NEXO

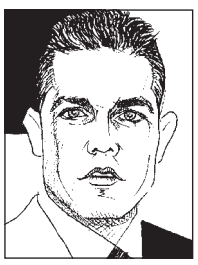
NEXOTUR®

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

NÚMERO 1.045 / AÑO XXIII / SEMANA DEL 11 AL 17 DE JUNIO DE 2018 / PRECIO: 2 EUROS

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO Nexo



NEIL PALOMBA

Innovación tecnológica

PÁG. 12 / La transformación digital, prioridad para Costa Cruceros

EMILIANO GONZÁLEZ

Perspectivas de crecimiento

PÁG. 11 / El sector de cruceros "cuenta con excelente salud"

SARA FERNÁNDEZ

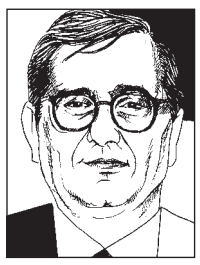
Plan de expansión

PÁG. 7 / Un gran arranque del Grupo GEA en Perú con 94 agencias

RAFAEL GARCÍA

Cuarta red en España

PÁG. 6 / Nautalia roza ya los 300 millones en 2017, un 12,6% más



JESÚS MILLÁN

El Distintivo Matilde Torres

PÁG. 6 / CEAV reconoce a Jesús Martínez Millán y a Amadeus

Los ingresos de los 20 grandes del Turismo aumentan el 13%

Amadeus arrebata a Iberia el primer puesto y Barceló se sitúa en tercera posición

En 2017, las 20 principales empresas turísticas con sede central u origen en España han experimentado un crecimiento del 12,8%, con un volumen de negocio de 41.901,6 millones de euros. Amadeus e Iberia, lideran el Ranking NEXOTUR de Grandes Empresas Turísticas, con Barceló en la tercera posición.

Fernando Sánchez dirige Catai.

Luis Maroto

El *boom* del destino España y el buen momento que atraviesa el mercado emisor se reflejan en los resultados de los grandes grupos turísticos con sede u origen en España. En 2017, las 20 grandes empresas en nuestro país han registrado conjuntamente 41,901,6 millones de euros, lo que ha supuesto un incremento del 12,8%. En los primeros puestos, destaca el ascenso de Amadeus a la primera posición, desbancando a Iberia, que lideraba el *ranking* en las dos ediciones anteriores, con crecimientos del 8,5% y 5,8%, respectivamente. Igualmente, el Grupo Barceló se estrena en el tercer puesto, donde llega desde el quinto, con un aumento del 39,9%.

☞ ***Escaparate*** **en pág. 8**

El grupo Ávoris 'aporta muchas cosas a Catai'

"En este año y medio hemos armonizado el estilo Catai con la filosofía de Avoris", subraya el director general de Catai. **Pág. 4**

La venta directa 'online' aumenta durante 2017

La venta directa *online* de los hoteles españoles se dispara un 59,9%. El transporte aéreo, en cabeza, crece un 13,6%. **Pág. 10**

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 21

El Congreso se ha celebrado en Málaga el 31 de mayo y el 1 de junio.

Los empresarios del Sector Hotelero debaten su futuro

El Palacio de Ferias y Congresos de Málaga ha reunido medio millar de empresarios hoteleros en el Congreso de Hoteleros Españoles. Los retos a los que se enfrenta la Hotelería para reforzar su posicionamiento internacional y mejorar su competitividad han centrado las jornadas. ☞ ***Tribuna*** **en pág. 2 y** ***Hotelería*** **en págs. 23-26**

CONEXO celebra 20 años

El Grupo NEXO rinde homenaje a los Protagonistas del MICE en una cena de gala, en la que se reconocerá a empresarios, directivos y profesionales que conforman el MICE en España. El histórico evento, que reunirá centenar y medio de invitados el 27 de junio en el Marriott Auditórium, "será el marco para presentar el Especial CONEXO 20 Años, que glosa la historia del Turismo de Reuniones en estas dos décadas, en las que se ha consolidado como el segmento más rentable del Turismo", en palabras del director, Eugenio de Quesada. Un centenar de empresarios, directivos y personalidades claves del Sector recibirán el reconocimiento Protagonistas del Sector.

CONEXO

El mercado de reuniones genera en Madrid 50.000 millones de pesetas

El viajero profesional

La videoconferencia, una tecnología aún inmadura

American Express potencia los congresos e incentivos

¿Seguro que su compañía aérea le escucha?

Spanair

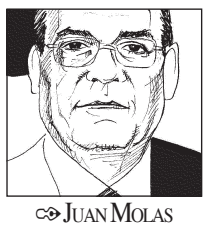
'Exito' en la primera fase de aplicación de NewGen ISS

Aleks Popovich

El NewGen ISS se ha implementado ya "con éxito en Noruega, Dinamarca, Suecia, Finlandia, Islandia, Canadá y Singapur". El polémico nuevo sistema con el que la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) busca modernizar el sistema BSP arrancará la segunda fase de implantación este mismo mes de junio en Hungría, Panamá, Honduras, Lituania, Estonia y Letonia. Como explica el vicepresidente senior de servicios financieros y de distribución de IATA, Aleks Popovich, se trata de una "transformación vital para modernizar las funciones de liquidación de la industria y garantizar la viabilidad del canal de compras de agentes". ☞ ***Escaparate*** **en pág. 6**

TRIBUNA

'He tenido la tentación de recuperar mis palabras pronunciadas en el último congreso de Salamanca, allá por el mes de noviembre de 2016, porque salvo alguna buena noticia, el resto de acontecimientos que nos rodean siguen sin solucionarse', subraya el presidente de CEHAT



JUAN MOLAS

Mantener Asociaciones empresariales fuertes y unidas

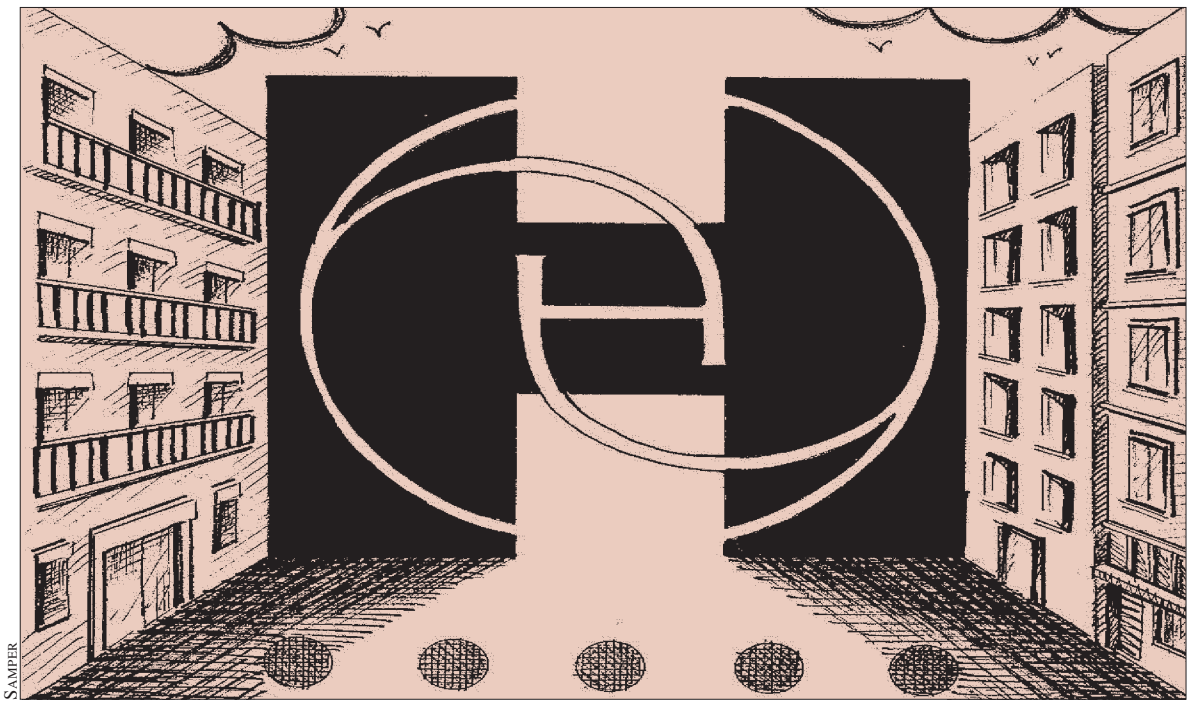
QUIERO EN UNOS breves minutos transmitiros desde CEHAT una serie de opiniones, pensamientos, criterios, en torno a nuestro Sector. He tenido la tentación de recuperar mis palabras pronunciadas en el último congreso de Salamanca, allá por el mes de noviembre de 2016, porque salvo alguna buena noticia, el resto de acontecimientos que nos rodean siguen sin solucionarse, teniendo en cuenta que a los mismos se ha incorporado en el panorama general, en primer lugar, la situación sociopolítica de Cataluña, que en nada beneficia a nuestro Sector y que desconocemos absolutamente las consecuencias que pueden derivarse en los próximos meses, no solo en Cataluña sino también al resto de España.

