

NEXO NEXOTUR

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

NÚMERO 1.041 / AÑO XXIII / SEMANA DEL 14 AL 20 DE MAYO DE 2018 / PRECIO: 2 EUROS

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**



MANUEL BUTLER
Cambios en la OMT
PÁG. 12 / Butler deja TurEspaña por la dirección ejecutiva de OMT



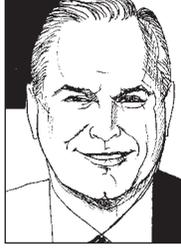
EDUARD BOGATYR
Relevo en la dirección
PÁG. 7 / Bogatyr releve a Dapper como director general de TUI Spain



RAFFAELE D'AMBROSIO
Protagonistas de Costa
PÁG. 10 / Costa Cruceos celebra su 70 aniversario con 1.800 agentes



MIGUEL ÁNGEL DE LA MATA
Alabanzas al NDC de IATA
PÁG. 12 / Viajes El Corte Inglés se adhiere a la conexión NDC de Air France



KURT EKERT
Una nueva estrategia
PÁG. 11 / Crecen las ventas de CWT un 3,6% durante 2017

Barceló planea la venta de Ávoris y explora opciones con Globalia

Javier Hidalgo: 'Las unidades de negocio de Globalia no están en venta'

Tras los falsos rumores de fusión de las divisiones minoristas de Barceló y Globalia, han salido a la luz las estrategias de ambos grupos. Así, Barceló pretende vol-

ver a centrarse en exclusiva en la hotelería y vender turoperadores, red minorista y transportista, mientras Globalia busca acuerdos que la complementen.



Martí Sarrate preside ACAVE.

ACAVE: 'Esperamos continuar creciendo'

"Las cifras de inicio de 2018 son positivas y esperamos poder seguir con esta tendencia", afirma el presidente de ACAVE. Pág. 4

La tasa de paro cae al 15% durante el primer trimestre

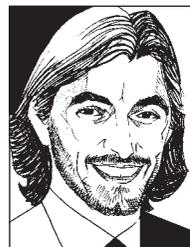
Entre enero y marzo la tasa de paro en el Turismo ha descendido hasta el 15,2% y el número de ocupados ha crecido un 3,8%. Pág. 12

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 25

Barceló lleva unos meses trabajando con un banco de negocios para la venta de Ávoris y así centrarse en su negocio hotelero. De culminarse, esta operación capitalizaría a Barceló Hotels para crecer en el negocio hotelero. Por su parte,



Simón P. Barceló y Javier Hidalgo



Globalia, como ha señalado su CEO, Javier Hidalgo, está en conversaciones con otras empresas de Europa y Latinoamérica en busca de acuerdos que "complementen nuestro negocio, en ningún caso que resten". Escapate en pág. 6

Amadeus esquiva el impacto del NDC y continúa creciendo

En el primer trimestre del año, las reservas realizadas por las agencias de viajes a través de Amadeus han aumentado un 3,7%, hasta los 160 millones de euros. De esta manera, mantiene una tendencia al alza en el negocio de la distribución aérea, a pesar del New Distribution Capability (NDC), si bien sufre una ligera ralentización como conse-



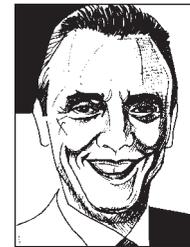
Luis Maroto

cuencia del adelanto de la Semana Santa y el impacto de los tipos de cambio. De las regiones en las que opera, muestra una evolución negativa en Europa Occidental (-6,6%), su mercado principal, y en Oriente Medio y África (-0,9%). Crecen Asia-Pacífico (18,3%), centro, este y sur de Europa (13,1%) y Norteamérica (9,8%). Escapate en pág. 12

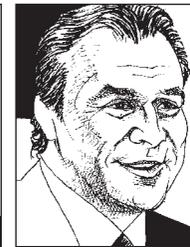
CEOE rechaza inclusión de una garantía adicional

CEAV critica enmiendas presentadas por CEOE

El Consejo de Turismo de CEOE ha presentado enmiendas al proyecto de transposición de la Directiva de Viajes Combinados. Propone que se acote la responsabilidad de las agencias de viajes a su ámbito de actuación y se muestra disconforme con la garantía adicio-



Joan Gaspart y



Rafael Gallego

nal. Por su parte, CEAV critica que CEOE no solicite la supresión total de la doble garantía a las agencias y que excluya a las compañías aéreas de la obligación de constituir la garantía de quiebra o insolvencia en viajes vinculados. Escapate en pág. 10

Azul Marino prevé facturar 70 millones de euros en 2018

Azul Marino Viajes se convierte en la sexta red del mercado español por número de oficinas propias tras la compra de Viatges Iltrida. A partir de ahora dispondrá de 50 puntos de venta —37 vacacionales, ocho de *business travel*, tres mayoristas, un receptivo y la *online*—. Igualmente el grupo



Juan del Hoyo

vasco logrará aumentar sus previsiones de facturación para este 2018 en un 35%. Según avanza a NEXOTUR su consejero delegado, Juan del Hoyo, en conjunto, el grupo prevé alcanzar un volumen de negocio de 70 millones de euros. Se trataría de un espectacular aumento del 55%. Escapate en pág. 7



POLITOURS
www.politours.com

Verano Mediterráneo 2018

* Salidas desde Madrid



CHIPRE



desde
699€

OFERTA
CHIPRE
8 Días/Hotel 3*(AD)

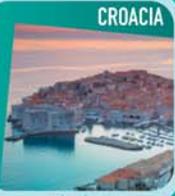
TURQUÍA



desde
875€

TOUR-OFFERTA
FANTÁSTICA TURQUÍA
8 Días/Hotel 4*/3*(AD/PC)

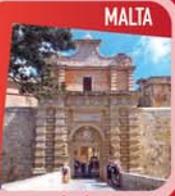
CROACIA



desde
999€

TOUR-OFFERTA
BELLEZAS DE CROACIA
8 Días/Hotel 3*(AD)

MALTA



desde
1.155€

TOUR
MALTA AL COMPLETO
8 Días/Hotel 3*(MP/PC)

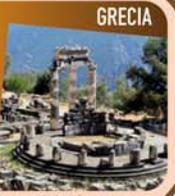
CROACIA



desde
1.195€

OFERTA-CRUCERO
ISLAS DÁLMATAS
8 Días en yate (MP)

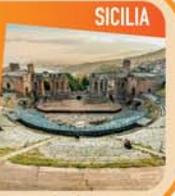
GRECIA



desde
1.184€

TOUR
PELOPONESO
8 Días/Hotel 3*(AD/MP)

SICILIA



desde
1.400€

TOUR
CONCORDIA
8 Días/Hotel 4*(T.I.)

* Precios finales con tasas incluidas. Más información en su agencia de viajes y en nuestra web politours.com

CLAVES

Voluntarios viajeros

AYUDAR, APRENDER Y descubrir. Tres claves que han inspirado a una nueva y creciente generación de viajeros. Una experiencia más enriquecedora que el Turismo habitual, alejándose de hoteles de lujo o de zonas para extranjeros, para contribuir a mejorar realidades sociales con el voluntariado internacional.

Las alternativas son variadas porque son muchos los lugares del planeta donde se necesita una mano amiga. Estas van desde el cuidado agrícola o de animales hasta la conservación patrimonial o la mejora en la calidad de la educación.



☞ CLAUDIO LAVANCHY

Es en este último punto en el que tenemos mayor experiencia como Fundación Comparte. Ahora, que celebramos 20 años, podemos decir con orgullo que hemos facilitado la tarea a más de 200 jóvenes y adultos para viajar hacia América Latina donde apoyamos entidades locales que mejoran las condiciones de vida de más de 17 mil niños en cinco países.

Para facilitar aún más el acercamiento entre los dos continentes hermanos, la ONG Comparte ha puesto en marcha la campaña Voluntarios Viajeros que permite realizar un voluntariado internacional gratis durante un mes a quienes ayuden a conseguir socios para apoyar a las entidades locales de América Latina.

En la web, los interesados encontrarán destinos, ayudas y consejos para hacer un voluntario viajero con garantías de seguridad. También se puede preparar propuestas innovadoras. Pero es necesario respetar lo que se proponga allí. Según nuestra experiencia, antes de realizar cualquier tipo de voluntariado es recomendable investigar previamente sobre el destino y el trabajo de la entidad local facilitadora. Normalmente ellos proveen el alojamiento (albergue o casa de una familia local) y designan las tareas.

Si bien los seguros de viaje no son obligatorios, sí son altamente recomendados, especialmente si desconocemos los servicios sanitarios del país de destino. El tiempo de permanencia recomendado es de uno a tres meses, para más días es probable que necesite tramitar un visado especial en el país de residencia, y es importante tener en cuenta que la Ley del Voluntariado (vigente desde 1996 en España) exige firmar un contrato con la entidad cooperadora antes del viaje. Seguro que ya estás deseando tomar la mochila.

☞ Claudio Lavanchy es director general de la Fundación Comparte.org.

E 'Si a alguien le queda alguna duda de que el Turismo es el sector mejor posicionado para suponer un cambio real y profundo hacia la sostenibilidad, no tiene más que repasar las estadísticas', señala el CEO en el Instituto de Turismo Responsable-Biosphere

TRIBUNA



☞ PATRICIO AZCÁRATE

Las experiencias turísticas como motor al Turismo sostenible

EL PASADO MES de octubre concluyó, en el marco del Año Mundial del Turismo Sostenible para el Desarrollo, la Conferencia Internacional 'La Sostenibilidad como factor clave de competitividad para el Desarrollo de la Industria Turística' en la isla de Lanzarote, de la que tuvimos el placer de ser organizadores con el patrocinio de Naciones Unidas a través de la UNESCO y la Organización Mundial del Turismo (OMT). En ella, aparte del papel fundamental que juega la industria como vector de cambio hacia un Turismo más sostenible, destacó el papel que se les otorgó a las experiencias turísticas como nuevo agente capaz de provocar esa transición de una manera más rápida y eficiente en ese nicho de mercado concreto.

La evolución de las preferencias de consumo hacia un modelo más sostenible y respetuoso con el entorno ecológico, social, económico... está llegando ya a todas las industrias: la de la alimentación (productos más naturales, productos 'kilómetro cero'...), la de moda (no a la explotación laboral, sí a la producción y a los tejidos y tendencias locales) o la de la automoción (vehículos eléctricos y, en general, una menor generación de contaminación), por citar algunos ejemplos, ya se han visto sacudidas por esos cambios en los gustos de los consumidores. La fuerte irrupción de estos productos en las estanterías de los supermercados o en las tiendas de ropa certifica el avance imparable de una tendencia que viene espoleada por los cada vez más palpables e inmediatos resultados del cambio climático.

Si la década que vivimos está siendo la de la transformación para estas industrias, la que está por comenzar, no cabe duda, lo será para el Turismo.

Más de 1.300 millones de turistas cruzaron una frontera el pasado 2017. Su impacto en la economía fue tal que su contribución al PIB mundial superó el 10% y aportó al empleo mundial más de un de cada diez empleos. Si a alguien le queda alguna duda de que el Turismo es el sector mejor posicionado para suponer un cambio real y profundo hacia la sostenibilidad, no tiene más que repasar las estadísticas. Pero si hasta ahora la industria turística sólo

ha comenzado a dar unos tímidos pasos hacia la responsabilidad social, el consumo responsable o la protección del medioambiente y del destino, será a partir de ahora, con la expansión de las experiencias sostenibles, cuando de verdad vea-

ta. Este nuevo mercado de jóvenes consumidores es capaz, a través de sus elecciones de consumo, de dejar en fuera de juego a las empresas que no sean capaces de moverse con la rapidez suficiente para adaptarse a sus necesidades.

ecológico o para llevara cabo la rehabilitación necesaria para que lo fuera. Así, la 'puerta de entrada' del Turismo sostenible se producirá empezando por las estructuras más flexibles, como ocurre con las experiencias.

Por otro lado, es importante el hecho de que los millenials no sólo demandan sostenibilidad aplicada a los productos y servicios de siempre (es decir, que reciclen, disminuyan su consumo energético e hídrico, etc.), sino que, además, el tipo de actividades que están más dispuestos a consumir suele ser más sostenible por definición (prefieren hacer actividades como trekking, escalada, paseos, contacto con animales en granjas ecológicas, etc.).

¿Qué es, en definitiva, una experiencia sostenible para los turistas? No sólo se trata de aquellas que centran sus esfuerzos en generar un impacto positivo en el destino, traer beneficios a la población local o no agotar los recursos naturales.

Por último, los operadores de experiencias sostenibles no deben quedarse exclusivamente en la acción, sino que también deben centrarse en la comunicación de los esfuerzos que acometen. Las experiencias sostenibles no sólo deben serlo, sino también ser percibidas como tales por sus consumidores.

Favorecer el cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible es la pauta que se han marcado muchas organizaciones, empresas y naciones desde que éstos se acordaran en 2015. Para el Sector Turístico y más en concreto

para las experiencias, también conviene que se le dé importancia a comunicar sostenibilidad.

El Turismo, por sus características, por su transversalidad y por su alcance, es el sector que más puede hacer por la sensibilización y la concienciación en favor del Desarrollo Sostenible. Compartir experiencias e información es algo que la actividad turística lleva en el ADN. Quienes crean y comercializan experiencias deben entender el papel principal que tienen en esta función. Sus consumidores, los turistas, se lo agradecerán. Y lo harán eligiendo, consumiendo y valorando sus experiencias sostenibles.

☞ Patricio Azcárate Díaz de Losada es Chief executive officer en Instituto de Turismo Responsable - Biosphere.



mos un cambio de paradigma que moverá los cimientos de la industria.

El progreso de la sostenibilidad en la industria turística se ha visto ralentizado, hasta ahora, por las características del sector. Un sector masivo, necesitado de grandes inversiones y muy intensivo en capital, al que le cuesta cambiar o modernizar sus instalaciones. No todas las empresas pueden readaptar sus hoteles, resorts,

barcos, aviones y demás activos en un abrir y cerrar de ojos. O al menos no si no existe un incentivo formidable y relativamente inmediato. Ese incentivo será el mercado, y lo será (de hecho, ya lo es) gracias a lo que ya está siendo el primer botón en encender la luz (LED, en este caso) de la sostenibilidad: las experiencias turísticas.

¿Cómo van las experiencias a impulsar de manera más decidida el camino emprendido tímidamente por la industria hacia la sostenibilidad? La relativa inmovilidad que caracteriza al sector del que hablábamos choca de manera frontal con la nueva demanda y con las herramientas de que dispone la industria hoy en día para conocer sus preferencias y modular su oferta.

Si hasta ahora la industria se ha mantenido en la tranquilidad del inmovilismo es porque estos nuevos consumidores no habían encontrado mecanismos para, a través algo tan sencillo como sus propios hábitos de consumo, deshabilitar a esa parte de la oferta con la que no se identifican. Sin embargo, desde que los millenials encuentren un mercado que dé respuesta a sus preferencias

de sostenibilidad, eco-consumo, etc., desbordarán con su reorientación de la demanda a quienes sean capaces de ofrecerles lo que quieren. Quizás, probablemente, consumidores que hasta ahora se han abstenido de comprar este tipo de producto comiencen a hacerlo y se descubra un nuevo mercado.

Este cambio de paradigma resulta mucho más sencillo para las experiencias turísticas que para otros actores de mayor tamaño dentro de esta industria. Por sus características (activos utilizados, atractivos, comercialización y tamaño), un turoperador puede ofrecer experiencias sostenibles con menor esfuerzo del que se necesitaría para construir un hotel

El progreso de la sostenibilidad en el Sector turístico se ha ralentizado por las características del Sector

El Turismo es el sector que más puede hacer por la sensibilización por el Desarrollo Sostenible

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 GALLEGO ALIAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), GERMÁN RUIZ (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), GERGA 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

Cabal, Butler y Mirones españolizan la OMT

LA OMT HABLA ESPAÑOL. El secretario general de la Organización de las Naciones Unidas para el Turismo (UNWTO en sus siglas en inglés, aunque es más reconocible en España como OMT), el embajador georgiano Zurab Pololikashvili, demuestra su habilidad diplomática al integrar en su equipo a su principal contrincante en las elecciones a liderar la OMT, el exministro de Desarrollo Económico de Colombia (y también embajador) Jaime Alberto Cabal.

Cabal, que perdió a los puntos frente a Zurab y era el candidato del Empresariado español, participó en varias Conferencias de CIMET como ministro de Colombia y ha impulsado un programa de renovación y de multiplicación de actividad en la OMT, que pasa por impulsar las sinergias con los Miembros Afiliados, que preside el español Miguel Mirones. Su incorporación —como secretario general adjunto— le convierte de hecho en el número dos de la OMT y supone que la Organización Mundial del Turismo hable español, habiendo sido bien recibida por Gobiernos y Empresariado.

NEXOTUR apoyó desde el inicio la candidatura de Jaime Alberto Cabal a la OMT, al igual que el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), cuyo presidente lidera los Miembros Afiliados. Apoyo al que se sumaron tanto los presidentes de las Confederaciones Españolas de Hoteles y de Agencias como el presidente del Consejo de Turismo de CEOE y, en última instancia (pero de forma no expresa), el Gobierno de España a través de la Secretaría de Estado de Turismo. Y ello pese a que el español Carlos Vogeler presentaba candidatura al alimón con la coreana Dho Young-shim.

Cabal, Butler y Mirones podrían impulsar nuevas sinergias de Gobiernos y Empresariado y una presencia y fuerza mundial sin precedentes en la historia de la Organización Mundial del Turismo

A la buena noticia de la designación de Cabal como secretario general adjunto de la OMT, que será efectiva el 24 de mayo, tras ser ratificada en el Consejo Ejecutivo que la OMT celebra en San Sebastián, se suma otra no menos alentadora para España: el ya ex director general de TurEspaña, Manuel Butler, también se incorpora a la cúpula de la OMT, como uno de sus directores ejecutivos.

La figura de Butler, uno de los altos funcionarios con más prestigio con que cuenta la Administración turística española, es el mejor fichaje posible, aunque priva a la Secretaría de Estado de Turismo de una de sus mejores cabezas.

Queda aún por saber quién ocupará la dirección de los Miembros Afiliados, alto cargo cuyo salario paga España y para el que el Gobierno presenta una terna de candidatos. De nombrarse otro español para dirigir los Miembros Afiliados, que preside el cántabro Mirones, estaríamos ante la mayor presencia de españoles en los principales puestos de dirección en la ya larga historia de la OMT.

Cabal, Butler y Mirones. Un trío de ases, que bien podría ampliarse hasta el póker. Y una oportunidad histórica para que Iberoamérica y España tengan el papel que merecen en la Organización de las Naciones Unidas para el Turismo. Y para impulsar la imprescindible colaboración público-privada mediante nuevas sinergias entre los ministerios de Turismo (miembros natos de la OMT) y las empresas turísticas (miembros afiliados). Y en su nueva sede, en el Palacio de Congresos y Exposiciones.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

▲ CHECK-IN / APARTAMENTOS TURÍSTICOS

Los Ayuntamientos reaccionan

Palma, Valencia, Barcelona, ¿Madrid?... Los principales Ayuntamientos reaccionan y optan por la regulación del mal llamado alojamiento colaborativo. Problemas derivados del deterioro de la convivencia ciudadana, del incremento del precio de los alquileres y auge de la economía sumergida, sumados a defensa del consumidor y la opacidad fiscal (y laboral) de los apartamentos turísticos, han llevado a los Ayuntamientos de izquierda (que fueron grandes valedores del alojamiento colaborativo y de cualquier iniciativa surgida de Internet) a intentar regular, e incluso a prohibir, esta actividad.

Las declaraciones a NEXOTUR de Sandra Gómez, primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia, ponen de manifiesto el cambio de rumbo: "Estamos trabajando por un modelo de ciudad y de Turismo que garantice la convivencia entre turistas y residentes. Por ello, la Concejalía de Turismo ha impulsado una enmienda a la Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Generalitat Valenciana, que permitirá al Ayuntamiento de Valencia ejercer un mayor control sobre las viviendas turísticas".

"Asimismo", apunta la teniente de alcalde de Valencia, "en paralelo, se va a convocar una mesa de trabajo entre el Ayuntamiento, el sector de apartamentos turísticos y los vecinos", si bien el Sector Turístico brilla por su ausencia, "para establecer diálogo y consenso sobre las cuestiones más susceptibles". ¿Objetivo? "Limitar el uso turístico de viviendas en edificios residenciales (...) y en condiciones de competencia similares para las diferentes modalidades de alojamiento". Sin duda, todo un avance.

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Javier Hidalgo

El CEO de Globalia, grupo líder del líder del Turismo español, confirmó mediante un comunicado interno al personal de Globalia, que "las unidades de negocio no están en venta", desmintiendo así el falso rumor de la fusión de Halcón



con Viajes Ecuador con la red minorista de Barceló, B the travel brand. Pese a que existen conversaciones entre ambos grupos para la eventual integración de sus agencias y turoperadores, esta sería la enésima fake news que afecta a Globalia.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / FETAVE vs. CEAV

Divide... y perderás

La revelación de NEXOTUR de que la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) se opone a dos de las enmiendas que ha presentado el Consejo de Turismo de CEOE al proyecto de transposición de la Directiva de Viajes Combinados, es el enésimo capítulo del enfrentamiento que mantiene FETAVE (secuela de la extinta AEDAVE) con CEAV. Penúltimo, porque habría que añadir a la lista de despropósitos que la catalana ACAVE sea quien represente a todas las agencias de viajes españolas en el lobby europeo ECTAA, tras abandonarlo FETAVE, que era el segundo representante español. Así, antes que ceder su representación a la Confederación Española, FETAVE ha preferido que se pierda y que CEAV continúe dependiendo de la Asociación catalana para estar en Bruselas.

Y es que tras la abrupta salida de la CEOE del presidente de CEAV —a raíz de sus acusaciones contra el presidente de Halcón Viajes Ecuador, y de la respuesta de éste en el Consejo de Turismo— FETAVE es la única Asociación sectorial en CEOE. De ahí que CEAV cuestione iniciativas de la gran Patronal empresarial que ha impulsado FETAVE.

