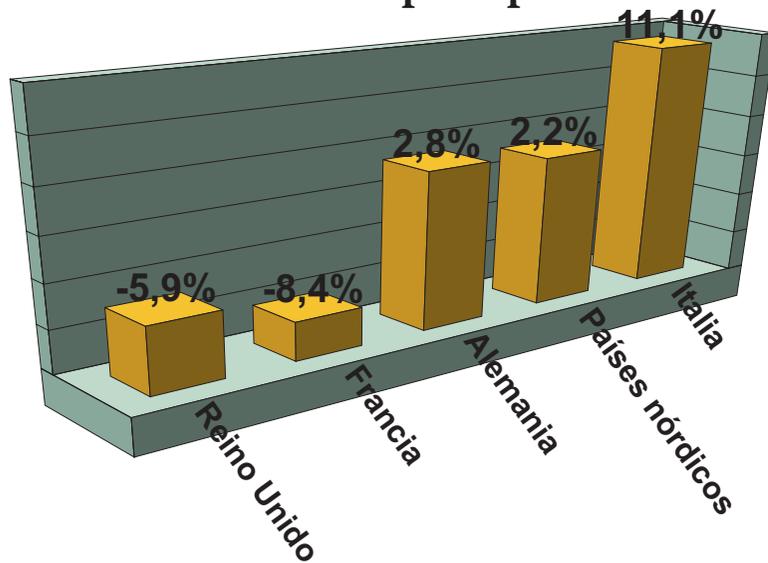
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

Los principales emisores caen en febrero

Los turistas británicos han descendido un 5,9% sus llegadas a España en el segundo mes del año, mientras que los franceses lo han hecho en un 8,4%. Este descenso es especialmente importante para el Sector, ya que se trata de los dos principales mercados para el país. A pesar de estos datos, la variación anual de turistas se mantiene positiva, con un incremento del 2,6%, con importancia de los mercados más lejanos.

Variación anual de los principales mercados



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

© NEXOTUR

España ha recibido en febrero la visita de 4,2 millones de turistas internacionales, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) en la encuesta sobre movimiento de fronteras, Frontur. Esto supone un leve incremento de las llegadas en un 2,6% en comparación al mismo mes del año pasado, que aunque es el tercer dato más discreto de los últimos 12 meses, sigue con el crecimiento anual comenzado en enero. Sin embargo, en el segundo mes del año destaca que los dos principales mercados emisores de España han descendido su número de visitas al país.

Los británicos siguen siendo la nacionalidad que, con gran diferencia, más turistas aporta a España. En el último mes del que el INE tiene datos, han llegado de Reino Unido un total de 865.316 visitantes, muy por encima de los 549.654 de Francia, el segundo mercado con más peso en el Turismo español. Sin embargo, la variación anual de los turistas de Reino Unido ha bajado un importante 5,9% este febrero y la llegada de franceses ha caído todavía en mayor medida, un 8,4%. El descenso de visitantes internacionales por parte de los dos principales emisores de España condiciona la media nacional, ya que los siguientes países en la lista crecen a un ritmo mucho mayor.

Alemania, con 532.636 llegadas al país durante el segundo mes del año, es el tercer país con más peso en el Sector, muy cerca de Francia y con un incremento anual del 2,8%. Los países nórdicos, que han experimentado un buen comportamiento en los últimos meses, si-

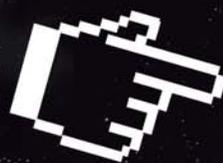
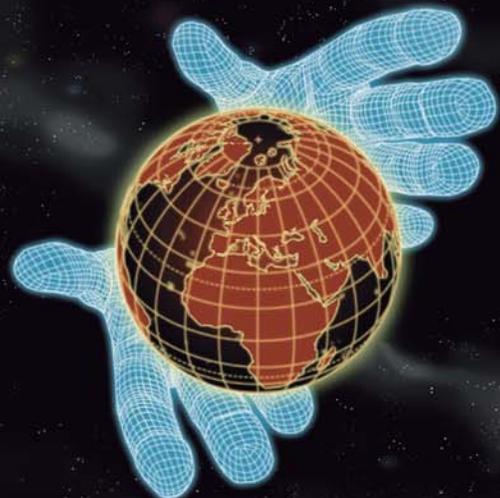
to del mundo' y 'Resto de América', con un incremento interanual del 26,2% y 24%, respectivamente.

Dentro de los países cercanos a España, sobresale la variación anual de Portugal, del 17,5%, que ya supera las 144.000 llegadas. En el lado contrario, Suiza es el país de los que desglosa el INE que más ha caído, un 25,4%, pero tiene un peso mucho menor que Reino Unido o Francia porque solo aporta 85.558 visitantes a España en febrero.

Destinos principales

Canarias ha sido la Comunidad autónoma que más turistas internacionales ha concentrado el segundo mes de 2018, un 28,2% del total. A las islas, que tienen su temporada alta durante los meses de invierno, han llegado cerca de 1,2 millones de visitantes, un 0,7% más que el mismo periodo de 2017. Los británicos y los nórdicos han sido las nacionalidades que más han llegado a Canarias, suponiendo un 33% y un 21,2% de sus turistas.

Cataluña, ya recuperada de los malos datos producidos por la inestabilidad política, es el segundo destino principal, creciendo a un ritmo mayor que la media nacional, del 2,8%. Consigue superar la barrera del millón de turistas y acapara el 24,1% de las llegadas internacionales del país. En el lado contrario, Andalucía, la tercera Comunidad predilecta de los extranjeros, ha sufrido un descenso anual del 0,3%, mientras que Madrid continúa con los buenos datos, subiendo un 7,8% anual y situándose en cuarta posición de esta lista.



Date de alta en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana en tu email

NEXOTUR.com
AGENCIAS DE VIAJES

Ciudadanos quiere hacer una Carta del Turismo Sostenible

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

Las huelgas de controladores europeos cuestan 12.000 millones de euros

Aumenta el uso de 'chatbots' en las reservas de viajes

Fomento sugiere a las aerolíneas que bajen los precios

¿Cuál es el mejor momento para reservar vuelo?