España vive una crisis política probablemente de gran trascendencia, quizá la mayor desde la Constitución de 1978. A raíz de la sentencia del caso Gurtel, hemos entrado en una dinámica política que puede dificultar la estabilidad y la gobernabilidad, sin descartar según muchos analistas políticos, un posible adelanto electoral. Pero a pesar de la gravedad del momento no podemos ni debemos caer en el fatalismo. Hay que recuperar el absoluto respeto a la legalidad en que se funda el Estado de derecho, base de toda sociedad democrática y pluralista. Sin tener en cuenta estas circunstancias no puede haber progreso económico y social.

En segundo lugar, nos parece desproporcionada la pública y gratuita propaganda que se ha dado a un colectivo denominado *kellys*, que no sabemos a ciencia cierta que movimientos políticos o sociales han o están diseñando sus estrategias y sobre todo quién o quiénes están financiando sus campañas de comunicación. En este sentido, no nos pareció demasiada afortunada la audiencia que el propio presidente del Gobierno les concedió, mediante la intervención de un singular partido político, que a la postre ha sido determinante en la aprobación de los presupuestos generales. Presupuestos generales que según parece por fin verán la luz, sin que ello signifique ninguna mejora sustancial en la partida dedicada al Turismo, pero al menos las grandes líneas de actuación gubernamental podrán cubrirse, siempre que otras circunstancias no alteren el ritmo político establecido. Las noticias que se van sucediendo estos días son ciertamente confusas y no invitan precisamente al optimismo.

Echamos en falta un adecuado Plan Estratégico a 10, 15 o 20 años, para seguir ejerciendo el liderazgo

Y recordareis que en Salamanca hicimos mención a uno de los problemas más importantes que la hotelería y el Turismo estaban sufriendo. Le llamábamos entonces, hace escasamente año y medio, economía colaborativa. ¡¡Qué ilusos, qué buena fe!!



SAMPER

Un auténtico *tsunami* de oferta ilegal se ha instalado en España sin que las diferentes Administraciones adopten las medidas correctoras adecuadas en términos generales. Algunas Comunidades con legislaciones de dudoso cumplimiento. Otras con leyes laxas que no invitan precisamente al optimismo. Y pocas con una clara determinación de persecución de la oferta ilegal.

Ejemplos hay muchos, pero por citar alguno puedo referirme a Málaga donde un estudio municipal a través del Observatorio de Medio Ambiente Urbano se ha detectado que los alojamientos ofrecidos por la principal plataforma en Internet duplican los registrados por la Junta de Andalucía: 147 hoteles/6.038; habitaciones/ 11.626 plazas; 123 apartamentos registrados/1.030 habitaciones/3.141 plazas; y 2.211 viviendas registradas/ 4.548 habitaciones/10.972 plazas.

Alojamientos ofrecidos por AirBnb: 4.782 viviendas/7.629 habitaciones/20.128 plazas. El doble que habitaciones de hotel.

Desde la CEHAT, reclamamos una vez más, la intervención decidida del Gobierno central para armonizar de forma adecuada las medidas que debe acometerse en materia fiscal, laboral, control de registro de huéspedes, etc., a través de una nueva legislación que va mas allá de cada una de las 17 respuestas normativas autonómicas o municipales. Debe de acometerse sin falta, de forma urgente, una modificación de la ley de arrendamientos urbanos, por encima de las múltiples tentaciones que algunos municipios turísticos nos han brindado últimamente.

No podemos seguir proclamando a los cuatro vientos que el año 2017 batimos todos los récords de visitantes: 82 millones de llegadas. Cabe recordar que hace solo diez años, en el año 2007, el número de turistas que nos visitaron fueron 59 millones. Es decir, en diez años hemos aumentado un 38% más de llegadas, cuando nuestra planta hotelera ha crecido solo un 2% en plazas. ¿Dónde se han alojado?

Y a pesar de ello, el Sector Hotelero ha sabido mantenerse a flote durante los largos años de la crisis, en el periodo 2007 al 2015. Y no solo no se ha destruido empleo sino que hemos sido capaces de crear un 2,3% más de puestos de trabajo. Y hemos sido capaces de invertir cientos de millones en la mejora de la planta hotelera española, alcanzando un nivel de competitividad digno de todo elogio.

Pero ello no es óbice para que reconozcamos determinadas situaciones que pueden alterar la buena salud de nuestro Sector:

1º. Países competidores que vienen recuperándose de unos años con situaciones sociopolíticas negativas.

2º. Implementación de impuestos o tasas en determinadas zonas que no tienen una finalidad elocuente y pueden multiplicarse por dos, tres o cuatro, según el criterio del legislador de turno.

Simplemente perverso.

Y finalmente echamos en falta un adecuado Plan Estratégico a 10, 15 o 20 años, para seguir ejerciendo el liderazgo que venimos manteniendo hasta la fecha. Plan estratégico por poner un ejemplo, como el de esta ciudad que nos acoge, Málaga, que ha sabido diseñar una alternativa clara al Turismo de 'sol y playa', columna vertebral de la Costa del Sol, al que se ha añadido una magnífica oferta hotelera, congresual, cultural, etcétera, donde la población va entendiendo cual es el auténtico aporte que el Turismo ofrece para su estabilidad económica y social. Este deber ser nuestro reto.

Un auténtico tsunami de oferta ilegal se ha instalado en España sin que adopten medidas correctoras

Para ello, debemos seguir manteniendo Asociaciones empresariales fuertes y unidas, a través de la participación activa de CEHAT en la CEOE para resolver los temas de ámbito nacional, así como a la HOTREC, nuestras patronal europea, para encauzar y defender nuestros intereses en Europa.

No quiero olvidarme de la tecnología y las personas. El Sector Turístico se ve totalmente impactado por los cambios tecnológicos. La manera en que los turistas se inspiran para buscar un viaje, un hotel, un vuelo; la manera en que buscan un restaurante, o una tienda en el destino, la manera en que el hotelero puede distribuir su producto, a través de canales que hace cinco años no existían… todo cambia; por eso, es más importante que nunca poder entender hacia dónde van las tendencias, hacia dónde va el cliente cada vez más influenciado por la tecnología. Y es ahí donde el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) desarrolla su labor. Visualizar los cambios ahí donde el ITH desarrolla su labor. Visualizar los cambios tecnológicos, y "traducirlos" al lenguaje hotelero para entender para qué vale la tecnología y cómo el hotelero puede sacar el máximo provecho de ella, pero teniendo siempre claro, que la inteligencia no está en las máquinas, sino las personas que las utilizan.

En el ITH desde hacer ya 14 años, y al amparo de CEHAT, se busca mejorar la competitividad de todo el Sector, de las grandes cadenas y de los hoteles independientes, mediante la innovación y la tecnología. En ámbitos como las tecnologías TIC, el Big Data, la inteligencia artificial, la sostenibilidad y la eficiencia energética… un sinfín de tecnologías que no paran de crecer, y eso hace más necesario que nunca al ITH, para poder traducir y entender cómo estas tecnologías están cambiando a nuestro cliente, a nuestro huésped.

Desde las Asociaciones empresariales hemos de convencer a la clase política que los compromisos no deben valorarse con unos miles de votos de las próximas elecciones.

El compromiso pasa por intentar dejar a nuestros hijos, a las futuras generaciones, un país más justo, más equilibrado, más próspero, con el convencimiento de haber logrado los objetivos propuestos.

Las ponencias de este Congreso pretenden ilustrar de alguna manera parte de este camino y espero que disfrutéis del mismo.

Este es nuestro compromiso, seguir ofreciendo desde la Confederación Española de Hoteles, toda la colaboración a nuestras asociaciones hoteleras españolas, a los hoteleros, a todos los hoteleros, y al mundo del Turismo en general.

Juan Molas es presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). Discurso en el Congreso de Empresarios Hoteleros.

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), JOSEP MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), GERGANA 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 HERNÁEZ, JUAN CARLOS MAÑAS Y CLAUDIO MEFFERT

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

NEXO editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:
LOPE DE VEGA 13. 28014 MADRID
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 INFORMÁTIZACIÓN Y PROCESOS: JOSÉ MANUEL DÁVILA
DIRECTOR DE PLATAFORMA DIGITAL Y WEBSITE: JOAQUÍN ABAD

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

PUBLICIDAD / DEPARTAMENTO PROPIO: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)
MADRID: MERCEDES LEÓN, 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 EMBLISTADO)* 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

Adiós a Nadal, el 'ministro invisible'

TENEMOS NUEVO GOBIERNO DE ESPAÑA. El flamante presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, ha nombrado nuevo ministro de Turismo, aunque aún se desconocía su nombre al cierre de esta edición.