Estamos ante las consecuencias de la ruptura de facto de la unidad sectorial, que está llevando nada menos a que CEAV se oponga a enmiendas presentadas por el Consejo de Turismo de la CEOE, al proyecto de transposición de la Directiva de Viajes Combinados. Un disparate que pone al Gobierno ante la tesitura de optar por CEOE o por CEAV o, lo más probable, a desoír a un Sector que presenta enmiendas contradictorias a la Ley.

Disponemos de cuatro años más para acabar el buen trabajo dentro de nuestro plan estratégico iniciado en 2014 / ACAVE dispone de asociados en la mayoría de Comunidades autónomas / La unidad del Sector es fundamental para la defensa de los intereses de las agencias y la Confederación es un buen instrumento / Estamos convencidos de que será un año de crecimiento

«No entendemos que determinadas Asociaciones defiendan cotos privados»

Martí Sarrate / Presidente de ACAVE

Los miembros de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) dieron el pasado marzo su respaldo a Martí Sarrate. Obtuvo en las elecciones a la presidencia un total de 152 votos, frente a los 92 conseguidos por el otro aspirante a la presidencia, Rafael Serra.

P.- Fue reelegido presidente de ACAVE con un 62% de los votos. ¿Está satisfecho con el resultado?

R.- Sí, estoy muy satisfecho pues es el reconocimiento de los asociados a cuatro años de un buen trabajo realizado por una junta directiva en beneficio del Sector y de la Asociación, de manera totalmente altruista y con gran dedicación para ofrecer los máximos servicios profesionales.

P.- ¿Cree que era de justicia que repitiese su candidatura después del esfuerzo que hicieron para conseguir la unión de las dos grandes Asociaciones de agencias de viajes de Cataluña?

R.- Los estatutos de ACAVE marcan una limitación máxima de dos legislaturas, de cuatro años cada una, y creo que este plazo es el tiempo necesario para acabar de implantar proyectos y acciones iniciadas. Por ello, opino que era justo que la candidatura que lideré ganara estas elecciones y podamos disponer de cuatro años más para acabar el buen trabajo dentro de nuestro plan estratégico iniciado en el 2014.

P.- Lógicamente, una de sus prioridades para este nuevo mandato es que ACAVE siga creciendo, además de ampliando sus servicios. ¿Cómo pretende hacerlo?

R.- Pretendemos conseguirlo conociendo las necesidades de nuestros asociados, dando respuesta a las mismas e innovando en servicios y productos de calidad. Esta ha sido la clave de éxito de ACAVE y continuará siéndolo, contando para todo ello con un amplio equipo profesional cualificado.

P.- ¿Seguirán apostando por su plan de expansión nacional?

R.- Desde su fundación en 1978, ACAVE tiene ámbito estatal y nuestro crecimiento, tanto en Cataluña como en el resto del territorio español, ha venido dado por la calidad de nuestros servicios. Continuaremos trabajando en esta línea y no nos vamos a poner barreras, pues siempre hemos sido una Asociación abierta y plural, hemos trabajado por el Asociacionismo y no entendemos que la libertad empresarial de asociarse tenga que limitarse en función del territorio en el que se encuentre la sede o de donde esté radicada la agencia de viajes.

P.- ¿Entiende que dicha estrategia haya sido criticada por Asociaciones punteras, como por ejemplo la Agrupación Empresarial de las Agencias de Viajes de Baleares (AVIBA) y la Unión de Agencias de Viajes (UNAV)?

R.- Sinceramente no lo puedo entender, pues nosotros siempre hemos defendido el Asociacionismo y el valor de estar y pertenecer a una Asociación. A partir de ahí, está claro que debe existir una libertad empresarial para elegir la Asociación a la que cada agencia de viajes quiere pertenecer y es cada empresario quien libremente decide. Desde ACAVE tampoco hemos realizado ninguna campaña en contra de estas Asociaciones ni hemos realizado acciones de captación de sus miembros. Tampoco podemos entender que a día de hoy determinadas Asociaciones puedan estar defendiendo cotos privados del territorio. Creo que en el mundo empresarial la competencia nos hace crecer y nos estimula y esto mismo debería suceder en el mundo asociativo.

P.- Además de Baleares y Madrid, ¿tienen intención de echar raíces en otras grandes Comunidades emisoras, como podrían ser Andalucía o Comunidad Valenciana?

R.- A día de hoy, ACAVE ya dispone de asociados en la mayoría de Comunidades autónomas, incluidas Andalucía o la Comunidad Valenciana. Tal como indicaba anteriormente, no nos vamos a poner barreras y las puertas están abiertas a todas aquellas agencias de viajes que quieran formar parte de una Asociación innovadora y que trabaja cada día para defender sus intereses y ofrecer servicios de calidad a sus asociados.

P.- En los últimos meses hubo alguna fricción entre usted y el presidente de CEAV, Rafael Gallego. ¿Se ha solucionado?

R.- Con Rafael Gallego siempre me ha unido una buena relación profesional y personal. Ambos hemos trabajado, de una manera to-

Las cifras de este inicio del 2018 son positivas

Las cifras de este inicio del 2018 son positivas y esperamos poder seguir con esta tendencia de crecimiento y poder realizar una mejor gestión de nuestros recursos turísticos.

Estamos convencidos de que será un año de crecimiento y que el crecimiento no será tan importante como otros

años, pues hay destinos como Túnez, Turquía y Egipto que se están recuperando y creo que estamos en unos niveles muy altos de crecimiento.

En el 2017 coincidieron muchos hechos y situaciones que de una manera u otra

afectaron a la situación turística de Cataluña como fueron los problemas en el aeropuerto de El Prat, los actos vandálicos contra el Turismo, el lamentable atentado terrorista y la situación política. Todos estos hechos tuvieron una incidencia

en las cifras de los últimos meses del 2017, pero afortunadamente la situación se ha recuperado para este 2018.

Los datos y cifras mostrados por algunos medios de comunicación no se han correspondido con la realidad, tal y como han demostrado las propias cifras del INE.



MARTÍ SARRATE

jado intensamente para hacer crecer la Confederación, y en esta línea continuaremos trabajando.

P.- ¿La existencia de la Confederación es un requisito indispensable para defender los intereses de las agencias de viajes del país?

R.- La unidad del Sector es fundamental para la defensa de los intereses de las agencias de viajes y la Confederación es un buen instrumento. Así se está demostrando con los hitos conseguidos.

P.- Imagino que la permanencia de ACAVE en la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) está también garantizada. ¿Es crucial tener voz en el gran lobby europeo?

R.- Actualmente ACAVE representa a todas las agencias de viajes españolas en ECTAA y para nosotros es fundamental formar parte del lobby europeo, pues la gran mayoría de normativas que nos afectan tienen su origen en Europa y ello nos permite participar activamente en todos los procesos normativos europeos. Asimismo, el hecho de pertenecer a ECTAA nos permite compartir con el resto de países europeos las problemáticas que nos afectan como Sector y realizar una defensa conjunta de los intereses de las agencias de viajes europeas.

P.- Parece que el destino Cataluña comienza a recuperarse tras el bache que se produjo en la recta final de 2017 como consecuencia de la inestabilidad política. ¿Es así?

R.- Las cifras de este inicio del ejercicio 2018 son positivas y esperamos poder seguir con esta tendencia de crecimiento y poder realizar una mejor gestión de nuestros recursos turísticos.

P.- ¿Confía en que 2018 sea un buen año para Cataluña desde el punto de vista turístico?

R.- Estamos convencidos de que será un año de crecimiento, aunque el incremento no será tan importante como otros años, pues hay destinos como Túnez, Turquía y Egipto que se están recuperando y creo que estábamos en unos niveles muy altos de crecimiento.

P.- Desde el punto de vista emisor, ¿cómo ha afectado el clima de inestabilidad a las agencias de viajes que operan en Cataluña?

R.- No afectó. Las cifras del 2017 fueron muy positivas, con un crecimiento del 10%, y este año esperamos una tasa interanual similar. El consumidor está planificando y dedicando cada vez más presupuesto a sus vacaciones.

P.- Algunos turoperadores ya permiten que el cliente final reserve directamente en su web. ¿Qué opina al respecto?

R.- Cada empresa tiene plena libertad de decidir a quién vende y cómo vende, el espíritu de la libertad empresarial debe regir en todos los negocios, ya sean mayoristas o minoristas. Y con la nueva Ley todos son agencias de viajes.

EXPO

GALERIA

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

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

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

Filatelia
Numismática
Coleccionismo

fundada en 1964

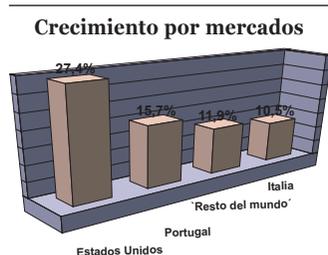
C/ Los Centelles 43, 1
46006 Valencia (España)
Telf.: 96 392 34 31 - 96 392 16 25
Fax: 96 392 53 66
info@expoegv.com
www.expoegv.com



ESCAPARATE

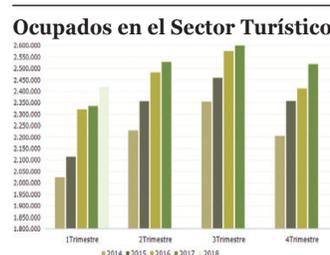
Crece durante marzo las aerolíneas tradicionales

En el primer trimestre de 2018 se han incrementado un 7,6% las llegadas aéreas. Las tradicionales han logrado salvar el periodo (con un 1,5% más) gracias al aumento de viajeros del mes de marzo, 4,9%. **Pág. 22**



El número de ocupados aumenta cerca de un 4%

La tasa de paro en Turismo cae hasta el 15,2% en el primer trimestre, frente al 16,6% de los mismos meses de hace un año. El número de ocupados crece un 3,8%, con un fuerte repunte del empleo asalariado. **Pág. 12**



Se incrementan más de un 7% las pernoctaciones

En marzo las pernoctaciones hoteleras crecen un 7,1%. Las de residentes aumentan un 13,1% y las de no residentes un 3,3%. Según el país de origen, Reino Unido y Alemania concentran el 23,1% y el 21,4%. **Pág. 26**

PRONTUARIO

Ojo con la dehumanización

OJO!!! ESTAMOS DESHUMANIZANDO el servicio. Si llamamos por teléfono, una voz impersonal nos dice: "Si quiere hablar con... pulse uno", a veces hasta siete. Se espera en el uno y luego otra voz impersonal nos dice: "Si quiere comunicar con... pulse uno", también a veces hasta siete y así al ¿infinito? Cuando ¡por fin! suena un timbre sale otra voz que nos dice "todos los operadores

están ocupados, por favor espere un momento" acompañado de una pobre musiquilla. Este último mensaje se puede repetir tantas veces que uno finalmente ya enfadado opta por

cortar la comunicación. Y lo que es peor, en un mostrador de información ya se escucha: "Lo siento para esta promoción o información debe usted entrar a nuestra página web". Destaco el debe usted porque somos, nosotros, los clientes los que debemos adaptarnos a las normas y formas de cada empresa u oficina. Hasta hace poco tiempo el que debía hacer el esfuerzo y dar un buen servicio era el proveedor del mismo.

En hoteles el problema se agranda de manera exponencial. Al recepcionista sólo se le ve la nuca, ya que su cara está en la pantalla. Su contacto con nosotros es una mano que nos entrega una tarjeta magnética o la última sofisticación para no tener ya ningún contacto personal con el cliente, una pantallita para que deje impresa su huella digital, porque la puerta de su habitación se abre así. Ya adentro una pantalla, que hace las veces del desaparecido conserje de manera deshumanizada le informa sin dejarle la posibilidad de preguntar. Y si en la misma le dicen que debe usted llamar por teléfono, ya sabe lo que le pasará. Seguirá...

☞ Claudio Meffert es miembro del Consejo asesor de CONEXO.

Barceló Corporación quiere desprenderse de Ávoris para centrarse en el negocio hotelero

El organismo afirma que está poniendo 'todos los medios a su alcance para resolver esta situación'

Barceló Corporación planea dar un giro radical en su estrategia empresarial. Según ha podido avanzar en exclusiva NEXOTUR, el grupo

turístico tiene tomada la decisión de vender Ávoris, división que engloba tanto sus marcas de turoperación (Catai, Special Tours,

Quelonea, Jolidey, LePlan, LeSki y Jotelclick) como la red minorista (B the travel brand) y Évelop, entre otras empresas.

Barceló viene trabajando desde hace meses con un banco de negocio, según revelan fuentes del grupo mallorquín consultadas por este periódico, para desprenderse de Ávoris. Su pretensión es volver a centrarse en exclusiva en la hotelería y vender los turoperadores (Catai, Special Tours, Quelonea, Jolidey, LePlan, LeSki y Jotelclick), la red minorista (B the travel brand) y el transportista (Évelop). De culminarse finalmente, esta operación capitalizaría a Barceló Hotels para crecer en el negocio hotelero.

En respuesta a los rumores sobre una eventual fusión con Globalia o de sus respectivas redes minoristas, fuentes de los ambos grupos turísticos lo desmienten rotundamente. No obstante, hace dos meses se produjo una conversación, en ningún caso negociación, entre el CEO de Globalia, Javier Hidalgo, y el copresidente de Barceló, Simón Pedro Barceló. En

la misma, Barceló informó a Hidalgo de su decisión de vender Ávoris, por si en la estrategia de Globalia cabía alguna operación que agregase valor. Las conversaciones no

solo se refieren a las minoristas Halcón Viajes Ecuador y B the travel brand, sino al turoperador de Globalia, Travelplán, y las mayoristas de Ávoris.

Por su parte, preguntado sobre las negociaciones, el presidente de Globalia, Juan José Hidalgo, ni confirma ni desmiente la presunta fusión de Halcón Viajes Ecuador con la red minorista de Ávoris (Barceló Corporación), B the travel brand: "No sé nada", responde Hidalgo a NEXOTUR, "de esas cosas se ocupa Javier", en alusión a su hijo Javier Hidalgo, CEO de Globalia.

Compras anteriores

Cabe recordar que, en la recta final de 2017, Barceló adquirió dos empresas de Globalia. En octubre se hizo con el control de Latitudes, turoperador especializado en grandes viajes (ahora bajo el control de Catai Tours), por el que desembolsó cuatro millones de euros. Semanas después, anunció la compra de Halcón Viagens e Turismo (compuesta por 60 puntos de venta en Portugal), por la que Ávoris abonó 5,3 millones de euros.



El CEO de Globalia destaca que 'nuestro objetivo es crecer en todas nuestras unidades de negocio'

'En ningún caso las unidades de negocio de la compañía están en venta', aclara Javier Hidalgo

Ante los rumores sobre posibles negociaciones de fusión entre Globalia y Barceló, desmentidas por fuentes de ambas empresas consultadas por NEXOTUR, el CEO del primer grupo, Javier Hidalgo, se ha dirigido a sus trabajadores para lanzar un mensaje de tranquilidad.

Según puede avanzar este periódico, Hidalgo reconoce la existencia de conversaciones con otras empresas de Europa y Latinoamérica en busca de acuerdos que "complementen nuestro negocio, en ningún caso que resten". Asimismo, subraya que su

objetivo es "crecer en todas las unidades de negocio", lo que pretende conseguir mediante "alianzas, joint venture u otros modelos de colaboración".

No está en venta

En este sentido, hace referencia a los acuerdos rubricados en los últimos meses, afirmando que "consideramos que nuestro crecimiento pasa por esta vía". "En ningún caso las unidades de negocio de la compañía están en venta", sentencia el CEO de Globalia.



El CEO de Globalia, Javier Hidalgo.

Eduard Bogatyr, nuevo director de TUI Spain

Relevo en la dirección de TUI Spain. Eduard Bogatyr reemplaza en el cargo a Stefan Dapper, que ha decidido abandonar la empresa para buscar nuevos desafíos fuera de la empresa como CEO de Expertia Travel (Condor Travel y Nuevo Mundo Viajes), en Lima. Bogatyr se unió al turoperador en diciembre del año 2016 como director financiero.

Hotelbeds Group ya es entidad carbono neutro

Hotelbeds Group ha sido reconocido con el certificado de 'Organización de Carbono Neutro' por la Carbon Footprint Ltd, una organización independiente que acredita las mediciones de gestión de carbono y las mejores prácticas. "Nos enorgullece recibir la acreditación", asegura el presidente ejecutivo de Hotelbeds Group, Joan Vilà.

Unanimidad en la defensa del sistema concesional

El Seminario 'Hacia un verdadero transporte europeo por carretera', celebrado en Madrid en abril, ha puesto en evidencia el rechazo del Sector nacional (al menos de los representantes que participaron en el foro), y de sus Administraciones, a la liberalización del transporte de viajeros que propone la Comisión Europea en su 2º Paquete de Movilidad.

Ronda fusiona Turismo y Palacio de Congresos

Se fusionan las empresas Turismo de Ronda, S.A. y Ronda, Palacio de Congresos. La decisión se ha tomado, en primer lugar, por una mejora en el ámbito ejecutivo ya que ambas empresas tienen la misma sede, prácticamente el mismo personal y la sociedad del Palacio de Congresos está perdiendo sus medios propios. Y, segundo, no era operativo el contar con dos gerentes distintos.

Azul Marino Viajes adquiere el 100% de Viatges Iltrida y prevé facturar 70 millones en 2018

Se convierte en la sexta agencia por puntos de venta de España

Azul Marino Viajes ha suscrito un contrato de compra-venta por el 100% de las acciones de Viajes Iltrida, cuyas redes de atención a clientes, oficinas y plantilla quedarán integradas en su estructura. Además, absorbe al consolidador de cruceros Matx Cruceros y la online Viajar.org, entre otras páginas webs y aplicaciones.

Gracias a la operación, la división minorista del grupo vasco refuerza sus planes de expansión y se consolida como la sexta agencia

de viajes por puntos de venta propios en España. Hasta este momento, su red estaba formada por 30 oficinas, a las que se sumarán ahora otras 16 sucursales en Barcelona, Tarragona y Lleida, dos centros de empresas, el consolidador de cruceros y excursiones y la online.

Gran aumento de su facturación

De este modo, dispondrá de un total de 50 puntos de venta, 37 de los cuales serán vacacionales, ocho

dedicados a business travel, tres mayoristas, un receptivo y la online. Tras la adquisición de Iltrida, Azul Marino Viajes logrará aumentar sus previsiones de facturación para el año 2018 en un 35%.

Según avanza a NEXOTUR su consejero delegado, Juan del Hoyo, en conjunto, el grupo prevé alcanzar un volumen de negocio de 70 millones de euros. Se trataría de un espectacular aumento del 55% en comparación con los 45 millones que facturó en 2017.



La adquisición de Viatges Iltrida supone un nuevo impulso para el grupo vasco.

EL VALLE
IT'S NOT JUST AN AIRLINE. IT'S ISRAEL.

EL AL Israel Airlines presenta una nueva forma de volar desde Europa a Israel.

Mezcle y combine de una variedad de servicios su forma preferida de volar en clase económica y pague solo por su paquete de vuelo personalizado.



Equipaje de mano



Comida ligera



Tarjeta Matmid



Selección de asiento



Selección avanzada de asiento



Equipaje facturado



Cambio de billete



Cancelación de billete

ESTÁ EN SUS MANOS



AEPT analiza el innovar como eje del Turismo

Entender el papel que tienen los profesionales del Sector Turístico ante la innovación ha sido el objetivo principal de la mesa redonda que ha juntado a la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) con representantes de campus de Turismo de todo el mundo. Se han tratado temas como la adaptación al entorno, la cultura de calidad, la profesionalización del sector o la formación.

Aumenta el gasto en viajes durante el puente de mayo

El Turismo de 'sol y playa' en la costa mediterránea y los circuitos por Europa han sido los planes más buscados por los españoles para el puente de mayo. Según Viajes Carrefour, Estambul y Alemania son los destinos con mayor demanda. También destaca el aumento de reservas para viajar a los países de Europa del Este. El gasto medio por persona se amplía en varios puntos porcentuales.

El Aeropuerto Norte de Tenerife tendrá Sixt

Sixt continúa su expansión por España y anuncia la apertura de una nueva sucursal en el Aeropuerto de Tenerife Norte a partir del 1 de junio, coincidiendo con el inicio de la temporada estival. Turistas y clientes que viajen a Tenerife con parada en el Aeropuerto Norte de la isla (TFN) dispondrán de toda la oferta de productos y servicios de la compañía.

Celebrents gestiona más de 18.000 eventos

Celebrents cumple dos años de actividad con más de 18.000 eventos gestionados y un movimiento de negocios para los proveedores de cuatro millones de euros. El objetivo de la startup de gestión de espacios y servicios para eventos es alcanzar los 10 millones de euros solo en 2018. Por el momento, en los primeros cuatro meses del año se han generado 1,5 millones para las empresas.

Barceló alcanza un beneficio neto de 243 millones de euros en el ejercicio 2017, casi el doble que en 2016

La deuda financiera se reduce considerablemente y confían en 'reducirla aún más en los próximos meses'

Año histórico para el grupo Barceló. Su beneficio neto se eleva a 243,2 millones en 2017, casi el doble que en 2016, mientras que su cifra de negocio se dispara un 40%, alcanzando los

4.313 millones. "Esperamos que en 2018 podamos superar los magníficos resultados obtenidos en 2017", avanzan sus presidentes. En relación a Ávoris, la división de viajes que engloba

su red minorista (B the travel brand), su división de turoperadores y su compañía aérea (Evelop), entre otras líneas de negocio, su cifra de negocio se eleva cerca de un 19%.

Barceló logra en el ejercicio de 2017 un beneficio neto de 243,2 millones de euros, prácticamente el doble que los 125,4 millones que ganó en 2016. Se trata de una cifra récord en la historia del grupo turístico, si bien cabe recordar que, además de la "magnífica evolución de los negocios", ha tenido una clara influencia "la venta a Hispania de nuestro 24% en Bay Hotels", como reconoció en declaraciones a NEXOTUR su presidente, Simón Pedro Barceló Vadell.

El resultado ha mejorado en todas las áreas de negocio. La facturación bruta asciende a 4.313 millones de euros, un 40% superior a la alcanzada en 2016, cuando llegó a 3.082 millones. El Ebitda también experimenta un notable crecimiento del 46,4%, hasta los 495,6 millones de euros, frente a los 338,6 millones del ejercicio anterior.