El abrupto relevo del Gobierno Rajoy incluye la salida del ministro Álvaro Nadal y de la secretaria de Estado Matilde Asían, tras la marcha del director general de TurEspaña, Manuel Butler, a la dirección ejecutiva de la OMT.

Un relevo que no ha causado inquietud alguna en el Sector Turístico. Más bien lo contrario. Tanto Nadal como Asián no han merecido el reconocimiento del Turismo.

Las últimas comparecencias del ministro y la secretaria de Estado han resultado decepcionantes. Álvaro Nadal mantuvo con la Mesa del Turismo uno de los almuerzos más anodinos que recuerda este veterano *lobby* sectorial. En el encuentro, calificado como decepcionante por varios miembros de la Mesa, evitó entrar en la mayor parte de las grandes cuestiones que preocupan e interesan al empresariado. Se mostró distante del Sector y más interesado en las generalidades de la política, que en los asuntos turísticos. Concluye así su mandato como el *ministro invisible*, por su escasa presencia y participación en el Turismo español.

Y poco más cabe apuntar en el *haber* de la secretaria de Estado de Turismo, que se despidió en la inauguración del Congreso de Hoteleros Españoles, ante un presidente de CEHAT que puso de manifiesto la inacción del Gobierno en temas tan importantes como la falta de regulación de las viviendas de uso turístico, pese al clamor de empresarios, asociaciones de vecinos y administraciones autonómicas.

El balance de la gestión turística del ministro Nadal está a la altura del de su secretaria de Estado: ni una mala palabra, ni una buena acción. Para el nuevo Gobierno es muy difícil empeorarlo

En el *debe* de Asián (y de Nadal), además de su falta de empatía con el Sector, más allá de las buenas palabras, está el abandono financiero tanto a la I+D+i como a la Calidad turísticas, que han sufrido en sus presupuestos ITH e ICTE, a los que dejan al borde de la inanición.

Los hombres y mujeres del Turismo han visto, muy a su pesar, como se incluía la primera actividad económica del Estado en un cajón de sastre, junto con Energía y un departamento amorfo llamado Agenda Digital, creado a medida del director de la Oficina Económica del Presidente. Pero, pese a ostentar las competencias del Turismo y lo Digital, Nadal ha ignorado el asunto que más preocupa: las plataformas digitales de alojamiento turístico y de transportes. Al igual que la creciente amenaza que soportan tanto empresas como turistas, en materia de ciberseguridad.

Ni siquiera una vez se han convocado la Comisión Interministerial de Turismo, el Consejo Nacional de Turismo o el Observatorio de Turismo, que fue creado por el Gobierno Aznar, del que Rajoy era vicepresidente.

Esta dejación de competencias, que muchos consideran como falta de competencia y otros, simple y llanamente, como pura incompetencia, es el triste legado que deja al Turismo el último Gobierno de Rajoy.

El presidente Sánchez tiene muy difícil empeorar la gestión turística del Gobierno censurado en el Congreso, aunque al dejar para el final la asignación de esta cartera muestra la escasa relevancia que otorga al Turismo.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

▲CHECK-IN / *INSIGNIA VICENTE BLASCO*

Jesús Martínez y Amadeus

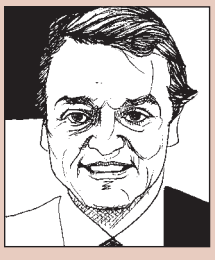
Es un acto de justicia. CEAV concede al empresario Jesús Martínez Millán el VI Distintivo Turístico Matilde Torres (instituido en honor de la inolvidable fundadora de Catai Tours), y el II Distintivo Turístico Vicente Blasco (en memoria del gran señor y ex presidente de AEDAVE), recaerá en Amadeus.

Para fundamentar tan acertada concesión, CEAV destaca "el esfuerzo asociativo de Martínez Millán, en especial en el ámbito de las agencias de viajes", realizado por este miembro del Consejo Asesor de NEXOTUR, destacando "su gran labor profesional y valores humanos" y, especialmente, "su esfuerzo asociativo-profesional en el ámbito turístico, y, en concreto, del Sector de las agencias de viajes". Además de fundar la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), ha presidido organismos del Sector como la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV), durante 20 años.

Con el Distintivo Vicente Blasco que CEAV ha otorgado a Amadeus España, se reconoce "la gran contribución del GDS líder al desarrollo, fomento y promoción del Turismo, de manera notable y extraordinaria", según la Confederación. La sede nacional del Grupo comercializa y adapta al ámbito español tanto la tecnología de distribución como sus productos relacionados, y se ha convertido en un aliado de los agentes de viajes, además del más destacado proveedor de tecnología para el Turismo.

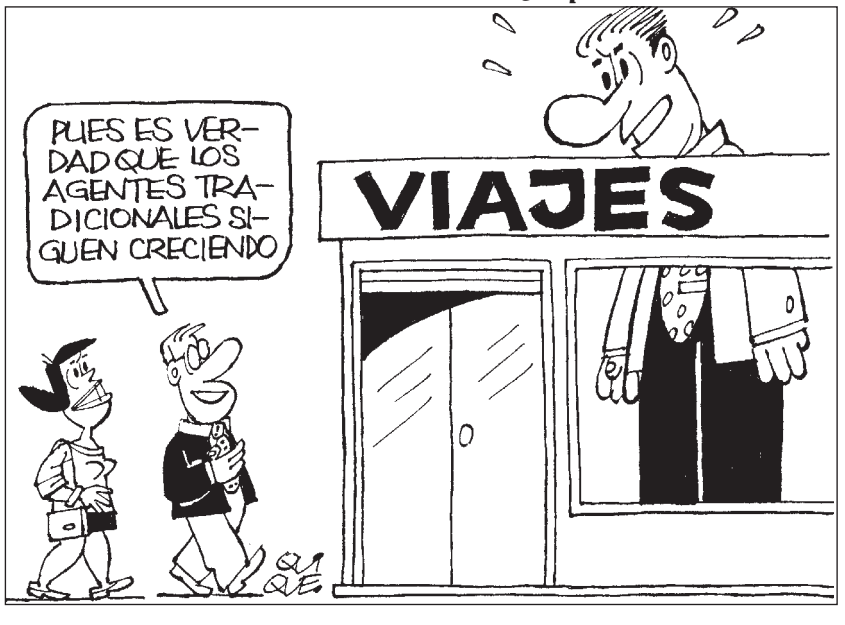
NEXOTUR expresa su más cordial y sincera enhorabuena tanto a Jesús Martínez Millán, expresidente de CEAV, y a Fernando Cuesta, director general de Amadeus España, por estas distinciones.

☆ PERSONAJE DE LA SEMANA / *Rafael García Garrido*



El director general de la red minorista de Wamos ha situado a Nautalia entre las grandes minoristas, al rozar los 300 millones de euros de facturación, con un incremento del 12% en sus 235 puntos de venta. Además, vuelve a cerrar con beneficios y confía en facturar cerca de 350 millones durante este año. Nautalia está creciendo como franquiciador y ha asumido en este ejercicio la gestión de la Plaza de Toros de Las Ventas y de la Feria de San Isidro.

LA CHISPA / *Quique*



▼CHECK-OUT / *GRANDES PÉRDIDAS*

Tristeza en el Sector

La pérdida de dos grandes figuras del Turismo en nuestro país ha ensombrecido la pretemporada: los fundadores del Centro Español de Nuevas Profesiones (CENP), Francisco Javier Carreño, y de Luxotour, Francisco Guerra. Carreño falleció en Madrid con 85 años y Guerra en Torremolinos a los 74 años de edad.

Carreño compaginó los estudios de Derecho en la Universidad de Salamanca con el trabajo en una agencia de viajes, lo que le permitió conocer las posibilidades de un Turismo aún sin desarrollar en nuestro país. Innovador, creativo y con una clara visión de futuro, fundó en Madrid en 1957 la primera Escuela de Turismo de España a la que siguieron la de Barcelona (1960) y Sevilla (1961), antes de que se creara la Escuela Oficial de Turismo (1963), que oficializó el plan estudios ya impartido en las escuelas del CENP.

Francisco Guerra comenzó en 1963 su aventura por el norte de África en la desaparecida Touráfrica, para después fundar Luxotour, que ahora cuenta con casi 40 años de experiencia. Trabajó en el mercado MICE con el destino Marruecos, ofreciendo convenciones en el destino Marruecos para miles de personas en el desierto, en jaimas, con detalles como sábanas con los logotipos de las empresas bordadas a mano y con las mismas comodidades que en un hotel.

Dos notables exponentes de los artífices de la Enseñanza turísticas y el MICE en países árabes, a los que es de justicia rendir homenaje, por unas vidas dedicadas al desarrollo del Turismo español.

El mercado nos percibe como la mayorista de siempre, pero con un mayor respaldo en todos los sentidos / Desde su aparición, las agencias han visto Travelpricer como una herramienta única / Necesitamos tener unos márgenes mínimos que nos permitan retribuir y formar a nuestro personal / Si no ofreces valores añadidos, el mercado se encargará de sacarte

«En Catai nunca hemos perdido nuestra hoja de ruta»

Fernando Sánchez / Director general de Catai

En septiembre de 2016, apenas seis meses después de hacerse con el control de Special Tours, el grupo Barceló anunciaba la adquisición de Catai, turoperador fundado en 1980 por la familia Torres. Su director general, Fernando Sánchez, hace balance de esta nueva etapa.

P.- Ha pasado aproximadamente año y medio desde que Catai se integró en la división mayorista de Ávoris. ¿El balance es positivo?

R.- No podía ser más positivo. En este año y medio hemos conseguido armonizar el estilo Catai con la filosofía del Grupo Ávoris y el resultado es que el mercado nos percibe como la mayorista de siempre, pero con un mayor respaldo en todos los sentidos. Tenemos que agradecer al Grupo Ávoris el gran respeto que ha mostrado por Catai y su modelo de negocio.

P.- ¿Qué les ha aportado la incorporación a uno de los grandes grupos turísticos del país?

R.- El grupo nos aporta muchas cosas: solidez financiera, internacionalización, mejores condiciones de contratación en algunos destinos, mayor capacidad de acometer nuevos proyectos y, sobre todo, el dinamismo que hoy en día prevalece en todas las actuaciones de Ávoris.

P.- ¿Las agencias independientes han visto con naturalidad la compra? ¿No se han resentido las ventas a través de éstas?

R.- Las agencias independientes han visto en este año y medio que Catai sigue tratándolas con el mismo respeto y profesionalidad de siempre y que nada ha cambiado en nuestra relación con ellas, por lo que nos han seguido dando el apoyo de siempre. Ese apoyo nos ha permitido crecer en ventas en el año 2017 con prácticamente todas las agencias independientes y con los grupos de gestión que las engloban.

En este año y medio hemos armonizado el estilo Catai con la filosofía del Grupo Avoris

P.- Latitudes está siendo operada por el equipo de Catai, si bien de momento solo distribuye sus productos a través de las agencias de Halcón y Ecuador. ¿Qué planes hay para ella?

R.- Aún no hemos decidido lo que haremos con la marca el próximo año, ya que antes necesitamos ver su evolución. En este momento están abiertas todas las opciones.

P.- ¿Considera que fue un acierto esta adquisición?

R.- Latitudes tiene una buena imagen de marca, lo que nos sirve para desarrollar a partir de ahí líneas de producto complementarias a las de Catai y que bajo nuestra marca quizá no tuviesen cabida. Por otra parte, también nos ha permitido incorporar un equipo humano de gran valía.

P.- Durante el Congreso de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), fueron varios los profesionales del Sector que elogiaron la utilidad de la herramienta TravelPricer. ¿Cuál es la clave de su éxito?

R.- Desde su aparición en 2016, las agencias han visto Travelpricer como una herramienta única y de gran utilidad para el desarrollo de su trabajo. La posibilidad de dar al cliente un presupuesto de gran viaje a medida en tiempo real ha permitido a las agencias ser más eficaces y, por tanto, incrementar el ratio de materialización de los presupuestos que les solicitan. Hoy el cliente busca inmediatez en la respuesta a sus solicitudes, y esa inmediatez no podemos darla con los métodos tradicionales

P.- Tanto usted como directivos de otros turoperadores han advertido que hay competidores que tiran los precios de forma insostenible. ¿Se mantienen este tipo de prácticas?

R.- Con la recuperación económica se ha suavizado de alguna manera esta tendencia, aunque todavía hay empresas que piensan que el único argumento de venta es el precio. Es una pena, porque hoy en día las agencias de viajes, tanto mayoristas como minoristas, podríamos obtener unos márgenes superiores a los que tenemos sin que en mi opinión se resintieran las ventas.

P.- ¿No cree que no se ha aprendido nada de casos como los de Marsans u Orizonia?

R.- Desconozco al detalle las situaciones que se produjeron en estas dos empresas y, por tanto, no me atrevo a opinar al respecto. Lo que sí tengo claro es que si queremos tener un sector cualificado, con formación y capaz de dar respuesta a las necesidades del cliente actual necesitamos tener unos márgenes mínimos que nos permitan retribuir y formar de manera adecuada a nuestro personal, y para ello no podemos jugar con descuentos o márgenes excesivamente bajos. Por otra parte, mientras el cliente nos siga viendo como un sector de gangas o descuentos sistemáticos, nunca nos respetará ni valorará nuestro trabajo. Estoy seguro de que somos capaces de dar valores añadidos que hoy en día el cliente aprecia más que el puro descuento o el precio bajo.

Las agencias independientes han visto que Catai sigue tratándolas con el mismo respeto

P.- ¿Cómo contrarrestan esta agresividad comercial?

R.- En Catai nunca hemos perdido nuestra hoja de ruta. Incluso en los momentos más difíciles de la crisis hemos mantenido la calidad de nuestros servicios y una línea de precios competitiva, pero sin entrar en guerras que no llevan a ningún sitio. Creo que al final tanto las agencias de viajes como los clientes finales han entendido nuestra filosofía y han valorado nuestra seriedad y nuestro nivel de servicio por encima de un precio ficticiamente más bajo. Creo que las empresas que hemos mantenido esa línea de coherencia hemos salido reforzadas de la crisis de los últimos años.

P.- El aumento de las garantías exigidas a las agencias serán un varapalo para los turoperadores, cuyo importe a avalar se disparará. ¿Qué opina al respecto?

R.- Creo que ninguna legislación sectorial es tan proteccionista para el cliente como la de las agencias de viajes. Es bueno proteger al cliente, pero sin pasarse, ya que en este caso la medida pude volverse en su contra. El sector no puede asumir más costes, por lo que los que se produzcan derivados de la nueva normativa tendrán que ser necesariamente repercutidos al cliente.

P.- ¿Ve lógico que se exija tanto a las agencias y tan poco a otras?

R.- El problema es que nuestra normativa no está armonizada con la de nuestros proveedores, por lo que nosotros como intermediarios nos vemos obligados a asumir responsabilidades que en principio deberían corresponder a esos proveedores como prestatarios finales del servicio, y que no asumen porque su normativa no se lo exige.

P.- Algún turoperador ya vende al cliente a través de su web. ¿Se han planteado dar este paso?

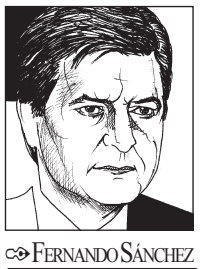
R.- Nosotros estamos cómodos en nuestro papel de mayoristas, que es el que conocemos y donde considero que lo hacemos bien. A diferencia de otras opiniones, yo pienso que el papel del turoperador tiene vigencia presente y futura, siempre y cuando seamos capaces de dar a las agencias de viajes y a sus clientes valores añadidos en términos de competitividad, selección de servicios, cumplimiento de la normativa vigente, solvencia económica, etc. Si no ofreces valores añadidos, el mercado se encargará de sacarte.

P.- ¿No considera que es una deslealtad hacia el canal de agencias?

R.- Yo no me atrevería a generalizar. Si las condiciones de la propuesta que se hace al cliente es la misma a través de una agencia o de forma directa, será el cliente quien decida. El problema es que no siempre es así, y en ese caso sí podríamos hablar de deslealtad. No olvidemos que los turoperadores también sufrimos esta situación por parte de proveedores.

No queremos perder la capacidad de asesorar

Ante la buena acogida de Travelpricer por parte de las agencias de viajes, ha habido lógicamente intentos de sacar al mercado herramientas similares, pero en mi opinión ninguna ofrece el nivel de eficacia y la flexibilidad en los itinerarios que ofrece la nuestra. Travelpricer tiene una gran potencialidad para desarrollar nuevas funcionalidades, y estamos avanzando en algunas de ellas, aunque me vas a permitir que las mantengamos en secreto hasta que estén operativas. A veces las agencias de viajes nos preguntan por qué no ofrecemos la opción de confirmar al 100% una reserva de forma *online*, algo que a día de hoy sería perfectamente factible en Travelpricer. La respuesta es que no queremos perder la capacidad de asesorar al agente de viajes e indirectamente al cliente final sobre las mejores opciones en cada momento. Nuestra experiencia y la capacidad de asesoramiento que tenemos no puede plasmarse todavía en una herramienta *online*. Veremos si en un futuro próximo somos capaces de hacerlo.