A pesar de haber invertido un total de 214,1 millones de euros en diversos proyectos, la mayor parte destinada a adquisiciones o mejoras de la planta hotelera, la deuda financiera disminuye considerablemente, pasando en un año de 494,8 millones a 330,7 millones. Además, sus presidentes, Simón Barceló Tous y Simón Pedro Barceló Vadell, confían en "reducirla aún más en los próximos meses".

De cara al ejercicio de 2018, el objetivo del grupo Barceló es llegar a un Ebitda de aproximadamente 371 millones de euros y a un beneficio neto de 180 millones de euros. "Esperamos que 2018 continúe por la senda positiva de los últimos ejercicios y podamos superar los magníficos resultados obtenidos en el año 2017", subrayan sus presidentes.

Objetivos para 2018

En relación a Ávoris, la división de viajes que engloba su red minorista (B the travel brand), su división de turoperadores y su compañía aérea (Evelop), entre otras líneas de negocio, su cifra de negocio se eleva cerca de un 19%, ascendiendo a

un total de 1.825 millones de euros. Según destacan desde el grupo turístico, el ejercicio de 2017 "ha venido a consolidar el importante crecimiento experimentado por Ávoris en los últimos años, fruto de la diversificación de actividades, la fuerte implantación de su red comercial, sumado a su plan de expansión internacional".

Diez nuevos hoteles

Por su parte, la cadena hotelera ha abierto 10 nuevos establecimientos y 2.520 habitaciones durante el pasado año. A pesar de que la cifra no es muy elevada estas aperturas han tenido lugar en puntos relevantes de la geografía, como la entrada de la cadena en Ciudad de México, una de las capitales latinoamericanas más importantes. Otro gran paso de la cadena es su estreno en un mer-

cado con un gran potencial de crecimiento como son los Emiratos Árabes Unidos. El segundo cinco estrellas en pleno corazón de Madrid también es un paso importante en su consolidación en el país.

En lo que va de año ya se han producido nueve nuevas aperturas, cinco en Estados Unidos, una en Turquía y tres en España; esto ha generado un portfolio de 244 hoteles y 53.668 habitaciones en 21 países.

Los hoteles que lideran el mercado europeo y de la Cuenca Mediterránea son España, con una cuota del 52%; Reino Unido, con un 19%; y con un 5%, Alemania; todos ellos han incrementado un 14%, 1% y 6% respectivamente. Estados Unidos, con un cupo del 33%; México con un 23%; y con un 12%, Costa Rica; lideran el mercado latinoamericano con aumentos del 20%, 1% y 2% en 2017.



La cifra de negocio de Ávoris se sitúa en 1.825 millones de euros.

Ávoris pagó algo más de nueve millones a Globalia por Latitudes y Halcón Viagens e Turismo

Catai y Special Tours fueron las dos grandes operaciones que realizó en 2016

El Grupo Barceló revela en su memoria anual cuánto pagó a Globalia por las dos marcas que se integraron en Ávoris, su división minorista. En el caso de Latitudes, turoperador especializado en grandes viajes y ahora bajo el control de Catai, el coste de la operación, anunciada en el pasado mes de octubre, fue de cuatro millones de euros. Como avanzó el periódico NEXOTUR, a pesar de haber pasado a manos de su principal competidor, el plan para esta marca era que siga nutriendo en exclusiva a la división minorista de Globalia.

Mientras tanto, por Halcón Viagens e Turismo, Ávoris abonó un total de 5,3 millones de euros. La red minorista, cuya adquisición se formalizó el pasado mes de noviembre, estaba com-

puesta por 60 puntos de venta, 40 de ellos franquicias, y tenía en plantilla a 54 personas.

Cabe recordar que en 2016 Barceló reforzó su división de viajes con dos grandes operaciones. En abril se hizo con el control de Special Tours por un importe de 47,1 millones de euros (43,9 millones netos de caja adquirida); de los cuales se pagaron 11,7 millones en dicho ejercicio y 32,2 millones están aplazados.

Pagos aplazados

Seis meses después, en octubre del mismo año, procedió a la compra de la totalidad de las acciones de Catai. En la memoria de 2016 publicó que el coste de la combinación de negocios de dicha operación fue de 47,3 millo-



Catai compró Latitudes en octubre.

nes de euros, si bien en el último documento la cifra se rebaja a 44 millones, de los cuales 5,1 millo-

nes ya abonó en el momento de la operación y los 38,9 millones restantes están aplazados.

Europa fija un precio para obtener ETIAS

El Parlamento y el Consejo Europeo han llegado a un acuerdo final sobre la propuesta de la Comisión Europea para establecer un Sistema Europeo de Información y Autorización de Viaje (ETIAS, por sus siglas en inglés). El sistema se aplicará a los nacionales de terceros países exentos de visado que deberán presentar una solicitud *online*, que tendrá un coste de siete euros.

Europa Viajes se reúne con sus asociados en mayo

El Grupo Europa Viajes pone en marcha este mes una ronda de encuentros. Las reuniones, las primeras tras la reciente reelección de Rafael Calderón como presidente, arrancarán el 15 de mayo en Santiago de Compostela, continuando el 16 en Madrid, el 17 en Barcelona, el 22 en Valencia y el 30 en Sevilla. Se llevarán a cabo acciones formativas sobre herramientas tecnológicas.

Los conductores valoran la seguridad en el vehículo

El 76% de los conductores españoles encuestados por Goldcar estaría dispuesto a pagar más para adquirir un coche con mayor conectividad si este proporciona una conducción más segura. El 84% considera el vehículo conectado un verdadero progreso tecnológico en términos de seguridad. El 83% muestra una total confianza en la tecnología como elemento facilitador de la conducción.

Madrid Destino acoge más de 430 eventos en 2017

Las distintas instalaciones municipales que gestiona la empresa Madrid Destino han acogido la celebración de un total de 434 eventos durante el año 2017, un 2% más que en 2016, con la asistencia de más de 1.700.000 personas. El Palacio Municipal de Congresos de Madrid ha sido la sede referente para los grandes congresos y reuniones profesionales.

Geomoon lanza un comparador hotelero de uso exclusivo para todos sus asociados

Los asociados cuentan con el apoyo de un departamento de soporte

Geomoon pone en funcionamiento un comparador hotelero para sus 160 agencias asociadas. Geoclick Hoteles permite obtener, en una sola búsqueda, los resultados de los principales bancos de camas del país.

Esta nueva solución, que complementa al consolidador aéreo y ferroviario lanzado hace ahora un año, "constituye una herramienta fundamental para el agente de viajes, quien decide, en todo momento, con total autonomía y con los resultados que le proporcio-

na el comparador, qué quiere vender y a qué proveedor", subrayan desde Globalia.

Con un alcance de más de dos millones de establecimientos, conecta al instante con cada proveedor, suministrando la disponibilidad real, fiable y sin cacheos. Entre otras ventajas, Geoclick Hoteles está preparado para ofrecer precios netos y obtener múltiples resultados en una sola búsqueda. Además, posibilita hacer reservas desde cualquier dispositivo a cualquier hora del día.

"La puesta en marcha de esta nueva herramienta refuerza la apuesta de Geomoon por conferir a sus agencias el valor añadido necesario que les permita ser cada vez más competitivas en el mercado, mejorando sus resultados y manteniendo siempre la independencia y la libertad de gestión", destacan desde el grupo turístico. Para lograr una correcta adaptación, los asociados cuentan con el apoyo de un departamento de soporte comercial especializado.



La división de Globalia ya tenía un consolidador aéreo y ferroviario.



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.

Travelport aumenta un 4% sus ingresos netos

La facturación de Travelport en el primer trimestre ha aumentado un 4%, alcanzando los 565,6 millones de euros (678 millones de dólares). El beneficio neto de la empresa entre enero y marzo también ha subido un 6%, hasta los 49,2 millones de euros (59 millones de dólares), aunque el Ebitda ajustado ha decrecido un 9%, quedando en 124,3 millones de euros (154 millones de dólares).

Eroski se hace con el contrato de la CNMC

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha formalizado el contrato de servicio de agencias de viajes para el personal funcionario y laboral de las sedes de Madrid y Barcelona. Viajes Eroski se ha impuesto a las otras cinco agencias que presentaron ofertas. En septiembre, la CNMC se incorporará al lote 2 del CORA, en manos de Halcón Viajes.

Aevis celebra que Sevilla acoja la cumbre WTTC

"La elección de Sevilla viene a confirmar, una vez más, la creciente importancia de nuestra ciudad dentro del panorama turístico internacional", asegura el presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla (Aevis), José Manuel Lastra, sobre la elección de la capital andaluza como sede de la cumbre de la World Travel & Tourism Council (WTTC) en octubre de 2019.

Summerwind abre dos sedes en Perú y Colombia

La división de Summerwind en Latinoamérica abre dos sedes más en Perú y en Colombia, sumando así 12 en el continente. "Nuestro objetivo es ser el primer GSA de Latinoamérica en 2020", explica el director ejecutivo de la empresa para Estados Unidos y Latam, Antonio López Lázaro. Antes de 2020, el operador prevé abrir seis nuevas sedes en países de la región.

CEOE presiona al Gobierno para que se limite la responsabilidad de la agencia

CEAV critica dos enmiendas de CEOE a la nueva Directiva de Viajes Combinados

El Consejo de Turismo de CEOE se suma a las críticas al proyecto de transposición de la Directiva de Viajes Combinados. Su pretensión es que se acote la respon-

sabilidad de las agencias de viajes a su ámbito de actuación, tal y como han venido reclamando las principales Organizaciones empresariales del Sector.

El Consejo de Turismo de CEOE traslada al Gobierno sus discrepancias en relación a algunos de los cambios recogidos en la transposición de la Directiva de Viajes Combinados. Al igual que CEAV y la Asociación Catalana de Agencias de Viajes (ACAVE), el lobby que preside Joan Gaspart dedica especial atención en sus enmiendas al proyecto de Ley, que previsiblemente se someterá a votación en el Congreso de los Diputados en las próximas semanas, a las exigencias adicionales incluidas.

En el documento, en cuya elaboración ha jugado un papel crucial la Federación Territorial de Asociaciones Empresariales de Agencias de Viajes (FETAIVE), se propone que se acote la responsabilidad de las agencias a su ámbito de actuación, haciendo distinción entre los servicios proporcionados por las propias minoristas y los que recaen en terceras empresas. CEOE también muestra su disconformidad con la inclusión de una garantía adicional que cubra los incumplimientos contractuales del viaje combinado. En cuanto a la efectividad y alcance de la garantía frente a la insolvencia, solicita que ésta sea acorde a las responsabilidades y obligaciones de cada organizador o minorista.

Otra de las propuestas remitidas al Gobierno es la modificación del artículo en el que se deja al margen de la nueva Ley de Viajes Combinados a los 'paquetes' que se faciliten, de manera ocasional y sin ánimo de lucro. Lo que sugiere al respecto es que se aclare que esta opción es únicamente válida para un grupo limitado de viajeros unidos entre sí por un vínculo de carácter cultural, laboral o asociativo, buscando así minimizar el riesgo de intrusismo.

CEAV se opone

CEAV, por su parte, ha mostrado su oposición a algunas de las enmiendas presentadas por el Consejo de Turismo de la CEOE, a propuesta de FETAIVE, al proyecto de transposición de la Directiva de Viajes Combinados. La Confederación advierte que varias de las propuestas re-



CEOE quiere minimizar el riesgo de intrusismo.

cogidas en el documento "son contrarias al objetivo de la norma y potencialmente perjudiciales para los propios consumidores".

Según recuerda, una de sus principales reivindicaciones ha sido, desde el primer momento, la eliminación de la doble garantía para las agencias de viajes (insolvencia y correcta prestación del servicio). Por el contrario, el Consejo de Turismo de CEOE "no sólo no solicitan su supresión total, sino que únicamente en el apartado 14 propone un reparto de responsabilidades entre mayoristas y minoristas".

Por otro lado, CEAV remarca que el propósito de la nueva Directiva de Viajes Combinados "es proteger al consumidor frente a todas las situaciones posibles y garantizar sus derechos incluso frente a posibles quiebras de las compañías aéreas, que son las que realmente han afectado a los consumidores de forma masiva". Por este motivo, su gerente, Mercedes Tejero, asegura "no entender que en su enmienda 16 la CEOE, y sobre todo FETAIVE, excluya de la obligación de constituir la garantía de quiebra o insolvencia en los viajes vinculados a las líneas aéreas".

Al respecto, en el documento se argumenta que las compañías aéreas ya están obligadas por el Reglamento UE 261". Sin embargo, Tejero aclara que "esta norma

sólo hace referencia a casos de *overbooking*, retrasos o cancelaciones de vuelos". "Se trata de una idea contraria al espíritu con el que surgió la Directiva de Viajes Combinados que, además, pone en riesgo los derechos de los consumidores", añade la gerente de CEAV.

Después del verano

Como avanzó NEXOTUR, el Consejo de Ministros dio luz verde el pasado mes de marzo a propuesta de la ministra de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Dolors Montserrat, al proyecto de Ley por el que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, con objeto de transponer la Directiva de Viajes Combinados. El texto, que no ha sufrido cambios respecto al anteproyecto aprobado en noviembre de 2017 a pesar de las múltiples alegaciones presentadas por las Organizaciones empresariales, previsiblemente entrará en vigor una vez finalizada la temporada de verano.

Y además, una vez aprobado a nivel estatal, cada una de las 17 Comunidades autónomas deberá modificar sus legislaciones, al estar transferidas a las mismas las competencias de Turismo. Si bien, debido a la falta de tiempo, lo previsible es que no introduzcan cambios en el texto.



Hizo entrega de los premios Protagonistas del Mar 2018.

Costa Cruceros celebra su 70 aniversario con 1.800 agentes

Costa Cruceros ha celebrado la vigésima quinta edición de Protagonistas del Mar, evento que reconoce la labor de los agentes de viajes. Del 2 al 5 de mayo, más de 1.800 *partners* de la compañía naviera procedentes de 32 países se han dado cita en el Costa Favolosa, disfrutando todos ellos de innovadoras actividades, reuniones con directivos, presentaciones de las últimas novedades de Costa y un atractivo programa de visitas a destinos como Savona y Marsella.

Uno de los momentos clave fue la entrega de los premios Protagonistas del Mar 2018, unos galardones que premian la labor de los agentes de viajes a lo largo de 2017. La gala, conducida por Natasha Stefanenko, una de las presentadoras y actrices más populares de la televisión italiana, contó con la presencia del director general de Costa Crociere, Neil Palomba; el vicepresidente senior de ventas mundiales, Massimo Brancalonei; el director creativo del Costa Smeralda, Adam Tihany; y el director general de Costa Cruceros para España y Portugal, Raffaele D'Ambrosio.

Celebra sus 70 años

Esta edición tiene un significado especial porque coincide con el 70º aniversario de la compañía italiana. Además celebrar esta efeméride con una cena de gala y fiesta posterior, Costa ha querido mostrar su visión de futuro con la presentación de las últimas novedades del Costa Smeralda,

el primer barco de crucero propulsado por Gas Natural Licuado. Según avanza el grupo, se convertirá en su nuevo buque insignia y está siendo construido con decoración y mobiliario de empresas de diseño italiano de primer nivel, así como con la última tecnología de display y entretenimiento.

Gracias a la realidad virtual, numerosos asistentes han podido conocer cómo serán diferentes partes del barco como las piscinas con balcones, las cubiertas exteriores, el Colosseo, los camarotes con doble balcón hacia el mar, el restaurante Arlecchino o la terraza y bar Superba. Y a través de una conexión en directo con los astilleros en Turku (Finlandia), los 1.800 agentes pudieron asistir a diferentes momentos dentro del proceso de construcción.

El agente, principal aliado

En palabras de D'Ambrosio, "2018 es un año muy especial para nosotros". "Celebramos nuestro 70º aniversario y nos sentimos muy felices de poder seguir celebrando nuestro éxito con nuestros principales aliados, los agentes de viajes", subraya. Además, afirma que "continuamos con nuestra estrategia de ser verdaderos socios tecnológicos y estratégicos de las agencias, lo que estamos seguros nos ayudará a seguir cosechando éxitos en el futuro y a seguir aprovechando todas las oportunidades que tenemos por delante".

Pangea The Travel Store desborda expectativas

Pangea cumple los plazos que se fijó y desembarca en Barcelona con la que asegura que es "la tienda de viajes más grande del mundo". La 'megastore' ha desbordado expectativas, recibiendo en los tres primeros días más de 17.000 visitantes. Está ubicada en el antiguo cine Club Coliseum (Rambla de Catalunya 23), ocupando un espacio de 1.700 metros cuadrados.

Valencia por el Turismo de reuniones internacional

La Comunidad Valenciana tiene en el Turismo de reuniones uno de sus productos turísticos más importantes, como destaca la Agencia Valenciana del Turismo en su estrategia para el desarrollo e impulso de programas de producto turístico CreaTurisme. Y en 2018 pone el foco en la promoción de su oferta congresual intensificando su presencia en los principales encuentros internacionales.

Sixt amplía flota Premium con Porsche Cayenne S

Sixt ha ampliado su flota Premium con el Porsche Cayenne S Diesel. Exclusividad, elegancia y deportividad para los clientes de Sixt en sus oficinas de Madrid y Barcelona, aunque también se puede alquilar en cualquier sucursal de España bajo pedido. La amplitud y comodidad de un SUV Premium de gran tamaño se conjugan en este modelo con una exquisita puesta a punto del chasis.

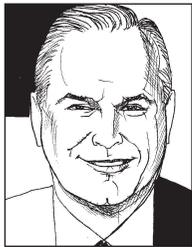
Cathay Pacific presenta sala VIP en Hong Kong

Cathay Pacific ha abierto recientemente The Deck, la nueva sala VIP que la compañía aérea ha creado en el Aeropuerto Internacional de Hong Kong a sus clientes para que puedan relajarse antes de su vuelo. Ubicada cerca de la puerta 16 en la Terminal, The Deck tiene unas dimensiones de 823 metros cuadrados con capacidad para 180 pasajeros.

Crece las ventas de Carlson Wagonlit Travel hasta 23.200 millones de dólares en 2017

El total de transacciones realizadas ha alcanzado las 60 millones, un 1,5% más que en el año anterior

Carlson Wagonlit Travel (CWT) ha anunciado sus resultados del ejercicio de 2017 —el primero completo tras implantar su estrategia 3.0— con un volumen total de ventas de 23.200 millones de dólares en todo el mundo, lo que supone un 3,6% más que el año anterior. El total de transacciones realizadas ha alcanzado las 60 millones, un 1,5% más que en 2016.



Kurt Ekert

"2017 ha sido el año en que nuestra estrategia de transformación digital, CWT 3.0, ha comenzado a alimentar los números", ha señalado el presidente y CEO de CWT, Kurt Ekert. "Nuestros resultados del ejercicio de 2017 muestran que nuestra estrategia está funcionando", ha añadido Ekert. De esta manera, también ha destacado el volumen alcanzado por nuevas ven-

tas, llegando a 1.700 millones de dólares por este concepto.

Resultados por divisiones

Del balance del año CWT ha resaltado la inversión en tecnología, que ha crecido un 61%, lo que le ha permitido el desarrollo de la nueva plataforma tecnológica myCWT y el lanzamiento de RoomIt by CWT. En este sentido, el crecimiento interanual de los ingresos hoteleros en 2017 ha sido del 13%, "lo

que subraya la importancia de un mejor contenido y la capacidad de reserva de hoteles", han señalado desde la compañía.

En CWT Energy, Resources & Marine, la división de la empresa para los sectores de la energía, recursos naturales y marinos, los ingresos en 2017 se han mantenido estables en comparación con el año anterior, ya que las condiciones de la industria han comenzado a recuperarse. Por su parte, CWT Meetings & Events ha aumentado

su facturación un 6% organizando casi 38.500 reuniones y eventos (alrededor de 105 por día), un 10% más que en 2016.

CWT Solutions Group, la división de consultoría de la compañía, ha incrementado sus ingresos un 11,9% durante el 2017 y entre sus desarrollos durante el año ha destacado el lanzamiento de una versión en mandarín de CWT AnalytIQs, el producto de inteligencia de negocios y reporte para gerentes de viajes.



ÚNETE A UNO DE LOS GRUPOS DE AGENCIAS DE VIAJES MÁS IMPORTANTE Y HAZ VOLAR TU EMPRESA

<p>Mejora de la rentabilidad</p> <p>de la agencia gracias a nuestra tecnología y negociaciones</p>	<p>+5%</p> <p>aumento de la productividad gracias a nuestra tecnología</p>	<p>Central de reservas</p> <p>avión, tren y barco con tarifas especiales negociadas</p>	<p>Negociación con proveedores</p> <p>consiguiendo las mejores condiciones del mercado</p>	<p>24 h</p> <p>servicio 24 horas para ti y para tus clientes corporativos</p>
<p>+38</p> <p>años de experiencia y un equipo de 25 profesionales</p>	<p>Formación continua</p> <p>Disponemos de cientos de cursos de formación para que estés al día</p>	<p>Asesoramiento para tu empresa</p> <p>constante para que tu empresa esté a otro nivel</p>	<p>Herramientas de marketing</p> <p>y tecnológicas para la captación de clientes e incremento de ventas</p>	<p>Desde 1980</p> <p>grupo vacacional y corporativo pionero a nivel nacional</p>

93 655 65 55

expansion@avasa.com

www.grupoavasa.com

Eva Blasco regresa a la vicepresidencia de ECTAA

La consejera delegada de Europa Travel y vicepresidenta de Relaciones Internacionales de CEAV, Eva Blasco, volverá a ostentar los dos próximos años la vicepresidencia de la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA). Lo hará en representación de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), única Organización española en ECTAA.

Catai amplía su producto junto a Imaginarium

Imaginarium y Catai unen su experiencia en sus respectivos sectores para ofrecer una propuesta exclusiva enfocada al Turismo familiar. Han creado la línea Viajes Imaginarium by Catai, que consiste en viajes en grupo tematizados con animación y diseñados para fomentar los vínculos entre padres e hijos, fomentar el aprendizaje y la diversión a través de la experiencia.

La red comercial de Soltour se da cita en su congreso

El Sunlight Bahía Príncipe Coral Playa de Mallorca ha albergado del 2 al 4 de mayo el congreso anual del Soltour, en el que se ha dado cita una veintena de integrantes de la red comercial, así como varios miembros de la dirección del Grupo Piñero, al que pertenece el turoperador. La consejera delegada, Encarna Piñero, destaca que "un año más, hacemos una valoración muy positiva".