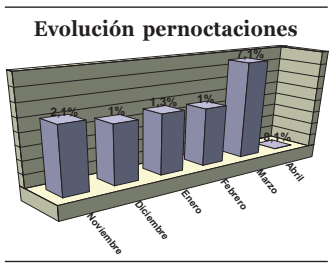


FERNANDO SÁNCHEZ

ESCAPARATE

Las pernoctaciones caen algo más del 8% en abril

Caen un 8,1% las pernoctaciones hoteleras, debido a la celebración de Semana Santa entre marzo y abril, mientras que el año pasado tuvo lugar en abril. En el periodo agregado de esos dos meses baja un 1,6%. **Pág. 32**



El emisor francés se frena en España en abril

España se mantiene como el destino más popular del mercado francés en el primer cuatrimestre, si bien el volumen de reservas se estanca frente al mismo periodo de 2017, según Enterprise du Voyage (EDV). **Pág. 7**

Reservas en el primer cuatrimestre

	Nombre de passagers	Volume d'affaires	Panier moyen
1 Espagne	0%	0%	1%
2 Grèce	0%	7%	7%
3 Italie	11%	9%	-2%
4 Tunisie	94%	109%	8%
5 Portugal	5%	2%	-3%
6 Maroc	15%	29%	12%
7 Turquie	112%	124%	6%

Los hoteles venden un 60% mas en Internet

Las ventas directas *online* de los hoteles españoles avanzan. En los nueve primeros meses de 2017 ascienden a 991 millones de euros, un 59,9% más, según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. **Pág. 10**

PRONTUARIO

La omnicanalidad: presente y futuro (I)

DAVID VILLARINO

ACTUALMENTE LOS HÁBITOS de los clientes han cambiado, la cantidad de información ha modificado, a su favor, la balanza del poder en el proceso de compra y por tanto disponen de más opciones a la hora de realizarla. La labor de las empresas cada vez es más diversa, porque al reto de estar presente en la fase de inspiración, tenemos que añadir el de estar disponible en todo momento a través de cualquier canal por el que el cliente pueda comprar. Y la evolución del proceso de compra hace que este canal no tenga por qué ser uno, sino que pueden ser varios y utilizarse de forma simultánea.

En Viajes Carrefour damos respuesta a las necesidades que demandan nuestros clientes:

— Por un lado tenemos el ROPO (Research Online, Purchase Offline), es decir, los clientes que buscan por Internet pero deciden a la postre cerrar su compra en una agencia física. Normalmente se trata de clientes que buscan la inspiración a través de *blogs*, redes sociales o páginas de opinión, pero necesitan acceder a una persona de confianza con la que cerrar la compra.

— Y por el otro tenemos el fenómeno comercial conocido como Showrooming, es decir, los clientes que vienen a la agencia de viajes física buscando esa inspiración, ese consejo o esa experiencia del agente, y luego intentan cerrar la compra en el canal *online* tratando de obtener un mejor precio o buscando la comodidad de contratar desde su propia casa.

Este comportamiento está transformando la estructura de las organizaciones turísticas, que ya no se dividen entre *on* y *off*.

David Villarino es director de Viajes Carrefour.

La economía colaborativa destaca como una gran amenaza, según Negocios y Estrategia Business School

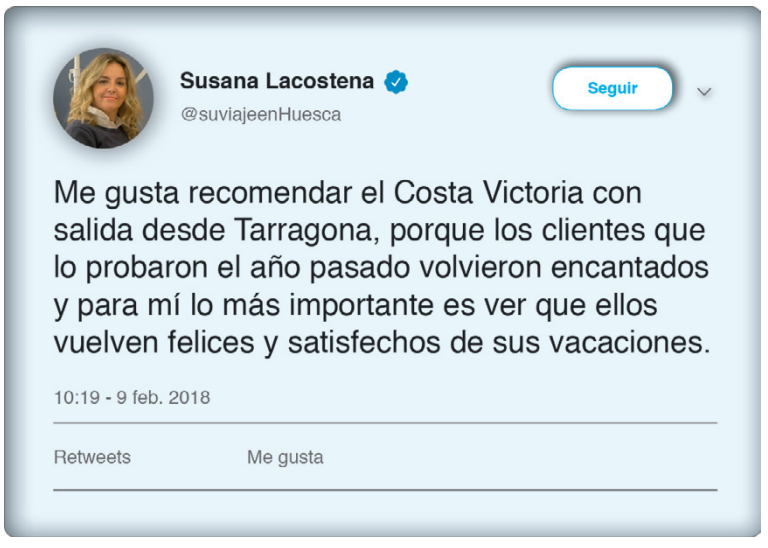
Preocupa especialmente la demanda estacional y la excesiva dependencia de tres emisores

El crecimiento de la economía colaborativa vinculada al Turismo, la disparidad normativa entre las diferentes autonomías y el descenso del gasto en I+D+I son las tres grandes amenazas para el Turismo español. Esta es una de las conclusiones del análisis DAFO (Desafíos, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) publicado por Negocios y Estrategia Business School. También advierte del peligro del descenso continuado del gasto en I+D+I.

El impacto y desarrollo de las economías colaborativas, que afectan principalmente a los ámbitos del transporte y el alojamiento turístico, es una de las principales amenazas para el Turismo español. Esta es una de las conclusiones del análisis DAFO (Desafíos, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) publicado por Negocios y Estrategia Business School, en el que también se advierte del peligro que supone el descenso continuado del gasto en I+D+I, lo que frena las garantías de transformación tecnológica del Sector. La tercera gran amenaza es la disparidad normativa entre las diferentes autonomías dentro del mismo Estado.

Excesiva concentración

En cuanto a las debilidades, una de ellas es la excesiva concentración de la motivación turística de la demanda internacional en el ocio y recreo (87% del total de llegadas), lo que implica una gran dependencia de productos altamente estacionales. También debe preocupar la concentración de la mayoría de la demanda turística en tres mercados emisores (Reino Unido, Francia y Alemania), así como la reducción de la demanda turística hacia Cataluña.



En relación a las fortalezas, el estudio hace referencia a la recuperación de la demanda turística doméstica entre 2014 y 2017, con un 26,4% del número de viajes internos con fines turísticos. A esto hay que sumar el récord histórico en el número de llegadas de turistas internacionales, con casi 82 millones en 2017, así como el potente sistema de transporte interurbano y de infraestructuras turísticas.

Oportunidades para el Sector

Finalmente, Negocios y Estrategia Business School identifica varias oportunidades vinculadas a la actividad turística. Una de ellas es el progresivo crecimiento del impulso de las variables culturales en el Turismo en España. Asimismo, hace mención especial a la reducción de la emisión de gases de efecto invernadero por parte de las actividades turísticas.

Prometedor inicio de año para agencias y turoperadores

La facturación del Sector ha registrado un incremento a doble dígito durante el mes de marzo

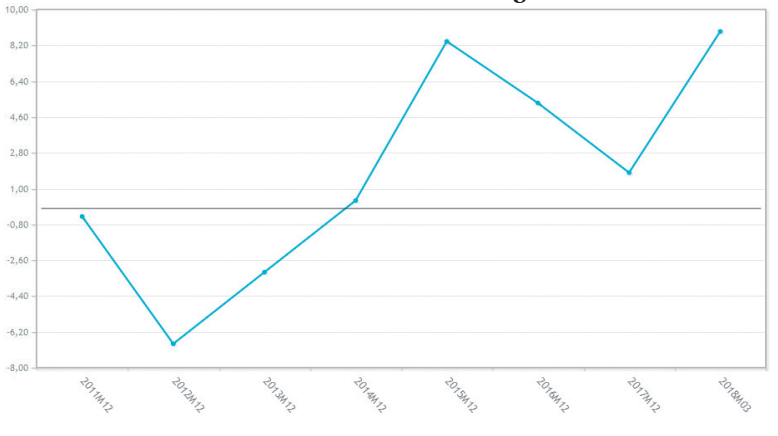
Gran inicio de año para agencias de viajes y turoperadores. Según los datos recabados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), su volumen de negocio experimenta en los tres primeros meses del año un fuerte incremento interanual del 8,9%, muy por encima de las tasas que se vienen registrando en los últimos años. No obstante, hay que tener en cuenta que el adelanto de la Semana Santa podría haber contribuido, en parte, a elevar la variación anual.

De los tres primeros meses de 2018, el mejor comportamiento corresponde a marzo, con un repunte del 10,5% en comparación con los resultados del mismo mes de 2017. Por detrás figura el mes de enero con un crecimiento del 9,3%, mientras que el volumen de negocio subió en febrero con algo menos de intensidad (+6,6%).

Evolución más positiva

De mantenerse esta tendencia, la evolución del negocio en 2018 será mucho más positiva que la de los dos años anteriores. Cabe recordar que 2017 se cerró con una tasa positiva del 2,7%. Un año antes, en 2016, se registró un aumento del 4,2% en la facturación de minoristas y turoperadores, justamente la mitad que el avance del 8,4% del ejercicio de 2015.

Evolución de la cifra de negocio



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE). © NEXOTUR

CEAV premia a Jesús Martínez y Amadeus

CEAV concederá al empresario Jesús Martínez Millán el VI Distintivo Turístico Matilde Torres, mientras que el II Distintivo Turístico Vicente Blasco recaerá en Amadeus España. La ceremonia de entrega de los galardones tendrá lugar el 20 de septiembre en el Hotel Gran Meliá Palacio de los Duques en Madrid, en un evento que reunirá a las personalidades más destacadas del ámbito turístico.

El fundador de Luxotour, Francisco Guerra, fallece

Luxotour ha dado a conocer el fallecimiento de su fundador, Francisco Guerra, en Torremolinos con 74 años de edad. El empresario comenzó en 1963 su particular aventura por el norte de África en la desaparecida Touráfrica, para después fundar Luxotour, que ahora cuenta con casi 40 años de experiencia. También ha trabajado en el mercado MICE con el destino Marruecos.

Ryanair pide que proteja el Turismo al Gobierno

"Con la recuperación de países competidores en la industria turística como Egipto, Túnez y Turquía, los turistas han empezado a dejar de considerar España como destino". Con estas sorprendentes declaraciones, Ryanair busca alertar al nuevo Gobierno de España de los riesgos existentes, urgiéndole a "proteger la estabilidad de la industria turística a largo plazo a través de la diversificación".

AEPT se incorpora al proyecto ObservaTUR

La Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) se suma como nueva entidad colaboradora al Observatorio Nacional de Turismo Emisor (ObservaTUR). Promovida por Amadeus, Beroni, Carrefour Viajes, Confebus, Iberia, Movelia, ReiniziaT, Renfe SNCF y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV), es una herramienta que desea indagar acerca de las tendencias.

Nautalia roza los 300 millones de euros y se consolida como cuarta red vacacional

La división minorista de Wamos alcanza los 235 puntos de venta

Nautalia ha finalizado el ejercicio de 2017 con un volumen de negocio de 295,5 millones de euros, un 12,6% más frente a los 262,4 millones de 2016. Esta tendencia contrasta con el retroceso del 5,9% que experimentó en 2016 la red minorista del grupo Wamos. Suma a día de hoy 235 puntos de venta.

Nautalia Viajes continúa con su progresión, dejando atrás unos inicios dubitativos marcados por algunos retrasos en el pago a proveedores y previsiones desorbitadas que nunca llegaron a cumplirse. La red minorista del grupo Wamos cerró 2017 con un volumen de negocio de 295,5 millones de euros, lo que supone un notable aumento del 12,6% en comparación con los 262,4 millones que facturó el año anterior. Esta tendencia contrasta con el retroceso del 5,9% que experimentó en 2016.

La buena marcha de Nautalia, que suma a día de hoy 235 puntos de venta (entre propios y franquicias), ha tenido "un especial impacto positivo" en los resultados de Wamos, reconocen fuentes de la empresa consultadas por NEXOTUR. El grupo concluyó 2017 con una cifra de negocio de 550 millones de euros, un 34% por encima de 2016, mientras que su resultado bruto de explotación ascendió a 14 millones, un 94% más.

Tercer año en positivo

Se trata del tercer año consecutivo en el que Wamos obtiene resultados positivos. En 2015 su Ebitda fue de 1,1 millones de euros, mientras que en 2016 ascendió a 7,2 millones de euros, con una cifra de facturación de 410 millones similar a la de 2015.

Volviendo a Nautalia, su director general, Rafael García Garrido, avanzó en declaraciones a NEXOTUR que de cara a 2018, la previsión es "lograr un crecimiento en la misma línea", llegando a facturar cerca de

El director general de Nautalia, Rafael García Garrido.

350 millones de euros. En relación a la rentabilidad, puntualiza que "hay que ser cautos", si bien avanza que "también esperamos mejorarlo".

Mayo finaliza como el mes con más agencias abiertas

La mejora de la situación económica, unida a la cercanía de la temporada estival, se reflejan en la apertura de agencias de viajes. Según Linea Tours, mayo ha sido el mes con más aperturas de los últimos 12 meses. Se intensifica la creación de agencias de viajes en España. Según los datos recabados por Linea Tours, mayo ha sido el mes con más aperturas de los últimos 12 meses. Se ha experimentado un aumento del 12% en comparación con el ejercicio anterior.

Según la franquicia, 2018 "está siendo más prolífico que el pasado año, con un incremento medio del 3% de negocios de Turismo y agencias de viajes". Esta tendencia, a su vez, se refleja en la creación de puestos de trabajo.

Los datos de Linea Tours no sólo reflejan un aumento de los negocios vinculados a la distribución turística. También en Latinoamérica se ha producido un fuerte crecimiento de agencias de viajes independientes. Perú, México, Colombia y Panamá encabezan la lista de países con más aperturas de agencias de viajes en América del Sur.

El director de Linea Tours, Raúl Mata.

En palabras del director de la red de franquicias, Raúl Mata, "tradicionalmente mayo es un buen mes para los negocios de las agencias de viajes ya que cuando más contrataciones se realizan de todo el año". "Eso se explica este incremento en el número de negocios relacionados con el Turismo", apunta.

IATA 'completa con éxito' la primera fase de aplicación del polémico NewGen ISS, con el que busca modernizar el BSP

'Es la culminación de años de planificación, compromiso y esfuerzo con los participantes de toda la cadena de valor de viajes aéreo', subrayan

El polémico NewGen ISS, con el que la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) busca modernizar el sistema BSP, que procesó 236.600 millones de dólares en 2017, ya está en marcha. El lobby aéreo afirma que "se ha implementado con éxito en Noruega, Dinamarca, Suecia, Finlandia, Islandia, Canadá y Singapur". Este mismo mes de junio arrancará la segunda fase de implantación en Hungría, Panamá, Honduras, Lituania, Estonia y Letonia.

Su llegada a España se producirá en el tercer trimestre de 2019, es decir, en plena temporada de verano. También entrará en funcionamiento en el mismo periodo en Francia, Italia, Eslovaquia y Eslovenia, siendo todos ellos los últimos países de Europa en los que verá la luz.

En palabras del vicepresidente senior de servicios financieros y de distribución de IATA, Aleks Popovich, el lanzamiento de NewGen ISS en Noruega, primer país en el que se puso en marcha, supuso "la culminación de años de planificación, compromiso y esfuerzo con los participantes de toda la cadena de valor de viajes aéreos, incluidas aerolíneas, agentes de viajes y proveedores de sistemas". Asimismo, destaca que se trata de una "transformación vital para modernizar las funciones de liquidación de la industria y garantizar la viabilidad del canal de compras de agentes de viajes que utilizan millones de pasajeros cada día".

Rechazo unánime

En contraposición con el mensaje de IATA, que desde el primer momento ha defendido los beneficios del proyecto para todos los actores, el Sector de agencias de viajes muestra un rechazo unánime, con la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) y la Alianza Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes (WTAAA) como máximos representantes.

En el caso concreto del mercado español, la vicepresidenta de relaciones internacionales de CEAV, Eva Blasco, denunció que "no es más que un instrumento necesario para posibilitar la introducción de limitaciones de crédito a las agencias", algo en lo que coinciden las dos grandes Organizaciones miembros de la Confederación, la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) y la Unión de Agencias de Viajes (UNAV). "Supone seguir apretando, con riesgo de estrangulación, a quienes seguimos siendo el principal canal de comercialización de billetes aéreos", lamenta Blasco.

Como avanzó en exclusiva NEXOTUR, su implementación supondrá un antes y un después en las relaciones entre agencias y aerolíneas. Uno de los puntos más criticados es el sistema de pago EasyPay, por el cual el importe del billete queda bloqueado en la cuenta del agente en el momento en que se autoriza la emisión del mismo. Otro de los cambios incluidos es la creación de tres nuevos niveles de acreditación: estándar sin posibilidad de pago en cash; estándar con posibilidad de pago en cash y con un límite de crédito; o acreditación en varios países, con límite de crédito, lo que significa que las agencias online o consolidadores no necesiten tener una licencia en cada país y les sirva una sola.

El vicepresidente de servicios financieros y de distribución de IATA, Aleks Popovich.

A estas medidas se agregó una adicional a finales de 2017. Se trata de la Capacidad de Retención de Remesas (RHC), con la que IATA pretende lograr "una venta más segura y mitigar las pérdidas derivadas de los incumplimientos de las agencias de viajes". Grosso modo, es un sistema de gestión de crédito mediante el cual se establece un límite de ventas por agencia y, una vez superado, se le darán opciones de distribución más seguras que minimicen el riesgo de impago.