GEA aconseja comprar en agencias tradicionales

La productora del Grupo GEA, GEA Travelmedia, ha realizado una campaña publicitaria para promover la compra en agencias de viajes tradicionales. En el vídeo, enviado a todas sus agencias y colgado en el canal de Youtube del Grupo comercial, se invita al consumidor final a efectuar sus reservas en puntos de venta físicos, resaltando la profesionalidad y especialización.

El paro turístico, en el nivel más bajo de la década en un arranque de año

El porcentaje de asalariados sigue aumentando y representa más del 80%

La tasa de paro en Turismo se sitúa en su nivel más bajo desde el estallido de la crisis económica. Cae hasta el 15,2% en el primer trimestre de 2018, fren-

te al 16,6% registrado en los mismos meses de hace un año. El número de ocupados aumenta un 3,8%, con un fuerte repunte del empleo asalariado.

Gran arranque de año para el empleo turístico. Según los datos de la última Encuesta de Población Activa (EPA), en el primer trimestre de 2018 se ha alcanzado la cifra de 2,4 millones de ocupados vinculados al Turismo, lo que supone un aumento interanual del 3,6%, con 84.974 trabajadores más que en el mismo periodo del ejercicio anterior.

El porcentaje de parados sobre activos también mejora en comparación con el inicio de 2017. La tasa de paro registrada entre enero y marzo es del 15,2%, frente al 16,6% de hace un año, cuando se produjo una subida de 1,1 puntos porcentuales. Se trata, además, del nivel más bajo de la última década. En la economía nacional el porcentaje es del 16,7%, 2,1 puntos porcentuales por debajo de 2017.

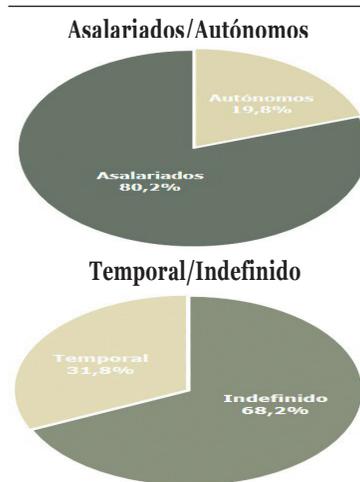
En función del tipo de contrato, llama la atención el fuerte incremento del 3,8% de los ocupados asalariados, que ascienden a 1,9 millones.

Este colectivo experimenta una expansión continua desde el tercer trimestre de 2013. La tasa de asalarización (asalariados/ocupados) es del 80,2%, superior en 0,2 puntos a la del primer trimestre de 2017. En la economía española, el porcentaje es ligeramente superior (83,7%).

Aumento asalariados

Otro dato destacable es el aumento tanto de los asalariados con contrato indefinido como de los que poseen contrato temporal. Los primeros muestran una tendencia al alza desde el segundo trimestre de 2014, experimentando un repunte del 4,8% en el último periodo analizado, con un peso del 68,2%. Los segundos, por su parte, suben un 1,9%, tasa menos acentuada que la de los trimestres previos.

En relación al tipo de jornada, los asalariados con jornada completa representan el 72,4% del total, cre-



Fuente: INE. © NEXOTUR

ciendo un 4,3% en relación al arranque de 2017. Aquellos con jornada a tiempo parcial aumentan un 2,7%, representando el 27,6% restante. Finalmente, el número de autónomos crece un 2,7%, hasta los 479.335.

Viajes El Corte Inglés ensalza el valor de la conexión NDC

Viajes El Corte Inglés vuelve a tomar la delantera y anuncia su adhesión a la conexión New Distribution Capability (NDC). La red líder del mercado español ha llegado a un acuerdo con Air France-KLM que le permitirá "comercializar los productos y servicios de ambas compañías aéreas con las ventajas que aporta dicho sistema", destacan desde la empresa.

De esta forma, las reservas realizadas por sus más de 600 puntos de venta esquivarán el suplemento de 11 euros por reserva realizada a través de canales que no utilicen el citado protocolo tecnológico. Según subrayan desde la agencia, "este modelo de comercialización mejora la comunicación entre aerolíneas y agentes de viajes", además de "facilitar el acceso a contenidos mucho más completos del inventario y servicios que ofrecen las compañías aéreas, con un proceso de compra que permite una mejor diferenciación de producto con un menor tiempo de lanzamiento al mercado".



Miguel A. de la Mata

Los equipos directivos de Air France-KLM y Viajes El Corte Inglés afirman estar "muy satisfechos" con el acuerdo alcanzado ya que reafirma su "firme apuesta por ofrecer las tecnologías más innovadoras y eficaces, siempre con el objetivo de prestar el mejor servicio a sus clientes", concluyen.

Acuerdo similar

Como publicó NEXOTUR, Viajes El Corte Inglés suscribió un acuerdo similar con Iberia y British Airways. En concreto, anunció en octubre, un mes antes de la entrada en vigor del suplemento del recargo de 9,5 euros por componente de tarifa, su incorporación al proyecto NDC, lo que le garantizaba tener acceso, tanto en España como en el resto de sus oficinas situadas en otros países del mundo, a todos los productos y servicios de ambas aerolíneas "con las ventajas que aporta este sistema".

Las reservas realizadas por las agencias de viajes en Amadeus aumentan casi un 4% hasta marzo

‘Seguimos garantizando y ampliando la disponibilidad de contenido’, afirma su consejero delegado

Amadeus esquiva la amenaza del New Distribution Capability (NDC) y mantiene una tendencia al alza en el negocio de la distribución aérea, si bien sufre una ligera ralentización como consecuencia del adelanto de la Semana Santa y el impacto de los tipos de cambio. Las reservas realizadas por las agencias de viajes a través de su sistema aumentan en los tres primeros meses un 3,7%, ascendiendo a 160 millones de euros.

De las regiones en las que opera, solo muestra una evolución negativa en Europa Occidental, su mercado principal, y en Oriente Medio y África. En el primero su volumen de reservas cae un 6,6%, hasta 56,3 millones de euros, mientras que en el segundo lo hace un 0,9%, hasta 17,8 millones. En el lado opuesto figuran Asia-Pacífico, cen-

tro, este y sur de Europa y Norteamérica, que registran incrementos del 18,3%, 13,1% y 9,8%, respectivamente.

En palabras del consejero delegado de Amadeus, Luis Maroto, "los volúmenes de reservas aéreas en nuestro negocio de distribución aumentaron a un ritmo constante". "Además, seguimos garantizando y ampliando la disponibilidad de contenido para nuestros clientes mediante la firma o renovación de acuerdos de distribución con nueve aerolíneas", añade Maroto.

Nuevos acuerdos

En el primer trimestre de 2018, Amadeus ha firmado nueve nuevos contratos o renovaciones de acuerdos de distribución con aerolíneas,

entre ellas Eva Air, Uni Airways y la nueva aerolínea híbrida Cobaltair. Actualmente, los usuarios de su sistema tienen acceso al contenido de más de 110 aerolíneas híbridas y de 'bajo coste' en todo el mundo. En los tres primeros meses del año, las reservas de aerolíneas de bajo coste e híbridas aumentaron un 11%.

Además, sus soluciones de comercialización siguen captando nuevos clientes. Entre enero y marzo, cinco compañías aéreas han contratado la solución Amadeus Airline Ancillary Services para el canal indirecto, mientras que seis han hecho lo propio con Amadeus Fare Families, entre ellas Virgin Atlantic. En total, al cierre de marzo, 148 aerolíneas disponían de Amadeus Airline Ancillary Services (120 de las cuales ya la habían implantado) y 72

Amadeus Fare Families (ya implantada por 57 de ellas).

Mayores beneficios

Otro de los hechos destacables del primer trimestre es la rúbrica de un contrato con Air France KLM para posibilitar un canal de distribución privado. Gracias a este acuerdo, los distribuidores de viajes usuarios de Amadeus que hayan formalizado un acuerdo con el grupo aéreo pueden acceder al contenido sin el recargo adicional, que comenzó a cobrarse en abril de 2018 a todas aquellas reservas no realizadas a través de conexiones NDC o de forma directa.

En conjunto, Amadeus ha conseguido en el primer trimestre un beneficio ajustado de 305,6 millones de euros, lo que representa un



El consejero delegado de Amadeus, Luis Maroto.

aumento interanual del 4,3%. Sus ingresos crecen un 3,1%, hasta alcanzar los 1.230 millones, mientras que el Ebitda sube un 7,4%, hasta los 539 millones de euros.

Europcar compra la marca Scooty a través de Ubeeqo

El Grupo Europcar ha adquirido Poleis Consulting y su marca Scooty, una *start-up* de uso compartido de scooters eléctricos. La operación se ha realizado a través de Ubeeqo. Esta compra supone un paso más en el objetivo del grupo de convertirse en un líder mundial en soluciones de movilidad al ofrecer nuevos servicios de movilidad que se adaptan a las necesidades de sus clientes.

Semejora comercialización de las ferias españolas

El presidente del Consejo General de Agentes Comerciales de España (CGAC), Manuel Maestre, y el presidente de la Asociación de Ferias Españolas (AFE), Xabier Basañez, han alcanzado recientemente un acuerdo de colaboración para ayudar a los expositores de todas las instituciones feriales asociadas a la AFE a potenciar sus ventas de la mano de agentes comerciales colegiados.

San Fernando eliminará las tasas de uso de Congresos

El Ayuntamiento de San Fernando (Cádiz) elimina las tasas municipales por la utilización de las aulas y salas de exposición del Centro de Congresos Cortes de la Real Isla de León, y de los edificios de la Casa de la Cultura y el Castillo de San Romualdo, una medida propuesta que persigue "potenciar y fomentar la actividad económica y la transformación de la ciudad a través de la cultura".

Lufthansa incorporará nuevos asientos en 2019

Lufthansa Group ha presentado los nuevos asientos que se instalarán en los nuevos aviones de la familia Airbus A320 que recibirá a partir de 2019. Entre las novedades se encuentran una mejor distribución ergonómica de la presión y un tapizado del asiento completamente estructurado. Por primera vez, Lufthansa, Swiss y Austrian Airlines van a introducir asientos estandarizados.

El foro Folatur advierte de los 'graves efectos anticompetitivos' del NDC desarrollado por IATA

El foro acusa a las compañías aéreas de 'entorpecer la existencia de un sistema operado por terceros'

El Foro Latinoamericano de Turismo (Folatur) se suma a las críticas contra el proyecto New Distribution Capability (NDC) de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA). "Primero fue Lufthansa, después International Airlines Group (IAG) (Iberia y British Airways), en abril Air France-KLM y el día de mañana es de imaginar que serán el res-



Paula Cortés

to de las aerolíneas asociadas al *lobby* aéreo las que discriminen a las agencias con un recargo por emitir billetes a través de los GDS", lamenta.

La organización, integrada por Asociaciones de agencias de viajes y turoperadores de 11 países de América Latina, advierte que con "el nuevo sistema de distribución mundial de tarifas aéreas que quiere imponer

IATA", el principio de transparencia "que protege el sistema actual estaría condicionado a los intereses de una de las partes, en este caso, las grandes líneas aéreas". En esta línea, afirma que la nueva estrategia ligada al NDC "puede generar graves efectos competitivos".

Falta de transparencia

Según argumenta, lo que pretenden las compañías aéreas es "entorpecer la existencia de un siste-

ma centralizado de información, cotización y venta, operado por un tercero independiente, con el efecto de obstaculizar la transparencia en la oferta y distribución independiente de billetes aéreos". Asimismo, avisa que "el hecho que las agencias de viajes se vean obligadas a acceder directamente al 'portal' de cualquier línea aérea, trae importantes riesgos respecto de la confidencialidad de datos privados de los pasajeros, peligro de discriminación al canal de distribución y

falta de transparencia en la oferta existente para dicho mercado".

Folatur apunta que todas estas alegaciones fueron presentadas ante el Departamento de Transportes de Estados Unidos (DOT) en el proceso de aprobación del NDC. El citado organismo impuso determinadas condiciones para aprobar la resolución, algunas de las cuales "no han sido respetadas por los asociados de IATA", como es la no discriminación de los canales indirectos, denuncia la entidad.

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

Alojamiento rural en la 'website' de Ruralmind



Ruralmind presenta una página web en la que informa sobre alojamientos y otras actividades de Turismo Rural, incluyendo un sencillo sistema de reservas y de gestión de regalos, pero no está disponible para las agencias de viajes.

tos y otras actividades de Turismo Rural, incluyendo un sencillo sistema de reservas y de gestión de regalos, pero no está disponible para las agencias de viajes.

Nueva versión 'online' de la página web de Ouibus



Ouibus presenta una nueva versión de su web con diseño *responsive*, que mantiene una amplia información sobre sus destinos en Europa, vuelve a incluir un área de ayuda al viajero y mantiene la gestión de reservas, que no es válida para las agencias.

mantiene una amplia información sobre sus destinos en Europa, vuelve a incluir un área de ayuda al viajero y mantiene la gestión de reservas, que no es válida para las agencias.

Benintern presenta una nueva página 'responsive'



Beninter presenta una nueva versión *responsive* de su página que sigue ofreciendo una completa información y una fácil gestión de reservas de apartamentos en Benidorm, pero ya no incluye hoteles, traslados ni otros servicios en la zona.

Beninter presenta una nueva versión *responsive* de su página que sigue ofreciendo una completa información y una fácil gestión de reservas de apartamentos en Benidorm, pero ya no incluye hoteles, traslados ni otros servicios en la zona.

Congresos en España en Spain Convention Bureau



En Spain Convention Bureau presenta una nueva página *responsive* en la que describe las ventajas que ofrece nuestro país a los organizadores de eventos y una completa información de los 56 destinos españoles para congresos.

En Spain Convention Bureau presenta una nueva página *responsive* en la que describe las ventajas que ofrece nuestro país a los organizadores de eventos y una completa información de los 56 destinos españoles para congresos.



Aunque de momento no está en español, ya se puede descargar.

FlixBus le da la mano a Google Assistant con FlixBus Action

Con el Asistente de Google, los usuarios de FlixBus pueden acceder de forma rápida y sencilla a la información sobre conexiones, horarios y precios actuales con solo preguntar. Una vez que se ha encontrado el trayecto adecuado, los clientes pueden reservar su billete con control por voz.

FlixBus Action se lanzará inicialmente en inglés, francés y alemán. Esto se une a que, desde marzo de 2017, la red internacional de rutas FlixBus, con más de 250.000 conexiones diarias, está

disponible en Google Maps a través de la función Google Transit.

FlixBus Action también admite el uso multimodal, es decir, voz, texto o un simple clic, dependiendo del dispositivo que utilice el cliente para comunicarse con el Asistente de Google. La integración con Google Assistant hace que las conexiones diarias de FlixBus a más de 1.700 destinos en 27 países sean directamente accesibles desde casa y en cualquier momento. Desde esta primavera, los usuarios de FlixBus también podrán viajar por EE UU.

Amadeus lanza la solución de pago Agent Pay junto con la aerolínea Finnair

Envían un enlace por SMS o correo que lleva a una web donde se puede efectuar el pago

Amadeus lanza Agent Pay, solución que permite a las aerolíneas aceptar los pagos de forma más segura y mejora la experiencia del cliente. Implementada por Finnair,

las compañías aéreas excluyen el pago de las funciones de los centros de llamadas, lo que da la posibilidad a los operadores de centrarse en el servicio a los clientes.

Mediante Agent Pay, envían a sus clientes un enlace por SMS o correo electrónico que les lleva a una página web segura desde donde pueden efectuar el pago a través de su *smartphone*, tableta u ordenador. Entretanto, el billete queda reservado y se emite de forma automática una vez que se completa el proceso de pago.

Según explican desde Amadeus, aunque el 15% de las reservas de vuelos se realiza a través de los centros de llamadas de las líneas aéreas, "este canal carecía de un proceso de pago más cómodo y seguro". Por lo tanto, se muestran convencidos de que "resulta crucial garantizar que los clientes disfrutaran de una experiencia fluida y segura".

La responsable de pagos de Amadeus, Celia Pereiro, destaca que "Agent Pay de Amadeus permite a los viajeros efectuar los pagos de



El 15% de las reservas se realiza en los centros de llamadas de las líneas aéreas.

forma más sencilla, segura y cómoda, y sacar el máximo partido de sus conversaciones con los operadores de los centros de atención al cliente". A juicio de la directiva, "las aerolíneas deben anticiparse a las necesidades de los clientes, indepen-

dientemente de dónde se encuentren, por lo que no podemos permitirnos pasarlas por alto". "Agent Pay es una solución sencilla para que ofrezcan un abanico de opciones más amplio y mejoren la experiencia en los centros de llamadas", sentencia.

El Instituto Tecnológico Hotelero incorpora novedades a su modelo de sostenibilidad, que se apoya en la plataforma iSave Hotel

Este modelo está apoyado en la plataforma iSave Hotel, que cuenta con un total de 100 hoteles inscritos

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) convocó recientemente en Madrid una jornada dirigida a profesionales del Sector Turístico en la que se han planteado una serie de recomendaciones y soluciones para la aplicación de estrategias de sostenibilidad y gestión energética, entre otras. La subdirectora general de Desarrollo y Sostenibilidad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo, Tatiana Martínez Ramos e Iruela; y el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y del ITH, Juan Molas, han inaugurado la sesión, en la que se han presentado las novedades incorporadas al modelo ITH de Sostenibilidad y la plataforma *online* iSave Hotel, en la que se soporta el mencionado modelo.

Tal como apuntaba la información publicada, iSave Hotel, para cuyo desarrollo se ha suscrito un

convenio de colaboración con la Secretaría de Estado de Turismo, cuenta ya con más de 100 hoteles inscritos, de los cuales un total de 52 establecimientos han recibido, además, el servicio de asesoría técnica presencial que la plataforma ofrece de forma gratuita.

Novedades técnicas

Durante su intervención, Martínez ha subrayado la gran utilidad del modelo ITH de Sostenibilidad, sobre el que ha afirmado que se trata de un modelo muy sólido y entendible, cuya aplicabilidad sustentan las cifras de participación en la herramienta *online* iSave Hotel. Por su parte, Juan Molas ha agradecido la predisposición y cercanía para la colaboración emprendida con la Secretaría de Estado de Turismo, y ha aprovechado la ocasión para apuntar a la necesidad de

mantener la competitividad del sector dada la tendencia hacia la recuperación de destinos competidores, que obligan a continuar esforzándose por sostener las positivas cifras de ocupación y precios que se han logrado en los últimos años.

El CEO de iEnergy, empresa con la que ITH colabora para proporcionar la asesoría técnica en materia de sostenibilidad y eficiencia energética aplicada en el modelo ITH de Sostenibilidad y en la plataforma iSave Hotel, José Antonio Alcobendas, ha explicado los módulos que incluye la plataforma, su funcionamiento, así como las novedades ya incorporadas y las previstas para su desarrollo a lo largo del próximo año.

El presidente de Remica, José Porrás; el director de Banca de Empresa Segmento Turístico-Hotelero del Banco de Sabadell, José María Martín; y el director de Ahorro y Eficiencia Energética del



La subdirectora general de Desarrollo y Sostenibilidad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo, Tatiana Martínez Ramos e Iruela, y el presidente de ITH y CEHAT, Juan Molas.

ID.AE, Pedro Prieto, han completado el panel de intervenciones en las que se ha abordado la importancia de la gestión energética y el mantenimiento de las instalaciones en establecimientos turísticos, así

como las distintas alternativas y líneas de financiación públicas y privadas que existen para acometer proyectos de mejora de la sostenibilidad y eficiencia energética en el Sector Turístico.



INFOGEO

IR SIEMPRE POR DELANTE ES UNO DE NUESTROS OBJETIVOS

FORMACIONES GEA

GEA ofrece cursos de Amadeus a sus agencias de viajes.

Serán impartidos durante mayo y junio en Madrid, Barcelona, Málaga, A Coruña y Valencia.

En la búsqueda de perfeccionar el servicio de calidad que las agencias ofrecen a sus clientes, Grupo GEA apuesta porque tengan la mejor y más especializada formación, por ello organiza de la mano de Amadeus una serie de cursos que serán **100% subvencionados para las agencias**. Los cursos tendrán carácter presencial, guiados por monitores de Amadeus que combinan la teoría y práctica, serán impartidos en **Madrid, Barcelona, Málaga, A Coruña, Valencia**, durante los próximos meses de Mayo y Junio, asimismo pendiente de confirmación de fecha para los cursos de **Baleares, Bilbao y Sevilla**.

El objetivo de este curso es asimilar y dominar el funcionamiento de nuevos productos, además, de aprender a realizar cambios y reembolsos de billetes aéreos. Dirigido a aquellos agentes de viajes que ya tienen experiencia en el manejo del sistema pero que necesitan ampliar sus habilidades con aquellos procedimientos más complicados. El curso se estructura en torno a tres temas principales: funcionalidades avanzadas, reemisiones y reembolsos.

Con este curso, Grupo GEA da continuidad a su formación, no solamente vía webinar, en reuniones, convenciones sino también de carácter presencial y de forma exclusiva, siempre sin coste para la agencia.

Adicionalmente, Amadeus presenta en las reuniones zonales de Grupo GEA el lanzamiento de Amadeus Leisure Platform, la nueva plataforma de productos turísticos que Amadeus ofrece a las agencias Gea gracias al acuerdo de colaboración que suscriben ambas empresas.

ÚLTIMO FAM TRIP DE GEA: MARRUECOS

Una vez más, algunas agencias GEA han podido disfrutar de otro FAM TRIP, esta vez fue una experiencia TOUAREG en la provincia de ASSA en Marruecos; organizado por el gobierno de la región, para agencias canarias y gracias a la colaboración de Jesús Camejo de Viajes Herbania.

En esta ocasión, los participantes han descubierto cómo viven los nómadas del desierto, su forma de vida Bereber, entender cómo transcurre la ruta París Dakar, y poder contemplar a los dromedarios en un paisaje que destaca tanto por su dureza como por su belleza.

Han participado: Viajes Palmanoa, de La Palma; Viajes Isis, Acana Travel, Viajes Gomera, Viajes Dora, Viajes Brisamar y Rosi Travel de Tenerife, Viajes Taratours de Gran Canaria, Viajes Herbania de Fuerteventura y Viajes La Alegranza de Lanzarote, profesionales que han podido tener la oportunidad de conocer mejor un destino para ofrecer a sus clientes.



GEA INTERNACIONAL



Pilar Bernabeu, Vicepresidenta y cofundadora de Grupo GEA, pudo visitar el pasado mes de Abril las oficinas de GEA Perú en Lima, donde pudo constatar el buen funcionamiento del grupo a cargo de la Directora Sonia Postigo. Sonia, que cuenta con una larga trayectoria profesional en Costamar Travel y tras su experiencia en Despegar.com (una de las principales OTAs del mercado americano), está a cargo de la

Gerencia de la nueva apertura de GEA en Perú. Este proyecto que apenas cumple un año, presenta buenas expectativas de crecimiento, aglutinando ya a más de 90 agencias. Este hecho demuestra que Grupo GEA, tras 24 años de su andadura, sigue sumando agencias con una gran dimensión internacional, superando ya las 1600 agencias en todo el mundo; donde además este 2018 celebrará el 10º aniversario de GEA Argentina y los 20 años del inicio de GEA Portugal.

GRUPO GEA
SIEMPRE CERCA DE TI

DELEGACIONES COMERCIALES:

ZONA SUR
Andalucía - Extremadura - Levante - Ceuta y Melilla

ZONA CENTRO Y ASTURIAS
Madrid - Castilla y León - Castilla La-Mancha - Asturias

ZONA NORTE
País Vasco - Navarra - La Rioja - Cantabria - Galicia - Aragón

ZONA DE CATALUÑA
Cataluña - Baleares - Andorra

ISLAS CANARIAS
Gran Canaria - Tenerife - Fuerteventura - Lanzarote - La Palma - La Gomera - El Hierro

14 REUNIONES ZONALES EN PENÍNSULA IBÉRICA E ISLAS

GEA MUNDI GEA GEA Travel Media Press



GRUPO GEA MÁS Y MEJOR



REUNIONES ZONALES



GEA dio comienzo a sus reuniones el pasado 3 de Abril en **Sevilla**, y tras pasar por **Alicante, Madrid, Barcelona, Mallorca, Granada, Santiago de Compostela, Bilbao, Oviedo y Gijón**, pone el broche final en la isla de **Tenerife** con una participación del 95% de las agencias canarias.

Esta serie de encuentros han supuesto un éxito, debido entre otras cuestiones, al amplio e interesante abanico de contenido presentado, que ha suscitado gran interés entre las agencias asistentes. Para ello ha resultado clave la aproximación del equipo directivo de GEA a cada una de las reuniones celebradas.

Sara Fernández, Directora General de Grupo GEA, declara que estas jornadas se celebran anualmente desde hace más de 20 años y que esa cercanía ha sido desde siempre una de las señas de identidad del grupo y uno de los factores de éxito de GEA, “Con las reuniones zonales estamos mucho más cerca de las agencias, podemos trasladarles todas las novedades y conocer cuáles son sus necesidades particulares para saber por qué caminos hemos de seguir avanzando” afirma Fernández, quien también expresa que la gran participación de las agencias en estos reencuentros es el principal motivo por el cual cada año se desplazan con nuevo contenido que ofrecer. Sara Fernández expresa que estas reuniones tienen un formato diferente a las convenciones, ya que también se comentan particularidades de la zona y se permite aportar mayor personalización a las agencias.

“Este año en concreto se han tratado temas fiscales, legales, seguros, nuevas herramientas tecnológicas, negociaciones y campañas de venta anticipada... pero la guinda del pastel, y lo más aplaudido, ha sido el lanzamiento de la nueva Visa GEA gracias al acuerdo con BBVA”, declara Sara Fernández.

NOVEDADES FISCALES Y LEGALES

Durante las jornadas de trabajo, se ha proyectado la información que más repercusión tiene para las agencias de viajes, mediante tres bloques audiovisuales emitidos por las asesorías jurídica y fiscal de Grupo GEA.

Miguel Ángel Cubero, abogado, fundador del Bufete Cubero y asesor jurídico de Grupo GEA, emite su informe sobre la modificación de las **garantías de responsabilidad contractual** de las agencias de viajes y su trasposición por las diferentes comunidades autónomas, fruto de las exigencias europeas de garantizar el cumplimiento de las obligaciones de una prestación de servicio de un viaje combinado, así como la posible insolvencia y repatriación de los clientes, informando a los asociados de la cuantía de la garantía.

Además, el asesor jurídico de GEA informa sobre la entrada en vigor el próximo día 25 de mayo del **reglamento europeo de protección de datos** con un amplio resumen de los cambios y la adecuación por parte de las agencias de viajes para el cumplimiento de este nuevo reglamento.

Por su parte, Raúl Guijarro, economista, fundador de Finantur y asesor fiscal de grupo GEA, ha dado un amplio repaso a las novedades, cuestiones básicas y facturas prácticas sobre la modificación del RD 1075/2017 del 29 de diciembre pasado, en la **reglamentación de facturación de las agencias de viajes Disposición Adicional Cuarta**; tema ya tratado por el asesor fiscal a través de la formación webinar que facilita Grupo GEA y que pueden consultar las agencias GEA a través de su intranet.



NEGOCIACIONES CON PROVEEDORES Y CAMPAÑAS VENTA ANTICIPADA

Con el objetivo de que sus agencias asociadas promocionen la **Venta Anticipada Verano 2018**, Grupo GEA negocia condiciones especiales con los principales proveedores del mercado, entre los que se incluyen los del segmento Mundigea Plus, facilitando además un completo material gráfico y promocional útil para una adecuada comunicación con sus clientes y consumidores en el ámbito de su mercado local.

Para esta campaña de Venta anticipada de Verano, las agencias asociadas dispondrán de más de 20 condiciones especiales en los diferentes segmentos de ventas: Viajes vacacionales, reservas de hoteles y servicios turísticos (traslados, actividades, entradas), compañías aéreas y alquileres de vehículos. De esta forma, no solamente se beneficiarán de las condiciones del mercado sino también de **ventajas y beneficios negociados exclusivamente para agencias asociadas a Grupo GEA**, cuya campaña englobará sobre-comisiones de hasta un 5% y descuentos de hasta un 20%, además de cupos negociados a precios exclusivos.



Entre el material que GEA aporta a la agencia para su comunicación con el cliente final, se incluye cartelería física para posicionar en el punto de venta, boletines de clientes y otros materiales gráficos digitales útiles para esta comunicación, entre los que cabe destacar banners para Pantallas TV escaparates, firma de emails, o para difundir desde las redes sociales.

A estas ventajas, los clientes podrán sumar otras en exclusividad si realizan sus pagos con la nueva tarjeta VISA que GEA lanza al mercado, tales como bonificaciones adicionales a las campañas y condiciones de financiación especiales.

Con esta importante selección de campañas, GEA facilita que sus agencias asociadas cuenten con valores exclusivos para ofrecer a sus clientes un servicio de primer nivel en su mercado local, además de un aporte para su rentabilidad empresarial.

FINANCIACIÓN a la medida PARA TUS VACACIONES

3 MESES SIN INTERESES
TIN 0% TAE 11,19%
comisión de apertura: 1,75%



o cómodamente en **6 MESES**
SIN INTERESES TIN 0% TAE 9,10%
comisión de apertura: 2,50%

**Tus viajes
con asesoramiento profesional**

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 Viajes asociadas a GEA. Ejemplo de financiación para una compra de 1.000€ para un plazo de tres meses en Agencia de Viajes asociada a GEA: 1ª cuota mensual 266,00€ y dos cuotas mensuales de 233,33€ cada cuota. Comisión de apertura no financiada, incluida en la primera cuota 1,75% (17,50€). TIN 0%. TAE 11,19%. Importe total financiado: 1.000€. Importe total a devolver 1.017,50€. Ejemplo de financiación para una compra de 1.000€ a un plazo de 6 meses. 1ª cuota mensual 161,67€ y 5 cuotas mensuales de 166,67€ cada cuota. Comisión de apertura no financiada, incluida en la primera cuota 2,50% (25,00€). TIN 0%. TAE 9,10%. Importe financiado de 1.000€. Importe total a devolver 1.025€. Más información en www.grupogea.com

LANZAMIENTO DE LA NUEVA VISA GEA

El acuerdo con BBVA no solamente ofrece óptimas condiciones bancarias para las agencias GEA que tengan cuenta con esta entidad, sino que además **lanza al mercado una tarjeta de crédito VISA** que sumará beneficios destacados para los clientes de las agencias asociadas a GEA. De esta forma, la nueva tarjeta Visa GEA* emitida por BBVA será una herramienta que permita dar la opción de pagar un viaje contratado en agencias GEA **financiándolo en condiciones ventajosas**.

Además, el cliente **recibirá un 2% de bonificación** aplicable a las compras realizadas en agencias asociadas a GEA. Esta tarjeta, que además de ser Visa universal, sin cuota de emisión ni renovación, de libre domiciliación bancaria, con flexibilidad de pagos, seguro de accidentes en viajes y seguro de atracos en cajeros, podrá ser solicitada directamente por los clientes o bien con el asesoramiento de su agente de viajes asociado.

A este magnífico acuerdo que logra GEA con BBVA, suma otras ventajas añadidas, ofreciendo bonificaciones si se contrata un viaje de los más de 20 proveedores colaboradores de la Visa GEA. Todas estas condiciones se suman a las ventajas de la **Campaña de Venta Anticipada 2018**.

Con todo esto, GEA da la posibilidad de que sus agencias obtengan **mayor rentabilidad de su negocio**, tengan mejor posicionamiento en el mercado y puedan ofrecer buenas opciones de compra a sus clientes.

*Tarjeta de crédito GEA para particulares concedida y emitida por BBVA. Consulta condiciones en agencias asociadas a GEA.



GEA

INFOGEA

IR SIEMPRE POR DELANTE ES UNO DE NUESTROS OBJETIVOS

APORTAMOS BENEFICIOS

- 1 - Acuerdos de comisiones y rapeles de primer nivel.**
- 2 - Página web personalizada y herramientas de gestión diaria.**
- 3 - Tarjeta VISA GEA para tus clientes, financiación y fidelización.**
- 4 - Consolidador aéreo propio y exclusivo.**
- 5 - Asesoría jurídica, asesoría fiscal y asesoría informática.**
- 6 - Promoción conjunta de Marca Mundigea.**
- 7 - Negociación de campañas exclusivas y material gráfico y promocional para comunicar a tus clientes.**
- 8 - Respaldo profesional.**
- 9 - Reuniones zonales, convención, fam trips...**
- 10 - Productora Gea Travel Media.**

Para conocer todos nuestros servicios contacta con GEA en el 952376655 o geacentral@grupogea.com

GRUPO GEA MÁS Y MEJOR

Actividad de riesgo

Seguros en viajes con actividades

Respuesta.- Cada vez tengo más clientes que eligen destinos de viaje para realizar una actividad deportiva, como senderismo o trekking en Nepal o Australia. Suelen ser clientes que en todo momento contemplan la adquisición de un seguro, ya que la actividad a practicar entraña un riesgo alto. ¿Debería recomendar la contratación de dos seguros, uno para practicar el deporte y otro para el viaje?

Respuesta.- Efectivamente, el viajero cada vez busca más experiencias completas y no tanto visitar un destino solo para hacer Turismo. En este sentido, la práctica deportiva en destinos exóticos cuenta con muchísimos adeptos en los últimos años.

Antes que nada, es importante que el viajero se informe bien de los riesgos que, como bien dices, supone la actividad que quiere desarrollar y, sobre todo, estar en una condición física óptima para llevarla a cabo. Cualquier actividad física, por sencilla que parezca, requiere estar en forma y, sobre todo, una gran preparación, tanto física como de recursos necesarios para llevarla a cabo. Además, es fundamental que el cliente tenga toda la información pertinente —además de la facilitada por el agente de viaje, las recomendaciones propias del Ministerio de Asuntos Exteriores— sobre las características del destino para practicar dicho deporte: clima, asistencia sanitaria, geografía, etc.

Dicho esto, hay seguros de viaje que cubren la práctica deportiva, como Ski Aventura Plus, que cubre la práctica de multitud de deportes terrestres, acuáticos y aéreos. Este tipo de seguros, además de contar con todas las coberturas propias de un seguro de viaje, como gastos médicos, gastos de anulación y pérdida de servicios, incluye coberturas específicas para la práctica deportiva, como el rescate en helicópteros para zonas de difícil acceso. Además, estos seguros suelen cubrir una buena suma de dinero para problemas de Respon-

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

sabilidad Civil, ya que los accidentes causados a terceros durante la práctica de determinados deportes son bastante habituales.

Utilizando un seguro como este que te comentamos, no sería necesario contratar dos seguros, uno para la práctica deportiva y otro para el viaje, ya que ambos estarían cubiertos. Además, una de las ventajas a tener en cuenta es que, si se contrata la modalidad anual, al tratarse también de un seguro de viaje, el cliente estaría cubierto en cualquier viaje no superior a 60 días que haga durante el año, independientemente de si lo hace para practicar deporte o no.

En cualquier caso, elegir un producto u otro depende siempre de las necesidades del cliente. En esta línea, es importante que el agente de viajes tenga muy claro qué tipo de viaje quiere realizar el cliente y que conozca, en la medida de lo posible, todos los detalles del mismo. Con esta información, podrá recomendar el seguro que mejor se adecúe a sus necesidades.

Delitos o faltas

El seguros cubre delitos o faltas

Pregunta.- En ocasiones he visto en los medios de comunicación que ciertos viajeros, en la mayoría de los casos por imprudencia o por desconocimiento de usos locales, cometen delitos o faltas leves o causan daños en el patrimonio cultural del destino del viaje o lesiones

tas menores, que a su vez lleven aparejadas indemnizaciones civiles, o situaciones simplemente fortuitas, de las que se desprenda la Responsabilidad Civil del viajero.

De cara a aconsejar a tus clientes para este tipo de casos, es importante tener en cuenta la cantidad que cubre el seguro en la garantía de Responsabilidad Civil del asegurado. Entre nuestros seguros, por ejemplo, los hay desde los que cubren 60.000 euros hasta los que alcanzan la cifra de 1.000.000 euros.

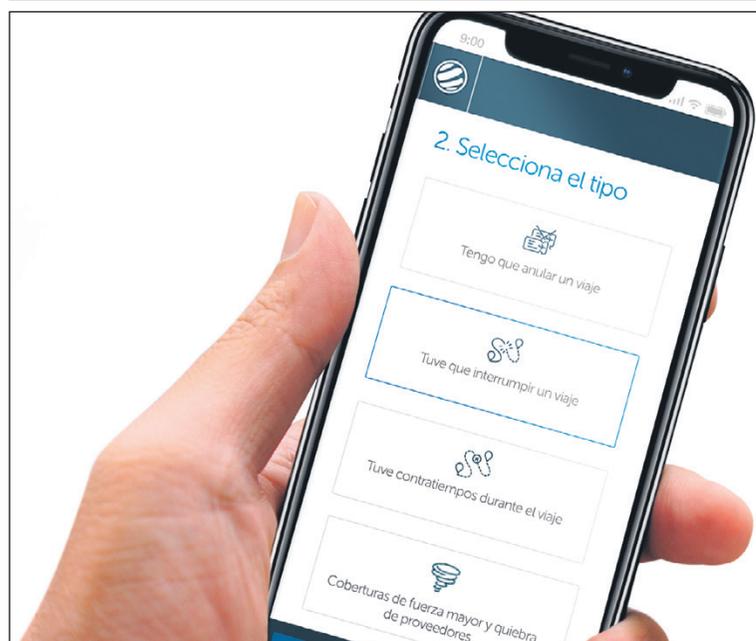
¿Qué es lo que haría el seguro ante un caso como los que barajamos? El viajero estaría cubierto en el pago de costes y gastos judiciales, además de la fianza judicial. Por supuesto, siempre hablamos de casos en los que no haya una "intención dolosa", es decir, daños causados de forma accidental y nunca con la intención de causar un mal a terceros y que no exista una negligencia grave por parte del asegurado (conducción temeraria, daños causados bajo los efectos de las drogas o el alcohol, etc.).

Para que una incidencia se tramite como un siniestro de Responsabilidad Civil debe existir, en primer lugar, una reclamación de un tercero o, directamente, una denun-

cia. En segundo lugar, debe haberse producido una resolución de dicha reclamación en la que se evidencie que el asegurado es el causante del daño, esto es, una resolución judicial. Una vez presentada toda esta documentación y comprobado que, efectivamente, no había intención dolosa por parte del asegurado, pero si fue él el que originó el daño a indemnizar, la aseguradora procedería a ingresar el dinero correspondiente dentro del límite de la suma asegurada.

Además de correr con los gastos judiciales, una de las coberturas en estos casos es el asesoramiento jurídico por parte de la aseguradora, pues desde el mismo momento del siniestro el asegurado dispondrá de ayuda para cumplir con los pasos que debe seguir, en tiempo y forma.

En cualquier caso, es fundamental que el agente de viajes siempre aconseje al cliente revisar las recomendaciones que el Ministerio de Asuntos Exteriores contempla para el país de destino, tener en cuenta comportamientos que pueden resultar graves y, sobre todo y aunque parezca una obviedad, ser consecuente y llevar a cabo la máxima "en mi casa no lo haría".



 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

S7 une Moscú y Tenerife con dos frecuencias

La aerolínea rusa S7 ha puesto en marcha una nueva conexión entre Moscú y el aeropuerto de Tenerife Sur que tendrá dos frecuencias semanales, los lunes y los jueves. El vuelo será operado con un Airbus 320 NEO de 164 plazas, ocho de ellas para clase 'business'.

Esta nueva conexión se enmarca dentro de una estrategia del Cabildo de Tenerife de seguir aumentando la conectividad aérea de la isla, desde donde ya se puede volar de manera directa a 154 destinos, la mayoría europeos, pero también africanos, así como nacionales y regionales. En total, 319 rutas.

✉ www.s7.ru/en

Iberia Express aumenta sus conexiones con Francia e inaugura vuelos a Palermo y Miconos este verano

La compañía de 'bajo coste' incrementa también las rutas nacionales, especialmente a Baleares y Canarias

La marca *low cost* de Iberia duplica sus vuelos a París y mantiene la conexión a Toulouse durante este verano. En los archipiélagos españoles también crece su número de frecuencias cerca de un 4%.

Iberia Express ya ha empezado su temporada de verano, que se prolongará hasta el 27 de octubre. Este año, la compañía *low cost* apuesta por destinos vacacionales con especial relevancia en Francia, donde duplica las conexiones a París en comparación al verano de 2017, y mantiene el vuelo a Toulouse que inauguró en invierno. Sin embargo, la gran novedad de la temporada es el lan-

zamiento de las nuevas rutas a las islas de Sicilia y Miconos.

En territorio nacional, la aerolínea sigue apostando por Canarias y Baleares, donde aumenta sus operaciones en un 4%, con vuelos a todas las islas importantes. Además, retoma otras líneas inauguradas hace un par de veranos, como Cork en Irlanda, Oslo en Noruega o Cracovia en Polonia.

✉ www.iberiaexpress.com



En territorio nacional, Iberia Express apuesta por los archipiélagos.

APT ofrece cuatro itinerarios con salidas exclusivas para conocer el sudeste asiático

China, Japón, Malasia y Tailandia son los destinos que propone el turoperador

Asian Pacific Tours (APT) presenta a sus agencias cuatro salidas exclusivas durante los meses de verano por países asiáticos. El primero de los viajes que oferta el turoperador a China, tiene salida el 23 de julio de 2018 con un coste de 2.389 euros (más unos 450 de tasas), y permite conocer los escenarios naturales del país, junto a los monumentos y costumbres, pero también las ciudades más cosmopolitas, Shanghai y Pekín.

El operador también ofrece la ruta 'Japón Nemuru', con salida el 30 de julio y un precio desde 3.635 euros (y unos 190 de tasas), con

un itinerario por Osaka y Nara, con su templo de Buda, Kyoto, Shirakawago, Takayama, Tsumago, Hakone o el monte Fuji. Por otra parte ofrece un viaje a Malasia saliendo el 9 de julio por 2.375 euros (más 40 de tasas aproximadamente), más centrado en las playas y el descanso, pero también con recorridos por la selva de Belúm y los templos del país. Por último, APT permite conocer Tailandia volando el 14 de agosto y un precio variable según la duración del viaje, donde además de Bagkok se verá la diversidad natural del país.

✉ www.asianpacifictours.com



China es uno de los destinos de APT.

Silversea y Rocco Forte se ofrecen lo mejor de Italia

Rocco Forte Hotels y Silversea Cruises se unen para ofrecer una experiencia de viaje de lujo por Italia, tanto en tierra como en mar. Esta asociación brinda a los invitados de ambas compañías beneficios únicos. Silversea, que cuenta con barcos capaces de navegar por los estrechos canales de Italia, ofrece a los huéspedes Rocco Forte, que incluyen descuentos en las tarifas, amenities VIP en el embarque, un evento culinario privado para dos personas y una invitación a cenar en la mesa del capitán o de oficiales de alto rango. Los huéspedes de Silversea que se alojen en cualquier hotel de Rocco Forte podrán



Crucero de Silversea.

disfrutar de mejoras en su reserva, de transferencias y servicios de desempaqueto en el hotel, así como de comodidades VIP.

✉ www.silversea.com



La segunda terminal de Carnival en el Puerto de Barcelona.

Carnival Corporation abre una nueva terminal en Barcelona

Carnival Corporation ya ha inaugurado su segunda terminal en el Puerto de Barcelona con 12.500 metros cuadrados y dos pisos que se encuentra ubicada en el Muelle Adosado. La nueva construcción puede acoger la nueva clase de barcos de crucero verdes de próxima

generación que estarán completamente operados con gas natural licuado (GNL), además, se trata de una terminal altamente eficiente en cuanto a consumo de energía. Ha sido la mayor inversión de Carnival en Europa, con 46 millones de euros.

✉ www.carnivalcorp.com

Emirates presenta su nueva Suite privada de primera clase, con paneles de alta tecnología

Se trata de habitáculos completamente cerrados y con asientos de cuero

Emirate incorporará su nueva Suite privada 'First Class' a bordo del Boeing 777-30ER. Estas estancias privadas, completamente cerradas, cuentan con puertas correderas desde el suelo hasta el techo, asientos de cuero, paneles de control de alta tecnología e iluminación ambiental. Las suites también presentan varias primicias mundiales, incluyendo 'ventanas virtuales' usando una técnica de cámara de fibra óptica en tiempo real, una nueva posición de gravedad cero en los asientos inspirada en la NASA y un servicio personal de videollamadas.