Reservas en el primer cuatrimestre

		Nombre de passagers	Volume d'affaires	Panier moyen
1	Espagne	0%	0%	1%
2	Grèce	0%	7%	7%
3	Italie	11%	9%	-2%
4	Tunisie	94%	109%	8%
5	Portugal	5%	2%	-3%
6	Maroc	15%	29%	12%
7	Turquie	112%	124%	6%
8	Royaume-Uni	1%	4%	3%
9	Egypte	170%	172%	1%
10	Malte	28%	26%	-1%

Fuente: Enterprise du Voyage (EDV). © NEXOTUR

El emisor francés se frena en España y crece a triple dígito en competidores

España podría haber empezado a sufrir los efectos de la incipiente recuperación de Túnez, Turquía y Egipto. Después de varios años beneficiándose del desvío de turistas como consecuencia de la inestabilidad política e inseguridad de países competidores, en el arranque de 2018 se revierte la tendencia, al menos en el emisor francés, uno de los tres grandes junto con Reino Unido y Alemania.

Según los datos recabados por Enterprise du Voyage (EDV), España se mantiene como el destino más popular en el primer cuatrimestre, si bien el volumen de reservas se estanca en comparación con el mismo periodo del año anterior. Lo mismo ocurre con Grecia, segunda opción para los franceses que realizan viajes de media distancia, mientras que Italia, que completa el podio, registra un aumento interanual del 11%.

El frenazo experimentado por el destino España en el emisor francés contrasta con los fortísimos incrementos de reservas para viajar a Túnez, Turquía y Egipto. El primero, en cuarta posición, logra un repunte del 94%. Más espectaculares son las tasas de Turquía (+112%) y Egipto (+170%), que figuran en séptimo y noveno lugar.

Media distancia

En su conjunto, las contrataciones de viajes en agencias francesas para viajar a destinos de media distancia crecen un 12% en los cuatro primeros meses del año. El segundo mayor incremento corresponde al Turismo doméstico, con una variación del 7%, mientras que los desplazamientos de larga distancia suben un 5%.

Gran arranque de GEA en Perú: suma un centenar de agencias en menos de un año

'Todavía tenemos camino por recorres, pero no tenemos ninguna prisa', señala su directora

El pasado verano Gea reactivaba su plan de internacionalización. Daba este paso con su incorporación al mercado peruano, donde ya dispone de casi un centenar de agencias. Su directora avanza a NEXOTUR que tienen en mente otros países de Iberoamérica, si bien aclara que lo primero es "consolidar Perú".

Sara Fernández

El ambicioso plan de expansión de Gea, reactivado el pasado verano después de haber estado paralizado varios años por la crisis económica, sigue dando sus frutos. En una entrevista concedida a NEXOTUR, la directora general del Grupo comercial, Sara Fernández, explica que "nuestro objetivo en 2017 era comenzar con el proyecto en Perú, y en el poco tiempo que llevamos ya tenemos 94 agencias asociadas".

Además de este país, que evidentemente es "donde más recorrido tenemos", también hace referencia al "éxito" obtenido en Argentina, donde se muestra convencida de que "podemos seguir a un buen ritmo de crecimiento". Preguntada sobre la posibilidad de que den el salto a algún otro mercado en el corto plazo, Fernández revela que "tenemos en mente otros países iberoamericanos". No obstante, puntualiza que "antes queremos consolidar bien Perú".

En relación a la situación que atraviesa Gea, líder indiscutible con más de 1.600 puntos de venta asociados, su directora general destaca que "después de 24 años, podemos decir que seguimos creciendo". "Todavía tenemos camino por recorrer, pero no tenemos ninguna prisa; siempre hemos apostado por un crecimiento paulatino", apunta. En este sentido, insiste en que "tenemos mercados por explorar, pero no queremos descuidar por ello el servicio de calidad que prestamos a nuestras agencias".

Echando la vista atrás, reconoce que "son muchas las agencias que han cerrado y en Gea hemos tenido que realizar ajustes e incluso inyecciones de capital, ya que nuestro principal objetivo ha sido optimizar nuestros recursos para seguir ofreciendo un servicio de calidad y seguir sumando valor a las agencias". "Consideramos que ante las dificultades, al permanecer parado el tsunami te arrastra", por lo que aboga por "reaccionar a tiempo con determinación". "Creemos que nosotros hemos sabido hacerlo: optimizando nuestros recursos sin dejar de invertir en mejorar nuestros servicios", explica. Y en este sentido, "la internacionalización de Gea juega un papel fundamental y nos ha permitido mantener la fortaleza de grupo ante dificultades del mercado", concluye.

El Turismo receptivo baja más de un 4% en abril

Este año la Semana Santa se ha celebrado en marzo, mientras que el anterior lo hizo en abril

Abril registra la mayor caída en número de turistas internacionales de los últimos dos años. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) España ha recibido la visita de 6,8 millones de visitantes extranjeros en abril, un 4,4% menos que el mismo periodo del año pasado.

Este año la Semana Santa se ha celebrado en marzo, mientras que el anterior lo hizo en abril, por lo que es conveniente analizar el periodo agregado marzo-abril, en el que se observa un aumento del 1,3%, muy por debajo al crecimento de otros meses. En el último mes del que el INE aporta datos destaca la caída de los mercados emisores más importantes para España. Reino Unido, país que todavía aporta más del 21% de los turistas, ha disminuido un 5,2% sus llegadas al país, y peores datos aportan los siguientes países de la lista. Los turistas franceses han caído en un 5,5%, mientras que los alemanes lo han hecho en un 19,7%.

En el lado contrario, los países más lejanos y que no se ven tan influídos por la celebración de la Semana Santa representan datos más positivos. Cabe destacar el aumento de los viajeros de Rusia y Estados Unidos, en un 8,2% y 7,3%, así como los que el INE engloba dentro del apartado 'Resto del mundo', con un 6,1%.

Los ingresos de los 20 grandes del Turismo en España se disparan un 13%, hasta 41.900 millones de euros

Barceló se cuela en el podio tras protagonizar la mayor escalada y Amadeus arrebata a Iberia la primera posición

Las 20 grandes empresas turísticas con sede central u origen en España protagonizan un espectacular crecimiento del 12,8% en 2017, con un volumen de negocio de 41.901,6 millones de euros. Amadeus e Iberia, por este orden, lideran una lista en la que Barceló escala desde la quinta a la tercera posición tras protagonizar un avance del 40%. La facturación de estos tres grupos, así como la de Aena, que ocupa el cuarto lugar, está por encima de los 4.000 millones. Globalia aparece en quinta posición, seguida de Viajes El Corte Inglés.

Las grandes empresas vinculadas al Turismo parecen haber dejado atrás, al menos en niveles de ventas, los efectos de la gravísima crisis económica. El *boom* del destino España, que en 2017 registró un nuevo récord con cerca de 82 millones de turistas internacionales, unido al buen momento que atraviesa el mercado emisor, que viene experimentando una progresiva recuperación en los últimos años, se refleja en la cuenta de resultados de los grandes grupos turísticos con sede u origen en España.

Con el objetivo de cuantificar la repercusión real que han tenido los citados factores en el Sector, NEXOTUR elabora por tercer año consecutivo el 'Ranking de Grandes Empresas de Turismo', que se suma a los ya tradicionales de agencias de viajes, turoperadores y compañías de seguros de viajes, entre otros. Según los datos recabados, las 20 primeras sociedades españolas vinculadas al Turismo han cerrado 2017 con un volumen de negocio de 41.901,6 millones de euros, lo que supone un espectacular aumento interanual del 12,8%. Un año antes, en 2016, se registró un crecimiento del 5,6%, mientras que en 2015 fue del 12%.