✉ www.emirates.com



La nueva Suite privada 'First Class'.



Nuestro **programa** llamado **Índico**, viene segmentado en 3 variantes: Subcontinente Indio, Índico Africano e Islas del Índico, con validez hasta Marzo de 2019.

Programas interesantes diseñados con esmero para los buenos viajeros hispano hablantes, ya que en el 95% de estos países contamos con guías en español.

Subcontinente Indio, con una introducción y elaborado cuadro de sus correspondientes Cías. Aéreas (Pág. 13), que sirven como indicador de duración de vuelo, enlaces posibles, tasas, etc... Evidentemente la estrella actual son los 3 vuelos directos a Delhi con Air India desde Madrid, cuyos precios, algo más caros, ahorran en tránsitos intermedios de otras Cías. Aéreas de 4 a 6 horas...

Doce diversos **programas de India** para todos los gustos y combinados entre los que destacamos:

- **Thailandia** (también el trayecto aéreo más corto a Bangkok)

- **Sri Lanka**. De la misma manera que India, es un país conocido o al menos imaginable. Estimamos que Sri Lanka merece una mención especial. Varios monumentos Patrimonio de la UNESCO avalan su importancia cultural. Paisaje verde, tramos de verdadera selva virgen, con todo tipo de animales en libertad, así como elefantes domésticos de utilidad mecánica como turística. Pueblo budista de carácter amable y diligente. Buenos hoteles de playa en ambas costas, que ya se olvidaron del Tsunami que asoló el litoral, y que se multiplican; hasta la cadena española Riu abrió un gran hotel hace 3 años. Los novios que realicen un Tour por esta simpática isla ya no tienen necesidad alguna de buscar playas en otras islas...

- **Nepal**, así como monográficos de **Bhutan** y el **Tibet**.

El programa de moda Dubái + **Maldivas**, donde ofrecemos 8 esplendidos hoteles/islotes.

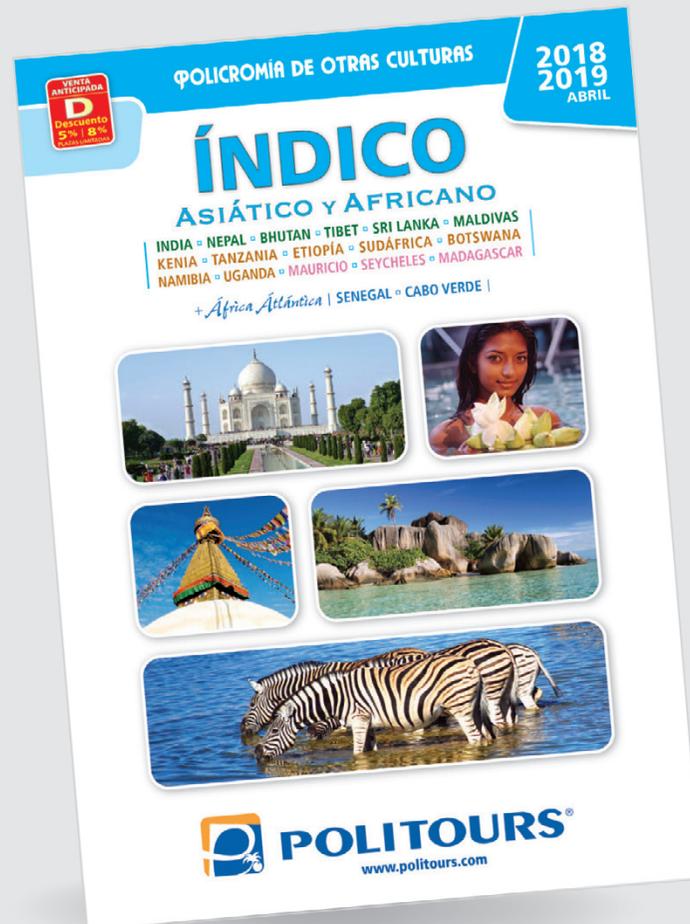
Índico Africano Igualmente con su introducción y triple página, (Págs. 67, 68 y 69) con completísimos cuadros de Cías Aéreas con horarios, duración de vuelos, tasas, etc...

Hemos encajado una **África Atlántica** porque no había otro sitio más adecuado para exponer Senegal y Cabo Verde.

Etiopia es un país católico/ortodoxo, frontera de África musulmana con la llamada África Negra, que sorprende positivamente y su Cía. Aérea, la 2ª más importante de África, vuela a España desde Madrid. A partir del 02 Julio 2018 también desde Barcelona. Cuatro frecuencias semanales, (Importante). Si quiere más informaciones consulte nuestro Magazine

Presenta:

Índico Asiático y Africano



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...

número 9, le sorprenderá.

A partir de aquí ofrecemos los más populares **safaris en vehículos 4x4** por:

- **Kenia, Tanzania** y combinado de ambos.

- **Tanzania** con sus playas de **Zanzíbar** (4 hoteles)

- **Namibia**, para viajeros expertos.

- **Sudáfrica** sola, con Cataratas Victoria (opción en dos países) y más. La versión avioneta (Págs. 100 y 101), si se puede pagar, es la más espectacular; ver el Delta del Okavango (Bostwana) desde el aire es algo único.

Acabamos la serie de Safaris africanos con una novedad: **Uganda**, país con una altitud media de 2.800 m., y que cuenta con unos Parques Nacionales de espesa vegetación donde, entre otros animales interesantes en libertad, son el territorio de Gorilas y Chimpancés.

Islas del Índico: islas con sus correspondientes regalos y ventajas.

- **Mauricio**, La consideramos como la isla ideal para viajes de novios ya que lo tiene todo, empezando por su amable pueblo "creole", siempre tan acogedor. Asistencia local en español.

- **Seychelles**, pequeñas islas, semi-virgenes con una vegetación exuberante; habiendo pocos hoteles y caros, poca infraestructura viaria y transporte limitado de isla a isla. Nuestras preferencias se inclinan al "Cruceiro Variety" (Págs. 116 y 117), ya que salta libremente de isla en isla en rutas de 4, 5 y 7 días.

- **Madagascar**, la enorme isla malgache de influencia francesa, cuenta con una sorprendente vegetación salvaje, con especies de árboles y plantas únicas en el mundo. Tampoco cuenta con una moderna red viaria y todos sus tours son caminatas que exigen una buena forma física. Buenos guías españoles.

Finalmente informar que este cuadro negro de **Precios Actualizados** (cabecera de algunos Tours) significa que se han rebajado los precios de la "Venta Anticipada" a por mejores contrataciones y valoración más favorable del tipo de cambio del €.

Esta pestaña igualmente figura en los anteriores folletos publicados de Lejano Oriente y América.

En algunos programas encontrará esta Nota; comentar que **la revisión es a la baja**: precios inferiores.

MSC apuesta por China con el buque Splendida en el puerto de Shanghái y el Bellissima a partir de 2020

Ambos barcos, que refuerzan el crecimiento de la naviera en Asia, también ofrecerán salidas desde Yokohama, Japón

El puerto de Shanghái tendrá gran relevancia en las próximas temporadas para MSC Cruceros. El buque Splendida, renovado recientemente, ya está operativo desde China, cuen-

ta con 1.637 camarotes, de los cuales el 76% tienen balcón. Además, para la temporada de primavera de 2020, el Bellissima, el segundo de los barcos de la clase Meraviglia, también

tendrá el puerto chino como base. El barco cuenta con la pantalla LED más larga en alta mar, con 80 metros que cubren un paseo marítimo de estilo mediterráneo de 96 metros.

MSC Cruceros apuesta por el mercado asiático y, en concreto, por China. Además de mantener el MSC Splendida en el puerto de Shanghái tras completar su navegación marítima de la ruta de la Seda, la naviera también acaba de anunciar que el MSC Bellissima tendrá como base ese mismo puerto a partir de la primavera de 2020. La compañía quiere convertir este segundo buque, el segundo de la clase Meraviglia, en su barco insignia en la región.

Después de su temporada inaugural por el Mediterráneo el próximo verano, y tras navegar por los Emiratos Árabes durante el invierno, el MSC Bellissima ofrecerá una amplia variedad de modernas innovaciones para los mercados de China y Japón. El barco cuenta con la pantalla LED más larga en alta mar, con 80 metros de largo que cubren un paseo marítimo de estilo mediterráneo de 96 metros de

largo, diseñado para convertirse en el punto de encuentro del buque. Además, los pasajeros podrán disfrutar en exclusiva cada noche de espectáculos de Cirque du Soleil at Sea, así como del exclusivo MSC Yacht Club, con nuevas características y lujosas habitaciones que abarcan tres cubiertas, instalaciones privadas y servicio de mayordomo durante todo el día.

El Bellissima operará principalmente en Shanghái pero también ofrecerá varios viajes desde el puerto japonés de Yokohama. Asimismo se reservará varios viajes a Asia para pasajeros internacionales.

MSC Splendida

De manera más inmediata, la compañía de cruceros ha llevado el MSC Splendida al puerto de Shanghái tras completar su navegación marítima de la ruta de la Seda, que lo ha

llevado desde Dubái. Durante su temporada en Asia, navegará principalmente desde Shanghái y también desde Yokohama (Japón). Es uno de los barcos de crucero más grandes y modernos que operan actualmente en la región asiática. Cuenta con 1.637 camarotes, de los cuales el 76% tienen balcón y pueden alojar hasta a 4.363 pasajeros.

Antes del viaje, MSC Splendida ha pasado por un exhaustivo proceso de revisión para renovar sus interiores, mejorar las experiencias a bordo y añadir características que satisfagan las expectativas de los pasajeros chinos y asiáticos. Ofrece ahora una exclusiva selección de cocinas asiáticas y occidentales en tres nuevos restaurantes: el exclusivo restaurante Hot Pot Sea Pavilion del chef chino Jereme Leung, reconocido mundialmente por su interpretación contemporánea de la cocina china; el Dim Sum



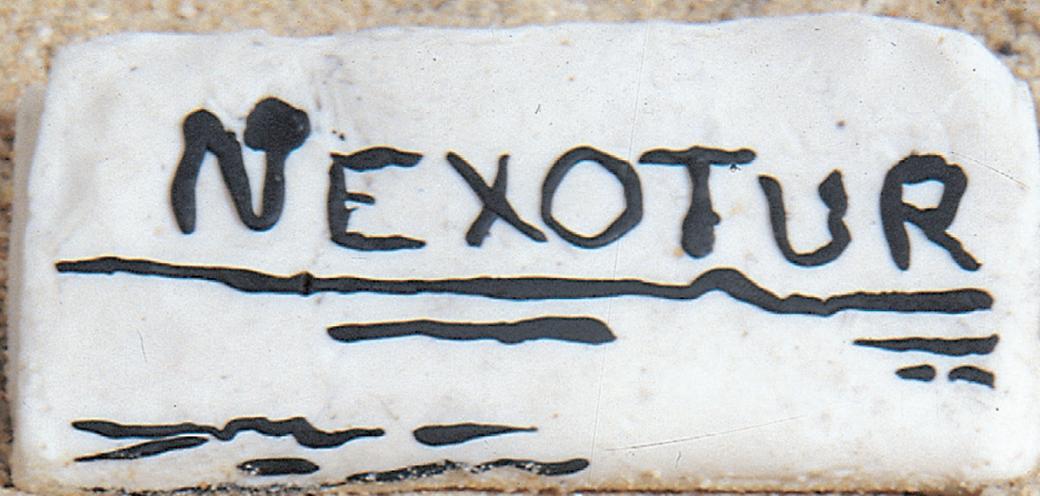
MSC Bellissima tendrá su base en Shanghái a partir de primavera de 2020.

&Teahouse, al estilo de Hong Kong, y el Butcher'sCut, un asador popular de estilo americano a bordo de la flota de MSC Cruceros.

El Splendida también presenta la última versión de MSC for Me, el programa de innovación digital de la naviera que ofrece los últimos avances en tecnología centra-

da en el cliente para los pasajeros en alta mar. También ofrece un traductor wifi portátil equipado con la tecnología de inteligencia artificial de Baidu, y admite pagos a través de Alipay, un método de pago que ofrece tipos de cambio reducidos sin necesidad de conexión.

✉ www.msccrueros.es



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

El Hotel Beatriz de Toledo ofrece descuentos del 30%

El Hotel Beatriz de Toledo lanza una promoción especial con descuentos sobre tarifa oficial del 30% para miembros del Club NEXOTUR y del 15% para acompañantes. Oferta sujeta a la disponibilidad de los hoteles.

Club NEXOTUR
Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 25**

Excluidas Semana Santa, Corpus y Fin de Año. Para más información y realizar reservas puede contactar con el departamento de reservas en el siguiente número de teléfono: 925 26 91 00.

■ FAM TRIP



Han conocido la localidad presidentes y directivos de 15 agencias del país.

Agentes de China recorren Ronda

Un importante grupo de presidentes y directivos de 15 agencias de China, junto a un representante de la Oficina Española de Turismo en Pekín, han visitado la localidad malagueña de Ronda en el desarrollo de un *fam trip* en el que colaboraron con Turismo y Planificación Costa del Sol y la agencia Tamitrip.

Iberia inaugura su vuelo directo a San Francisco con una ocupación del 100%

Con tres vuelos a la semana, es la única ruta sin escalas entre España y San Francisco

Con el cartel de completo, Iberia ha lanzado sus vuelos de Madrid a San Francisco, el único sin escalas entre España y la ciudad californiana. La aerolínea ofrecerá tres vuelos a la semana, los lunes, miércoles y viernes, hasta el 28 de septiembre. En total, pondrá a disposición de sus clientes 39.000 asientos en esta ruta durante los cuatro meses de operación de la primera temporada.

Gracias al vuelo directo, será mucho más fácil viajar a San Francisco, conocida por sus cinematográficas calles, por el Golden Gate Bridge, su imponente bahía, Alcatraz o su tranvía, pero que, además está muy cerca de las grandes compañías tecnológicas con sede en Silicon Valley. Además, se podrán combinar vuelos a San Francisco y vuelta desde Los Ángeles, y viceversa, en el mismo billete, lo que permitirá más flexibilidad a los clientes a la hora de planificar sus viajes.

El presidente ejecutivo de Iberia, Luis Gallego, destaca que "San Francisco es el sexto destino de Iberia en Estados Unidos, ade-



El presidente de Iberia, Luis Gallego, y la directora de Adolfo Suárez Madrid Barajas, Elena Mayoral, en el acto inaugural del nuevo vuelo.

más de Puerto Rico, y el segundo en la Costa Oeste de este país". "Completamos, además, nuestra oferta en California, el Estado en el que más ciudadanos españoles viven, un atractivo destino turístico y una de las economías más importantes del mundo, especialmente en la industria del entretenimiento, tecnología y energía", prosigue el directivo, sentenciado que "con estos nuevos vuelos, esperamos incentivar el tráfi-

co de negocios y turístico entre San Francisco y España".

Iberia comenzó a volar a Estados Unidos en agosto de 1954 con vuelos entre Madrid y Nueva York. En la actualidad, además de a la Gran Manzana y a San Francisco, opera a Boston, Chicago, Los Ángeles y Miami, al igual que a San Juan de Puerto Rico. En 2018, ofrecerá 1,45 millones de asientos en este mercado.

✉ www.iberia.com

El diario 'on-line' Nexotur.com líder absoluto en Prensa Sectorial de Calidad

El Digital Nexotur.com roza el cuarto de millón de páginas vistas, en los primeros meses de 2018

NEXOTUR amplió desde 2000 su cobertura con el desarrollo del Digital diario Nexotur.com. Apuesta por las nuevas tecnologías que se confirmó hace tres años con la integración de las publicaciones

turísticas del Grupo NEXO en la nueva Plataforma Digital de Información Turística, portal que ha alcanzado casi las 250.000 páginas vistas mensuales en los primeros dos meses de 2018, casi un 50%

más que hace un año, lo que demuestra el firme compromiso del Grupo NEXO por ofrecer una información sectorial de Calidad, como corroboran los datos oficiales facilitados por Google Analytics.

La Plataforma Digital de Información Turística del Grupo NEXO no para de crecer. Nexotur.com alcanzó en 2017 de media mensual más de 180.000 páginas vistas, un 19% más que en 2016. Esta cifra parece que se quedará corta en 2018 por el comienzo de año que ha tenido el Digital, alcanzando en sus primeros dos meses una media de 246.440 páginas vistas mensuales, lo que supone un 47,8% más que la media mensual del mismo periodo durante el año anterior.

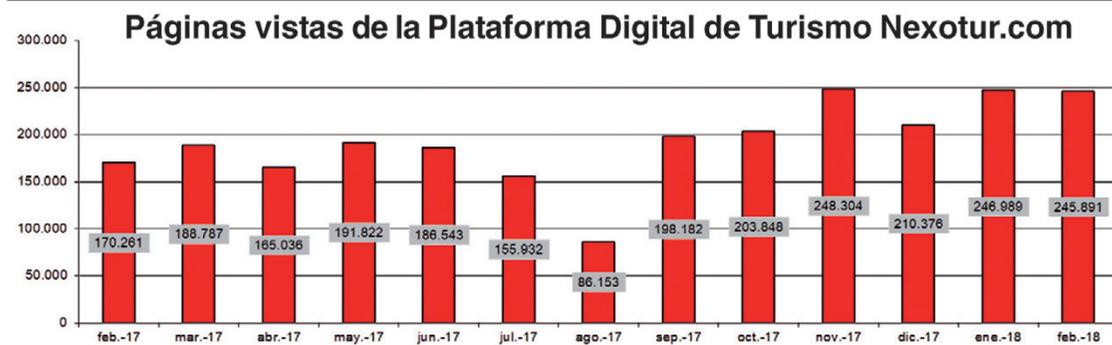
Los datos oficiales de Google Analytics constatan el gran crecimiento de los visitantes del Digital (un 27,2% más que hace un año), así como de las visitas (+37,8%) y páginas vistas (+47,8%), así como del tiempo medio de lectura (+5,8%).

"El tiempo medio que dedican nuestros usuarios a la lectura de la Plataforma Digital de Información Turística del Grupo

NEXO", asegura el director de NE-XOTUR, Eugenio de Quesada, "es la mejor muestra del respaldo del Sector a nuestra constante apuesta por el rigor y la seriedad informativa".

Una de las claves del éxito es la elaboración de contenido propio: todas nuestras noticias se elaboran por la Redacción, a partir de fuentes propias, sin contar con el concurso de las agencias informativas, que uniforman los contenidos.

Frente al auge de la prensa sensacionalista o amarilla en el Sector Turístico, Grupo NEXO apuesta desde la fundación de su digital en 2000 (es el diario decano en la Red) por mantener la Calidad de la información. Una de las claves para lograrlo ha sido la elaboración de contenido propio, con la renuncia expresa a nutrir el Digital de teletipos de agencias de noticias —que inundan medios sectoria-



Fuente: Google Analytics

© NEXOTUR

les y generalistas en la Red— así como del sinfín de comunicados publicitarios y propaganda que difunden los gabinetes de comunicación de los políticos y desde las empresas.

Desde la creación de Nexotur.com en 2000, Grupo NEXO adoptó una decisión trascendental: renunciar a publicar comentarios, a cargo de autores anónimos y muchas veces con

contenidos ofensivos o insultantes. De este modo, prescindió del incremento de tráfico *online* generado por la inclusión de estos comentarios, renunciando así a la cantidad (el volumen de tráfico), en favor de la calidad de su público lector (el tiempo medio de lectura).

NEXOTUR no confunde las noticias elaboradas por Redacción con "comentarios" anónimos

que en muchos casos no son otra cosa que desahogos de gente ociosa, cuando no ajustes de cuentas, o lo que es aún peor: el dudoso *trabajo* de pretendidos *profesionales* que, con la excusa de defender la reputación *on-line* de sus clientes, desacreditan y difaman (desde el anonimato) a empresas competidoras, en unas malas prácticas que el Grupo NEXO nunca amparará.

NEXOTUR

GRUPO
Nexo

NEXO

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

NEXOTUR®

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

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

EDICIÓN

1000

ESPECIAL



**HISTORIA
DEL TURISMO
EMISOR EN ESPAÑA**

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

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

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00
 📠 91 369 18 39

Lope de Vega, 13
 28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
GUAMA					
	Descuento del 20% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para la programación de los folletos de Cuba América	Abierto	Ventas Madrid	☎ 917823787 📠 915641622
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
OCTOPUSTRAVEL	15% de descuento para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 📠 91 531 34 90
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ACCOR HOTELES	Hasta 30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Más de 1.600 hoteles en todo el mundo, marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio...	Abierto	web Accor	www.accorhotels.com
HUSA HOTELES	45% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 📠 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 📠 956 65 49 01
OCA HOTELS	Consultar condiciones especiales en cada uno de los hoteles de la cadena.	Alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad en el momento de efectuar la reserva.	30-12-2014	En cada hotel	Teléfono en cada hotel www.ocabotels.com
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 📠 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo en cinco y cuatro estrellas.	Válido 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

HOTELERÍA

Los hoteleros abordarán en Málaga los principales retos del sector en su congreso

El Congreso de Hoteleros Españoles tendrá lugar entre los días 30 de mayo y 1 de junio

A través de mesas redondas y conferencias el Congreso de Hoteleros Españoles abordarán los principales retos del sector de la mano de cerca

de 30 reconocidos profesionales y representantes de la industria y de otros ámbitos en Málaga entre el 30 de mayo y el 1 de junio. Entre otros,

participarán el analista político y social, José Antonio Zarzalejos o la responsable de desarrollo comercial de TripAdvisor, Mercedes Sánchez.

La próxima edición del Congreso de Hoteleros Españoles tendrá lugar en Málaga del 30 de mayo al 1 de junio. Abordará los retos de la industria hotelera en un momento de recuperación económica y desarrollo de modelos digitales decisivo para el Sector. En la presentación del evento, que ha tenido lugar en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, han participado el presidente de la Confederación Española Turística (CEHAT), Juan Molas; el presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), Luis Callejón; el gerente de Turismo Costal del Sol, Diego Ramos; el viceconsejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, Arturo Bernal; y la teniente alcaldesa delegada del Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga, María del Mar Martín. Todos ellos han coincidido en señalar la relevancia que tiene la cita para el Sector Hotelero y el atractivo de Málaga como sede del encuentro.

Serán dos jornadas de trabajo en las que a través de mesas redondas y conferencias se abordarán los principales retos del Sector de

la mano de cerca de 30 reconocidos profesionales y representantes de la industria y de otros ámbitos. Entre otros, participarán en el encuentro el analista político y social, José Antonio Zarzalejos; el consejero de Deporte y Turismo de la Junta de Andalucía, Francisco Javier Hernández; la responsable de desarrollo comercial de TripAdvisor, Mercedes Sánchez; o el experto en transformación digital, Marc Vidal. Emilio Duró ofrecerá al final del encuentro la conferencia 'Optimismo y pasión en tiempos de cambio' para clausurar el evento.

Retos y oportunidades

"Este es un congreso que se celebra en un ámbito interesante e importante del Turismo español y de la hostelería pero que no nos hace olvidar una serie de particularidades que sufre nuestro Sector", ha explicado el presidente de CEHAT, Juan Molas. "No estamos aquí para batir cifras un año tras otro en cuanto a incrementos de llegadas de turismo internacional, estamos aquí para mejorar la competitividad, para fijarnos mucho más en aquellos temas que son los que preocupan al



En la presentación del congreso, de izquierda a derecha: Arturo Bernal, María del Mar Martín, Juan Molas, Luis Callejón, Diego Ramos y José Carlos Escribano.

Sector, para tener un Turismo mucho más sostenible, para tener unos establecimientos hoteleros que sean acordes a las demandas de nuestros clientes, para que las administraciones públicas atiendan los deberes que tienen que hacer en cuanto a todo lo que refiere a las comunicaciones, al control de oferta complementaria, a todo lo que configura en sí mismo el Turismo en términos generales", concluye.

Por su parte, el presidente de Aehcos, Luis Callejón, considera que "todos podemos aprender a

apreciar esas modificaciones que ha habido". "Hoy en día, tenemos una flota de hoteles maravillosa, una ciudad volcada con el Turismo y en esta línea creo que podemos aportar mucho al congreso porque no nos olvidemos que nosotros vendemos cosas no tangibles y es la felicidad; y en esta línea también podemos aportar a los congresistas lo que es la felicidad y cómo podemos transmitírsela a nuestros clientes para conseguir la fidelización y romper la estacionalidad, dos factores básicos", señala.

Las implicaciones del nuevo Reglamento de Protección de Datos para la Hotelería ha centrado un debate de HTSI

El RGPD, aprobado en abril de 2016, entrará en vigor el 25 de mayo y supondrá cambios sustanciales

La Facultad de Turismo y Dirección Hotelera Sant Ignasi (HTSI) de la Universitat Ramon Llull ha organizado el pasado 11 de mayo una jornada sobre el nuevo Reglamento General de Protección de Datos europeo, que se ha centrado en las implicaciones más importantes para la industria turística, hotelera y del ocio. Bajo el título 'RGPD y Turismo: adaptación al nuevo horizonte legal', la jornada profesional ha contado con una ponencia a cargo del catedrático de Derecho Administrativo en CEU Universidad San Pablo, abogado y exdirector de la Agencia Española de Protección de Datos, José Luis Piñar, y una mesa redonda con expertos para debatir sobre los retos futuros de la protección de datos.

La RGPD, aprobada en abril de 2016, entrará en vigor el 25 de mayo

y supondrá cambios sustanciales en la recogida de datos personales, teniendo un gran impacto en el sector turístico y hotelero. No cumplir con los nuevos requisitos puede suponer multas de hasta 20 millones de euros. Según la directora de Executive Education de HTSI, Florencia Cueto, "la nueva legislación es estricta y la industria hotelera es la más vulnerable".

Mayor control

La RGPD proporcionará a los usuarios un mayor control de su información personal, quienes verán ampliados sus derechos y sabrán, con más detalle, para qué fines ceden sus datos. Deberán dar su consentimiento para cada acción específica y, en caso de ciberataques, las empresas estarán obligadas a avi-

sar a las autoridades correspondientes y a los usuarios afectados. "Vamos camino hacia la gestión total", declara Cueto, que también advierte que debemos prepararnos para que la nueva legislación no suponga una pérdida de confianza hacia las empresas.

Además, como resalta la directora de Executive Education de HTSI, "la información que gestionan las empresas de la industria turística y hotelera es su principal activo y debe ser tratada y procesada de forma segura". "Tanto la información personal y de facturación como los hábitos y gustos de los clientes son muy valiosos y ayudan a personalizar y mejorar la calidad del servicio", explica. "La nueva legislación puede suponer un cambio de paradigma y necesitaremos esfuerzo, presupuesto y



La información ayuda a personalizar.

concienciación para no perder la reputación", concluye.

■ PRODUCTO

Meliá continúa con su expansión con Meliá Phuket Mai Khao

Meliá Hotels International ha anunciado la firma del nuevo Meliá Phuket Mai Khao en Tailandia. El hotel se ubica en Phuket, la mayor isla de Tailandia consolidada ya como uno de los destinos más conocidos del mundo. El establecimiento será el quinto del grupo en Tailandia, aumentando así su presencia en el país y continuando con su compromiso en Asia-Pacífico. Su apertura está programada para 2021, siendo fruto de la colaboración entre Meliá Hotels International y Phuket Villa Group. El nuevo establecimiento dispondrá de 101 villas privadas, cada una de ellas con piscina propia, además contará con amplias zonas verdes.

La inauguración de Lasala Plaza está prevista para el próximo junio

Lasala Plaza Hotel, en San Sebastián, cuenta con un concepto innovador inspirado en la cultura del mar y sus gentes. El edificio, de 1917, ha sido reformado conservando el estilo arquitectónico de las fachadas de la época, en cumplimiento del Plan Especial de Protección del Patrimonio Urbanístico Construido de la ciudad y también con el grado E, por formar parte del conjunto de la Plaza de Lasala. El hotel, que recibirá a sus primeros clientes previsiblemente en junio, permite a Sade afianzar su entrada en el sector hotelero, iniciada en 2009 con el Astoria 7. La comercialización ya ha comenzado en www.lasalaplazahotel.com.

Los 'Loved by Guests 2018' reconocen a un total 101 establecimientos españoles

Los premios Loved by Guests 2018 de Hoteles.com han reconocido a 101 hoteles españoles, basándose en el análisis de 25 millones de opiniones de huéspedes en la web para elegirlos. 3.400 hoteles de 91 países han sido categorizados como 'increíbles', mientras que los categorizados como 'más deseados' han recibido una nota mínima de 9,4 sobre 10. Esta edición de los premios de Hoteles.com han puesto en cabeza de lista a Barcelona con 30 hoteles, seguida de Madrid con 13, que supera a los 10 hoteles en Palma de Mallorca; Sevilla y Málaga cierran el top 5 de este año con ocho y cuatro hoteles. Se analizaron más de 25 millones de opiniones en la web.

Fevetur estudia adoptar medidas legales por posible prevaricación administrativa

Un estudio elaborado por la federación desliga el aumento del alquiler local del vacacional en Baleares

Fevetur avisa que se está estudiando adoptar medidas legales por posibles indicios de prevaricación administrativa en todo el proceso de prohibición

total de las viviendas turísticas vacacionales en edificios plurifamiliares en Palma. Según un estudio de Fevetur, la oferta de vivienda turística vacacional en las Islas Baleares no tiene ningún impacto en el aumento de los precios de alquiler residencial que se ha producido en los últimos años.

La Federación Española de Asociaciones de Viviendas y Apartamentos Turísticos (Fevetur) lamenta que Palma de Mallorca se haya convertido en la primera ciudad en adoptar una medida tan "radical y populista" como es la prohibición total de las viviendas turísticas vacacionales en edificios plurifamiliares, que "responde únicamente a motivaciones políticas".

Para el presidente de la federación, Tolo Gomila, esta situación "denota la más absoluta animadversión hacia el Turismo y hacia la economía", así como la "incapacidad de gestión de una minoría radicalizada que por juegos de equilibrio parlamentario tiene responsabilidad en el gobierno municipal".

Desde Fevetur avisan que se está estudiando adoptar medidas legales ante los posibles indicios de prevaricación administrativa en todo el proceso: "No estamos frente a una regulación, estamos frente a una prohibición que empobrece la ciudad", insiste Gomila, que lamenta las consecuencias adversas de la iniciativa para la pequeña y mediana empresa y el comercio de la capital balear, así como un "claro lastre para la desestacionalización tantas veces promulgada por el ejecutivo y tan poco practicada".

En este sentido, Fevetur recuerda las "sentencias favorables de Oviedo, Barcelona, Madrid, Valencia, Canarias o Berlín" en relación con

otras regulaciones mucho menos restrictivas de lo que se propone en Palma y espera que en el caso de la capital balear "también será derogada".

Estudio

En un estudio presetado por la federación antes de conocerse esta medida, se destacaba que la oferta de vivienda turística vacacional (ETH) en las Islas Baleares no tiene ningún impacto en el aumento de los precios de alquiler residencial que se ha producido en los últimos años. El informe apunta al aumento de la demanda y a la mejora global de la economía como factores que explican esta burbuja de precios.

En este sentido, destaca el hecho de que, en los dos últimos años, el paro en Palma y su área metropolitana ha caído un 14,4%, el empleo ha subido en un 6,7% unido además a un aumento de la población en un 0,7%. Por otro lado, según datos de este mismo estudio, durante 2016 y 2017 el precio del alquiler residencial ha seguido subiendo a un ritmo del 12%, a pesar de la entrada en vigor de la moratoria turística el pasado mes julio de 2017 y a la reducción de la presencia de Estancias Turísticas Vacacionales. Solo en Palma, entre 2017 y 2018 la oferta de ETH se ha reducido en un 34,7%.

El presidente de Fevetur, Tolo Gomila, asegura que los datos "aportan luz y datos al debate so-



Debate 'Economía, Urbanismo y Sociología de los Apartamentos Turísticos'.

bre el precio de la vivienda y se demuestra que, en ningún caso, se puede culpabilizar a las estancias turísticas vacacionales de la recuperación de precios que vive el mercado inmobiliario".

Estancias turísticas

En total, el estudio contabiliza 40.675 viviendas turísticas en Baleares, lo que representa un 6,9% del parque de vivienda de la comunidad, mientras que otras tipologías de alojamiento, como la segunda residencia, representan el 14,6% del total de viviendas. También destaca el alto porcentaje de viviendas vacías (71.255), que suponen el 12,4% del total. Se da el caso que en la ciudad de Palma las estancias turísticas de viviendas son solo el 1,4%.

El estudio ha sido realizado por la firma de Big Data y Business Intelligence In Atlasy ha sido dirigido por el arquitecto Luis Falcón Martínez de Marañón, miembro de la Mesa de Turismo de Cataluña y miembro del Consejo Asesor del Campus de Turismo de la Universidad de Gerona, entre otras.

El informe también detalla que buena parte de las estancias turísticas son unifamiliares y se concentran en municipios con una alta presencia. El estudio 'El impacto de las estancias de uso turístico en el mercado del alquiler residencial en Palma de Mallorca' se ha presentado durante una sesión de debate en la sede de la Cámara de Comercio de Mallorca organizada por Fevetur bajo el título 'Economía, Urbanismo y Sociología de los Apartamentos Turísticos'.

AEHM pide seguridad jurídica contra las viviendas de alquiler de uso turístico

Se opone al recurso presentado por la CNMC, ya que da libertad e impulsa esta modalidad

La Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) ha reclamado al Gobierno central protección legal y seguridad jurídica frente al crecimiento descontrolado de viviendas de alquiler de uso turístico (VUT). Esta petición la ha hecho tras conocer que el Ministerio



Federico González

de Fomento blindará al sector del taxi frente a la competencia creciente de plataformas de movilidad.

Los hoteleros madrileños a través de AEHM afirman que las VUT ilegales atentan directamente al modelo turístico español, con las graves consecuencias que conllevan. Consideran de esta manera primordial la elaboración de una normativa de ámbito nacional, no solo regional, que vaya más allá del decreto emitido por el ministro de Hacienda y Función Pública, Cristóbal Montoro.

"Además de estar provocando un aumento desorbitado en el precio de los alquileres y la expulsión de los vecinos de las zonas en las que hay una mayor concentración de pisos turísticos ilegales, Madrid podría llegar a perder toda su esencia y muchos barrios

pasarían a convertirse en meros 'parques temáticos', por no hablar del fenómeno de la turismo fobia que se generaría", ha señalado el presidente de la AEHM, Gabriel García. Asimismo, ha remarcado que ante un problema como este "es de vital necesidad la puesta en marcha de una normativa que regule a las VUT ilegales, así como el desarrollo de un marco fiscal, legal y financiero que favorezca al Sector Hotelero".

La AEHM considera vital que la Administración central, que tiene competencias para tomar medidas

de índole fiscal y de seguridad, regule de forma precisa para establecer un sistema de control de las plataformas que comercializan las VUT. De igual manera, la asociación hotelera cree necesario que el Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital convoque una reunión con todas las Comunidades autónomas para llegar a un acuerdo en torno a esta situación.

Un sistema de control

Asimismo, la AEHM también ha manifestado recientemente su oposición al recurso presentado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) al citado Decreto del Ministerio de Hacienda al considerar que ofrecía una serie de 'ventajas fiscales' a las VUT frente a las 'elevadas cargas' a las que se enfrenta el Sector Hotelero, fomentando, de este modo, la competencia desleal.

Marriott opera en alquiler turístico junto a Hostmaker

Marriott International ha elegido Hostmaker (*start-up* que ofrece servicios integrales de calidad y de gestión de inmuebles en las principales ciudades de Europa) como único socio para ingresar en el mercado del alquiler y uso compartido de viviendas.

Prueba piloto

Desde finales de abril, en Londres, es posible reservar y alquilar una de las más de 200 casas seleccionadas por Hostmaker y Marriott. Este acuerdo es una prueba piloto que se prolongará hasta el mes de octubre y, en función de diferentes variables como la satisfacción del cliente y el impacto económico del modelo de negocio, se valorará su extrapolación a otras ciudades del mercado europeo.

PRODUCTO

Riu Hotels contribuye en México a la creación de 100 aulas temporales

Los devastadores terremotos que sacudieron México el 7 y 19 de septiembre de 2017 afectaron gravemente a más de 10.000 escuelas ubicadas en los estados de Ciudad de México, Chiapas, Morelos y Puebla. Es en estos estados donde Unicef ha priorizado su actuación, ya que concentran una población infantil de aproximadamente siete millones, seis meses después, Riu Hotels & Resorts ha logrado con su contribución a Unicef crear un centenar de aulas temporales y la vuelta a las actividades escolares de 4.000 niños mexicanos de Chiapas y Puebla. Esta colaboración ha logrado la formación de manera directa de 204 docentes que, siguiendo el esquema de réplicas diseñado por Unicef con los estados, ha llegado a más de 1.020 docentes.

Barceló Montecastillo lanza Baby Food, para los más pequeños

Aunque la comida envasada para bebés ha avanzado en los últimos años, la mayoría de los padres prefieren potitos naturales y recién hechos. Para que no tengan que renunciar a las frutas y verduras frescas cuando se encuentren de viaje, Barceló Montecastillo (Jerez de la Frontera) ha habilitado un nuevo servicio en su Vital Corner. Baby Food se convierte en la opción más saludable para que los bebés que se alojan en el hotel desayunen con una selección de frutas, verduras y cereales que se podrán elegir al gusto para obtener un plato sano y con todas las vitaminas. Por otro lado, el establecimiento ha pensado también en los niños que empiezan a probar alimentos sólidos mediante la aplicación del novedoso Baby Led Weaning.

Vincci Mercat recibe el premio al Mejor Menú Cardiosaludable

El restaurante El Mercat de Vincci Mercat, en Valencia, ha sido galardonado por la Sociedad Valenciana de Hipertensión Arterial y Riesgo Vascular (SVHTAyRV) con el reconocimiento al 'Mejor Menú Cardiosaludable'. El menú ha sido seleccionado por contener alimentos que ayudan a conservar o restablecer la salud del sistema cardiovascular o circulatorio, es decir, de las arterias y venas, principalmente, que es un factor muy importante para prevenir sus enfermedades. El menú contiene: hummus de garrofón con polvo de parmesano; coca de verduritas y pulpo; chop suey de langostinos con sepietas y almejas; pluma ibérica con setas confitadas y patata violeta; y bizcocho de almendra sobre crema de calabaza asada y helado de vainilla.

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 Berastegui, 4 bajo I BILBAO	94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Morera, 12 esq. a Zarza C. REAL	926-274157/226259 Fax 926-226334
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputacio, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 358358/91-7244747 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 Diputacio, 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 Arequipas, 1 MADRID	91 308308 Fax 91-3821664
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	902-361926 Fax 93-4827131
NIZA TOURS-VIAJES NIZA Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)	902-995950 Fax 922-793868

NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 238 BARCELONA	902-510120 Fax 91-4568686
NUUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4º MADRID	91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	91-5612373 Fax 91-5614242
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS 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 91-6239817
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 5º BARCELONA	93-4905450 Fax 93-4906479

UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Enpta. lqz. MADRID	91-5401840 Fax 91-5401841
VIVA TOURS Trespaderne, 29 4º	902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 10, 6º drcha MADRID	900 995 282 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. Descubridor Diego de Ordaz, 3-3º MADRID	91-1217401 Fax 91-4414956
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	91-3083444 Fax 91-3198444
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, 7ª planta. MADRID	91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
AMERICAN AIRLINES Plaza del Callao, 5 - planta 8 MADRID	902-011737

Compañías Marítimas

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

Ferrocarril

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

Alquiler de Automóviles

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

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

Centrales de Reservas

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

Organismos

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

Transporte por Carretera

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

Servicios

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

Cadenas hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



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

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

POSITIVO FRANCÉS NATIVO ANGLORICANO: GLOBISH SPANISH COACH

Busqueda activa de EMPLEO

Excelente PROFESOR Management y Marketing ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE Suiza ("La primera del mundo") Centro de Estudios Turísticos Cuba Escuela OFICIAL de Turismo Madrid Shanghai Institute of Turism 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

Oibus moderniza la estructura y el diseño de su página en Internet

Oibus presenta una nueva versión de su *web* con un diseño *responsive*, que mantiene una amplia información sobre sus destinos en Europa, vuelve a incluir un área de ayuda al viajero y mantiene la gestión de reservas, que no es válida para las agencias.



es.oibus.com

Oibus, empresa de transporte por carretera del Grupo SNCF, antes iDBUS, presenta una nueva versión de su página modificando sensiblemente el diseño y la estructura de la anterior, válidos para cualquier tipo de terminal, así como el sistema de reservas de sus trayectos de bus y los de otras compañías de transporte europeas, con posibilidad de mantenimiento posterior pero no disponible para las agencias de viajes. La página, en la que se ha vuelto a incluir un área de ayuda para el usuario, presenta versiones en español, francés, inglés, flamenco, holandés e italiano.

INFORMACIÓN

Presenta un mapa activo y una relación de sus destinos, desde la que se puede acceder al destino en el que ofrece el plano de situación de la parada y todos los trayectos con llegada y con salida en ese destino, indicando su precio. También permite hacer el seguimiento de un trayecto.

RESERVA

Dispone de un completo sistema de reservas de sus trayectos y de los de otras compañías de transporte europeas, que ofrece una completa información del viaje con sus transbordos y paradas y contempla el mantenimiento posterior, pero no la reserva desde agencias.

GENERAL

Sigue sin incluir información sobre la empresa, pero ahora ofrece una completa área de ayuda al viajero para antes y durante el viaje, sobre el mantenimiento de la reserva así como el enlace con sus redes sociales y formularios para reclamaciones y sobre objetos perdidos.

▲ Lo Mejor / Cobertura

Ofrece un amplio conjunto de trayectos en autocar por gran parte de Europa, con una gestión de reservas fácil y completa.

▼ Lo Peor / Mapa de Paradas

Los resultados de la búsqueda en el mapa de paradas no incluyen todos los destinos que ofrece en la relación y la reserva.

OIBUS / Transportes

Ponderación de los Valores

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

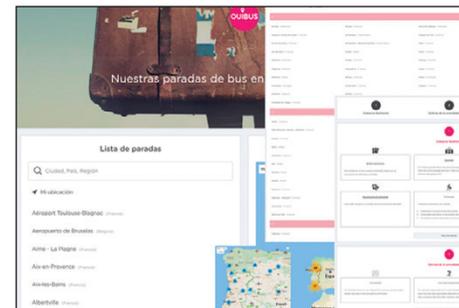
EVALUACION NEXOTUR.COM

A pesar de su amplia cobertura en gran parte de Europa, la *web* de Oibus sigue siendo de muy poco interés para los profesionales de Turismo, ya que aunque ofrece una amplia información sobre rutas en varios países, sigue sin contemplar la gestión de reservas desde las agencias.

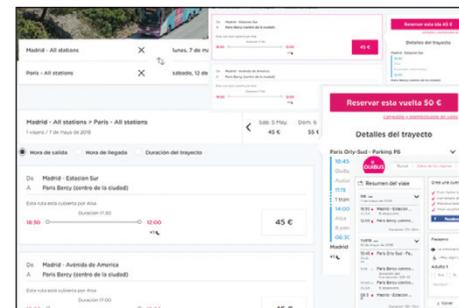
7.2



Entrada / Presenta la selección para la reserva, las mejores ofertas y destinos y distinta información para el usuario.



Producto / Ofrece un mapa de los destinos de Oibus en Europa y una relación por países con los trayectos del seleccionado.



Reserva / Dispone de un completo sistema de reservas de plazas en sus líneas y en las de otras empresas colaboradoras.

Beninter presenta una nueva 'web' compatible que ya no ofrece hoteles

Beninter presenta una nueva versión *responsive* de su página que sigue ofreciendo una completa información y una fácil gestión de reservas, únicamente de apartamentos en Benidorm, pues ya no incluye hoteles, traslados ni otros servicios en la zona.



www.beninter.com

Beninter, central de reservas de alojamientos de Benidorm, presenta una nueva versión de su página —disponible para cualquier tipo de terminal— que, con diseño renovado pero con una oferta reducida a algunos edificios de apartamentos en su entorno (ya no incluye los hoteles traslados y otros servicios de versiones anteriores), informa sobre la central, con una completa descripción de los apartamentos, y un sistema de gestión de reservas de fácil uso, ahora no disponible para las agencias de viajes. Por otro lado, la página ofrece versiones en castellano, inglés y holandés.

INFORMACIÓN

Accediendo desde la primera pantalla o desde la selección para reserva, presenta una amplia información del establecimiento en una única pantalla, su galería de fotos, las opiniones de los clientes y su plano de situación. También ofrece información para el alta de nuevos apartamentos.

RESERVA

La versión actual ya sólo incluye apartamentos, para los que ofrece un sencillo y rápido sistema de gestión de reservas en cuatro pasos, con pago mediante tarjeta y posibilidad de acceso posterior para los usuarios registrados, pero no está disponible para las agencias.

GENERAL

La página mantiene alguna información sobre la empresa, sus formas de contacto, horarios y plano de situación, así como un área de ayuda al usuario y otra de ventajas que le ofrece, una zona para registro y acceso de apartamentos, y otra dedicada a la opinión de los usuarios.

▲ Lo Mejor / Amigable

Es una página que facilita el acceso a los apartamentos en Benidorm y su reserva desde cualquier tipo de terminal.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Ya no contempla la gestión de reservas desde las agencias de viajes que había en la versión anterior.

BENINTER / Central Reservas

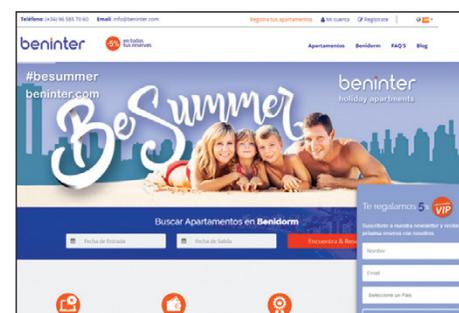
Ponderación de los Valores

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

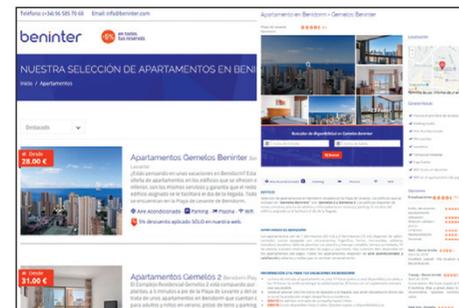
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva versión de Beninter.com, a pesar de ser compatible para cualquier terminal móvil, es de poco interés para los profesionales de Turismo, ya que ahora sólo informa sobre una limitada oferta de apartamentos en el entorno de Benidorm y ya no incluye la reserva desde agencias.

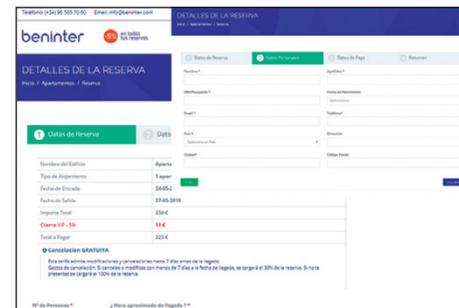
6.6



Entrada / Ofrece el acceso a los apartamentos y a la guía de Benidorm, la búsqueda de reserva, sus ventajas y opinión de clientes.



Producto / Accediendo desde la relación de apartamentos o desde la reserva, ofrece su descripción, situación y galería de fotos.



Reserva / Dispone de una fácil gestión de reservas en cuatro pasos, de pago con tarjeta pero no disponible para las agencias.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Algunas agencias de viajes exigen a sus trabajadores el conocimiento de MAC

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'.**

■ **Marly Camino** Madrid. Esta agencia, especializada en el Camino de Santiago busca un profesional dinámico con experiencia en el área de reservas de viajes u hoteles. Es necesario que los candidatos tengan experiencia en manejo de Amadeus y Star, así como conocimientos de MAC en inglés. También deberá tener su residencia en Madrid.

■ **Bentravel Madrid**. Madrid. Esta agencia de viajes busca a un profesional con experiencia demostrable de, al menos, dos años. También valorarán positivamente la reseñas de los empleos anteriores, la aportación de una agenda propia de clientes, conocimientos de otros idiomas además del inglés y la posibilidad de disponer de un gran flexibilidad horaria.

■ **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. Las condiciones de VJ Travel son: jornada laboral de lunes a viernes de forma continua y posibilidad de contrato indefinido.

■ **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.

■ **Viajes Cometa**. Madrid. Esta agencia de viajes madrileña necesita a un profesional especializado en viajes corporativos y a medidas. Los candidatos interesados en acceder al puesto necesitan tener una experiencia demostrable de tres años, así como un nivel alto de inglés.

■ **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, resolutivez, 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.

■ **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.

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

■ **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 bru-

tos. Los candidatos deberán demostrar un nivel alto de inglés y manejo avanzado de GDS, preferiblemente Galileo. Las tareas del puesto incluye desde la gestión de reservas e incidencias al asesoramiento del cliente. Asimismo, será obligatorio que los candidatos tengan disponibilidad para hacer guardias rotativas.

■ **Mapa Tours**. Madrid. La mayorista está seleccionando estos días personal para el departamento de contabilidad en sus oficinas centrales de Madrid. Valorará que los aspirantes tengan dominio del programa contaplus y de inglés. Ofrece en primer lugar un contrato eventual con posibilidad de pasar a indefinido, jornada completa. Además, Mapa Tours informa de que 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.

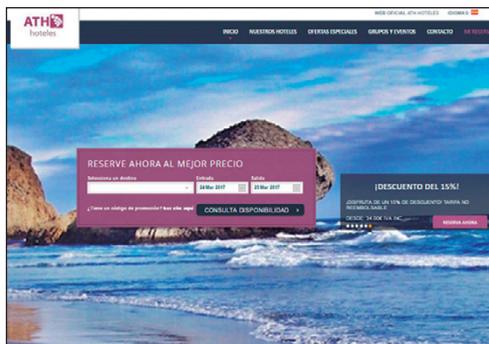
Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles en España

↑ La **web** de ATH Hoteles ofrece, únicamente al cliente final, la **descripción** de sus hoteles en España y un sencillo sistema de gestión de reservas de estancias. También incluye información sobre sus servicios para eventos y un formulario de consulta.

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

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



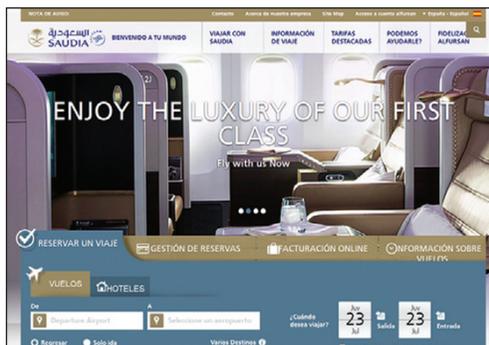
<http://www.athhoteles.com>

Vuelos a Oriente

↑ La nueva versión de la página de Saudia Airlines mantiene una **información** sobre sus vuelos semejante a la anterior y ha añadido la reserva de hoteles a la de sus vuelos a Oriente, aunque sigue sin estar disponible para las agencias.

→ Su **utilidad** está limitada por su escasa cobertura en España.

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



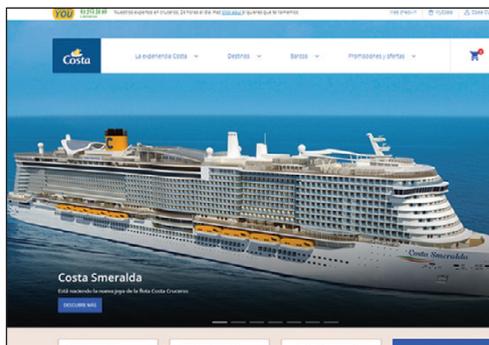
<http://www.saudiairlines.com>

Reserva de cruceros

↑ La nueva versión de la página de Costa Cruceros, además de optimizar su diseño y estructura y ser compatible para cualquier tipo de terminal, simplifica la **información** de sus cruceros y mantiene la gestión de reservas no válida para las agencias.

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

↓ No contempla la gestión de reservas desde las agencias.



<http://www.costacruceros.es>

Turismo en Jerez

↑ Jerez de la Frontera presenta una nueva versión de su **web** oficial de Turismo en la que, mejorando su diseño y estructura, ofrece la **información**, aún incompleta, sobre todos los temas de interés turístico en la ciudad y su entorno, incluyendo sus rutas turísticas.

↑ Será una página de **utilidad** cuando complete toda su información.

↓ Para la gestión de **reservas** ofrece el enlace con la **web** del proveedor.



<http://www.turismojerez.com>

Vuelos y hoteles

↑ Farecompare es un sistema de selección de las mejores ofertas de vuelos y alojamientos en todo el mundo que ofrecen empresas y centrales de reservas, que para gestionar las reservas enlaza con la página del proveedor de la oferta seleccionada.

→ Su **utilidad** está limitada por una gestión útil pero complicada.

↓ Enlaza con la gestión de **reservas** de la **web** de la oferta seleccionada.



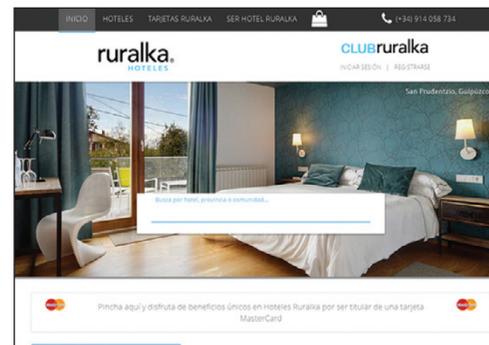
<http://www.farecompare.com>

Estancias y planes

↑ Ruralka modifica su presentación de su **web** manteniendo la **información** de sus hoteles y sobre sus regalos y planes de estancias, e incluyendo la reserva **online** de estancias conectando con Booking.com y una nueva gestión de tarjetas.

→ Sería de más **utilidad** si amplía la información sobre sus tarjetas.

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



<http://www.ruralka.com>

LEGISLACIÓN

CNMC

Contratación de servicio

✓El Boletín Oficial del Estado (BOE), publica el 14 de abril el anuncio de formalización del contrato para el servicio de agencia de viajes para la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Dará servicio al personal funcionario y laboral de las sedes de Madrid y Barcelona de la CNMC. La empresa adjudicataria, el 7 de marzo, ha sido Viajes Eroski, S.A., entre las seis ofertas presentadas. En el BOE se desglosa los criterios por los que ha sido elegida esta agencia, entre los más destacables es el 'cargos por emisión de billetes' y el 'descuento sobre la facturación', ambas ponderadas con un 30%.

✓El Boletín Oficial de Madrid publica el 13 de abril la resolución del 14 de marzo de cese de actividad de la agencia de viajes HCH & Asociados Asesores de Viajes, Sociedad Limitada Unipersonal. Se realiza cumpliendo lo establecido en el artículo 45,1 de la Ley 39/2015.

Boletín Oficial del Estado
www.boe.es

CURSO

Formación de inglés para el Sector español

AccorHotel pone a disposición de sus trabajadores la plataforma Taplingua

Una de las grandes problemáticas identificadas por el Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) es la falta de habilidades lingüísticas de los trabajadores operativos, en un Sector con más de 80 millones de turistas extranjeros. El último informe del PNIT dictamina que, si se solucionara, se reduciría la masificación y contribuiría a desestacionalizar la oferta turística. Por lo que una solución de aprendizaje de idiomas asequible y efectiva puede ayudar a que el Turismo español sea más competitivo y dinámico.

En este contexto, AccorHotels confía en Taplingua para formar a sus profesionales. Esta aplicación móvil tiene formación adaptada al

puesto del trabajador, ya ha sido implementada para los idiomas de inglés, alemán y francés en la cadena hotelera Accor en España y Portugal. Para que los trabajadores encuentren entretenida la formación, la app está organizada en microlecciones en formato audiovisual, gamificación y dinamizadores educativos "Es una plataforma muy dinámica y adaptada para el aprendizaje de idiomas a la realidad y el día a día de nuestros equipos en los hoteles", asegura el director de Formación y Desarrollo de Accor-Hotels, Jaime Velasco. "Acabamos de empezar con la experiencia y esperamos que tenga un gran impacto", confirma el directivo.



LIBROS

Guía para la hostelería

'Manual para neo hosteleros valientes'. Hospitality 4.0.

El 'Manual para neo hosteleros valientes' es el *ebook* que lanza la consultora en investigación y análisis de tendencias, innovación y estrategia, así como directora del Congreso Hospitality 4.0 para Hospitality Innovation Planet (HIP), Eva Ballarin. Se trata de una herramienta que reúne las claves para emprender en hostelería, así como para revisar cualquier negocio hostelero y actualizarlo. El manual está destinado "para los que quieren emprender y para los que quieren revisar su negocio y ponerlo al día. Es, ante todo, un libro atemporal que no cubre la moda gastroburbuja, sino que apuesta por negocios sostenibles y felices", ha explicado Ballarin. Analiza y filtra modelos de negocio, poniendo a disposición de los profesionales una guía práctica y que espera resultar útil independientemente del modelo de negocio.

CALENDARIO

Turismo MICE en Frankfurt

●Entre el 15 y el 17 de mayo tiene lugar Imex Frankfurt, la feria especializada en Turismo de negocio y MICE. En esta ciudad de Alemania, los profesionales del Sector podrán entrar en contacto con los más importantes profesionales alemanes e internacionales. El evento se celebra desde 2002 y es uno de los más importantes en el segmento MICE y se está convirtiendo en el evento más relevante del Turismo en Alemania. Más información en la página web <http://www.imex-frankfurt.com>.

●ILTM Asi Pacífico se celebra en Marina Bay Sands (Singapur) del 21 al 24 de mayo. Se trata de una de las ferias de viajes de lujo más importantes de esta región. Los organizadores aseguran que con una población viajera que crece de año en año, el Asia Pacífico reúne un variado número de culturas y países que representan a los viajeros más activos en este Turismo de lujo, por lo que es importante conocer su oferta. Más información en la web www.iltm.com/asiapacific.

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

▲ Carlos Garrido



Carlos Garrido ha sido nombrado presidente de UNAV en sustitución de José Luis Prieto, a quien ha reconocido su labor al frente de la Asociación. Garrido va a centrar su gestión en posicionar UNAV como líder del Sector.

▲ Eduard Bogatyr



TUI Spain ha nombrado a Eduard Bogatyr, hasta ahora director financiero de la empresa, como su nuevo director general. Antes de unirse al turoperador, Bogatyr había trabajado en el departamento financiero de Rentokill Initial, Hertz y Kodak.

▲ Ahmed Yousef



Ahmed Yousef ha sido nombrado presidente de la Autoridad Egipcia de Turismo, sustituyendo a Hisham El Demery. Asume la responsabilidad de coordinar la red de Oficinas de Turismo de Egipto en el exterior así como la promoción turística del destino en todo el mundo.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Javier Hidalgo	3
Entrevista / Martí Sarrate	4
Escaparate	5-14
InfoGEA	15-18
Gestión	19
Mostrador	20-22
Club	25
Hotelería	26-27
Booking	28
Evaluatnet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31



LA SEMANA

Más de 5.600 empresas creadas en el inicio de año

El buen momento que atraviesa el Turismo, especialmente el apartado receptivo, se refleja en la creación de empresas turísticas en España. En los tres primeros meses del año se han dado de alta 5.622 nuevas sociedades vinculadas a esta rama de actividad, lo que supone un incremento del 87% en comparación con las 3.004 empresas fundadas en el arranque de 2017. No obstante, también aumenta el número de bajas. Hasta marzo han echado el cierre 642 compañías turísticas, un 116% más respecto al mismo periodo del año anterior, cuando se contabilizaron 297 bajas. El índice de creación empresarial neta baja a 8,76, frente al 10,11 registrado en los tres primeros meses de 2017.



INDICADOR DE EXPECTATIVAS

Marzo ha sido un mes muy positivo para el tráfico aéreo español, influido por la celebración de la Semana Santa durante los últimos días de ese mes, en lugar de durante los primeros días de abril. Teniendo en cuenta esta contingencia, los aeropuertos españoles han registrado un incremento del 10,4% de pasajeros internacionales en comparación a marzo de 2017, alcanzando una cifra de cerca de 6,4 millones de viajeros, según las cifras de TurEspana. El dato más positivo es el del aumento del tráfico de las aerolíneas tradicionales, que se repone de las caídas y los datos escasos de los meses anteriores, aunque sigue con un crecimiento mucho menor que el de las *low cost*.

El tercer mes del año, las compañías aéreas convencionales han presentado un aumento interanual del 4,9%, mientras que en febrero lo habían hecho únicamente en un 0,3% y en enero habían llegado a descender un 1,4%. Aún con ello, en marzo, estas líneas no han llegado a la subida de las de 'bajo coste', del 15,8%, también un incremento mucho mayor que los dos meses anteriores (del 11,5% en febrero y del 5,4% en enero). Por ello, el porcentaje de las compañías *low cost* sigue creciendo y ha alcanzado en marzo el 53% del flujo aéreo total.

Datos trimestrales

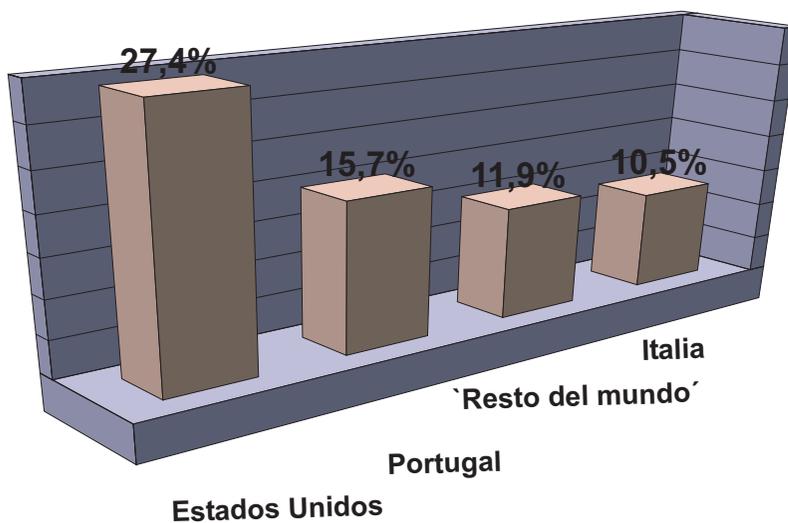
Los buenos datos del último mes de los que TurEspana aporta datos, arrastrado por los atractivos turísticos de la Semana Santa, consigue cerrar un buen primer trimestre de 2018. Como es habitual, el

COYUNTURA

Las líneas tradicionales suben en marzo

El primer trimestre de 2018 ha registrado un aumento del 7,6% en el número de llegadas aéreas. Además, las compañías tradicionales han logrado salvar el periodo (con un incremento del 1,5%) gracias al aumento de viajeros del mes de marzo, 4,9%. Estos datos están influidos por la celebración de la Semana Santa en marzo, por lo que atrae más interés turístico, mientras que el año pasado tuvo lugar en abril.

Porcentaje de crecimiento de mercados



Fuente: TurEspana.

© NEXOTUR

número de llegadas aéreas ha ido creciendo con el pasado de los meses, y de enero a marzo ha registrado un 7,6% más de viajeros internacionales que el mismo trimestre del año 2017. Los pasajeros extranjeros en compañías de 'bajo coste' han acumulado un incre-

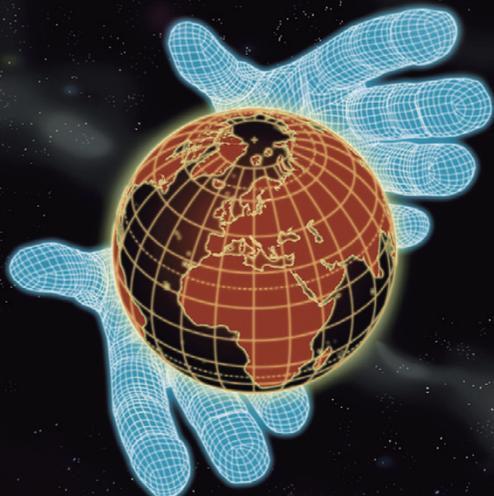
mento interanual del 13,9%, mientras que las líneas tradicionales han registrado una subida mucho más suave, solamente del 1,5%.

Por mercados emisores se observa un aumento de todos los países que desglosa TurEspana, salvo de Reino Unido. El primer

mercado emisor de turistas para España ha comenzado el año bajando su número de llegadas, con un 0,5% menos entre enero y marzo. Aunque en el tercer mes ha repuntado esta tendencia, con un ligero crecimiento interanual del 1,3%. Además, teniendo en cuenta el acumulado anual y a pesar de ser el único país que ha descendido su flujo aéreo, todavía supone más de una quinta parte de las llegadas internacionales a España (un 21,3% el primer trimestre de 2018).

Estados Unidos es el ejemplo de país en el que ocurre todo lo contrario. El país americano ha incrementado un 27,4% sus viajes por vía aérea durante el primer trimestre. Sin embargo, de momento solo supone el 2,1% de las llegadas. Por su parte, Portugal es el segundo país en crecimiento, con un 15,7% más de visitantes que el primer trimestre de 2017, y ya supone el 3% del mercado aéreo. El apartado que se engloba dentro de la denominación de 'Resto de países' ha experimentado un crecimiento del 11,9%, sumando una cuarta parte (25,1%) de las llegadas internacionales.

Italia, el tercer país con más peso en el número total de entradas por vía aérea (excluyendo el apartado de 'Resto de países'), también ha crecido por encima de las dos cifras en los primeros tres meses de 2018, un 10,5%. Dinamarca y Suecia, que todavía tienen un peso minoritario, le siguen en esta lista con una subida del 9,5% y 9,2%. Mientras que Alemania, el país que sigue a Reino Unido en número de entradas aéreas, también ha aumentado un importante 8,9%.



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 la Asamblea de Madrid incluye cinco medidas para favorecer la sostenibilidad del Sector. Una de ellas es impulsar una conferencia mundial sobre este Turismo.

Las huelgas de controladores europeos cuestan 12.000 millones de euros

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

Fomento sugiere a las aerolíneas que bajen los precios

¿Cuál es el mejor momento para reservar vuelo?