Ranking NEXOTUR de Grandes Empresas de Turismo

	Empresas	Ingresos 2017	Ingresos 2016	2017/16
1	Amadeus	4.852,7	3.472,9	8,5%
2	Iberia	4.851	4.586	5,8%
3	Grupo Barceló	4.313	3.082	39,9%
4	Aena	4.027	3.772,5	6,8%
5	Globalia	3.667	3.570,8	2,7%
6	Viajes El Corte Inglés	2.560*	2.396,7	6,8%
7	Grupo Iberostar	2.428	2.025	19,9%
8	Renfe	2.169	2.070	4,3%
9	Riu Hotels & Resorts	2.156	2.011	7,2%
10	Vueling	2.125	2.027	2,9%
11	Meliá Hotels International	1.885,2	1.798,4	4,8%
12	NH Hotel Group	1.571,1	1.474,6	6,5%
13	Grupo Hotusa	1.240	1.078	15%
14	Grupo Piñero	792,7	734	8%
15	Alsa	735,6	731,2	0,6%
16	Logitravel	685	633	8,2%
17	Wamos Group	550	410,4	34%
18	CWT España	497,3*	480	3,6%
19	Trasmediterranea	426	431	-1,1%
20	Jumbotours	370	352	5,1%
	TOTAL	41.901,6	37.136,5	12,8%

Fuente: Nexodata y empresas. Las ventas figuran en millones de euros. *: Estimación. © NEXOTUR (Prohibida la reproducción total o parcial)

Amadeus adelanta a Iberia

Una de las grandes novedades de la lista es el ascenso de Amadeus a la primera posición, desbancando a Iberia, que había permanecido en lo más alto en las dos ediciones anteriores. Concluye 2017 con una cifra de negocio de 4.852,7 millones de euros, un 8,5% más en relación a los 3.472,9 millones que alcanzó en 2016. Para su consejero delegado, Luis Maroto, "Amadeus mantuvo su sólida progresión financiera durante 2017". Teniendo en cuenta "las perspectivas de crecimiento mundial del tráfico aéreo y la economía, así como las positivas tendencias subyacentes a nuestro negocio", el directivo se muestra convencido de que "Amadeus seguirá creciendo a buen ritmo en 2018".

Le sigue de cerca la aerolínea perteneciente al *holding* International Airlines Group (IAG), del que también forma parte la española Vueling. Su facturación se sitúa en el conjunto del año en 4.851 millones, un 5,8% por encima del resultado de 2016. El beneficio operativo de Iberia crece con mayor intensidad (+38,7%), hasta los376 millones.

El Grupo Barceló completa el podio tras protagonizar un espectacular incremento del 39,9%, adelantando a Globalia y, por tanto, convirtiéndose en el primer grupo turístico vertical del país. Sus ingresos pasan de 3.082 millones a 4.313 millones, mientras que su beneficio neto se eleva a 243,2 millones en 2017, casi el doble que en 2016. "Esperamos que en 2018 podamos superar los magníficos resultados obtenidos en 2017", avanzan sus presidentes, Simón Barceló Tous y Simón Pedro Barceló Vadell.

Números negros en Globalia

Aena figura en cuarto lugar con 4.027 millones de euros, un 6,8% más que en 2016, cuando facturó 3.772,5 millones. Globalia, por su parte, cae a la quinta posición. Su cifra de negocio se eleva un 2,7%, hasta los 3.667 millones de euros. Tras dos ejercicios con balance negativo, el grupo turístico logra un beneficio neto de 16,5 millones de euros, cifra que contrasta con las pérdidas de 17,9 millones de 2016 y de 14,9 millones de 2015, provocadas en gran medida por la provisión de fondos retenidos en Venezuela. Un año antes, en 2014, ganó cerca de 28 millones de euros. Detrás de estos buenos resultados está, principalmente, la buena marcha de Air Europa, así como el crecimiento protagonizado por Be Live Hotels y Groundforce. Como publicó NEXOTUR, el consejero delegado de Globalia, Javier Hidalgo, ya avanzó que "los resultados del grupo iban a "ser mejorados de forma sustancial, especialmente en hoteles y aeropuertos".

La sexta posición es para Viajes El Corte Inglés, primera red de agencias de España con un volumen de negocio de 2.560 millones (estimación NEXOTUR), lo que representa un incremento interanual del 6,8%. En los siguientes puestos están, con Renfe y Vueling de por medio, las cadenas hoteleras más potentes del país. Iberostar sigue en cabeza con una facturación de 2.428 millones de euros, lo que supone un espectacular aumento interanual del 19,9%. A continuación aparece Renfe, cuyos ingresos obtenidos con la venta de billetes de todos sus servicios de transporte de pasajeros en tren se elevan un 4,3%, hasta los 2.169 millones de euros.

La novena plaza es para Riu Hotels & Resorts con 2.156 millones, un 7,2% por encima de los resultados del ejercicio anterior. Completa el *top ten* Vueling. La *low cost* perteneciente al grupo IAG, inmersa en un profundo plan de transformación, cierra el año con un volumen de 2.125 millones de euros, un 2,9% más que en 2016.

Hotusa crece a doble dígito

Volviendo al sector hotelero, Meliá Hotels International repite por detrás de Riu con una cifra de negocio de 1.885,2 millones de euros, un 4,8% más que en 2016. El beneficio neto del grupo dirigido por Gabriel Escarrer se dispara un 27,8%, ascendiendo a 128,7 millones. NH Hotel Group figura en décimo segundo lugar con 1.571,1 millones, un 6,5% más. Su beneficio neto recurrente se triplica y alcanza los 34,8 millones, lo que refleja una mejora de 23,3 millones frente a 2016, explicada en su totalidad por la buena evolución del negocio.

Grupo Hotusa, por su parte, repite como la cadena con el mayor repunte interanual (+15%), pasando de facturar 1.078 millones a 1.240 millones. Le sigue el Grupo Piñero, propietario de Bahía Príncipe y del turoperador Soltour, entre otras marcas, con 792,7 millones de euros, lo que supone un avance del 8% respecto al ejercicio anterior.

Según se desprende de los resultados de 2016 de National Express, grupo británico del que Alsa forma parte, el volumen de negocio de la compañía de transporte de viajeros por carretera se mantiene estable (+0,6%), situándose en 735,6 millones de euros. Logitravel, que además de su agencia *online* dispone de una nueva versión de Traveltool, convertido en Grupo comercial, así como de su primera tienda de viajes física, vuelve a experimentar un fuerte aumento. Su facturación asciende a 685 millones de euros, un 8,2% más en comparación con los 633 millones a los que llegó en 2016.

Nautalia impulsa a Wamos

Wamos Tours figura en décimo séptima posición con una cifra de negocio de 550 millones de euros, un 34% más. El año 2017 ha sido el tercero consecutivo en que ha dado resultados positivos. El grupo logra un resultado bruto de explotación (Ebitda) de 14 millones, un 94% más que en 2016. Detrás de ese crecimiento está la buena marcha de Nautalia Viajes, red que dirige Rafael García Garrido, y de Wamos Air, división liderada por Enrique Saiz. Una posición más abajo está Carlson Wagonlit Travel (CWT) España. La agencia especializada en *business travel* ha decidido, por vez primera, no desglosar sus resultados por mercados. Por lo tanto, NEXOTUR ha procedido a realizar una estimación con base en la evolución global del negocio (+3,6%). Aplicando esta variación, su facturación ascendería a 497,3 millones de euros, frente a los 480 millones de euros de 2016. Trasmediterranea figura en décimo noveno lugar con un volumen de 426 millones, un 1,1% menos que en el ejercicio anterior. Cierra la tabla Jumbotours con 370 millones, cifra un 5,1% superior que la alcanzada un año antes.

Iberia duplica sus vuelos a Rusia en el Mundial

Iberia tiene previsto realizar 120 vuelos especiales entre ida y vuelta a Rusia en el mes del Mundial de fútbol, lo que supone más del doble de su actividad regular en este país. A los destinos que la aerolínea de International Airlines Group (IAG) ya opera, Moscú y San Petesburgo, se unirán Sochi, Nizhni y Samara, completando la nómina de las cinco ciudades en las que se celebra este evento.

Fallece el fundador de la escuela de Turismo

El 28 de mayo falleció en Madrid, a los 85 años, Francisco Javier Carreño. Innovador creativo y con una clara visión de futuro, fundó en Madrid, en 1957, la primera escuela de Turismo de España a la que siguieron la de Barcelona (1960) y Sevilla (1961), antes de que se creara la Escuela Oficial de Turismo (1963), que oficializó el plan estudios ya impartido en las escuelas CENP.

Nego congrega a 300 agentes en unas jornadas

Nego Servicios ha organizado entre los días 14 y 25 de mayo un total de diez encuentros con sus agentes de viajes asociados. Las jornadas, en las que se han abordado temas de especial importancia para los profesionales del Sector, han tenido lugar en Granada, Murcia, Albacete, Alicante, Valencia, Zaragoza, Barcelona, Madrid, Valladolid y Santiago de Compostela.

Moventia entra en el accionariado de Izaro

Moventia, siguiendo su estrategia de expansión, refuerza su apuesta por los servicios de movilidad en los sectores del ocio, Turismo y alquiler de autocares con la entrada en el accionariado de Autocares Izaro. La compañía catalana especializada en el servicio discrecional de pasajeros cuenta con un equipo humano de más de 180 profesionales, una flota de 130 vehículos.

Las aerolíneas revisan a la baja su previsión de beneficios, que se incrementará algo más del 4% durante este 2018

Será el noveno año consecutivo con números negros, como subrayan desde el 'lobby' aéreo IATA

Las compañías aéreas ganarán menos de lo previsto este 2018. Según el último informe de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), el beneficio neto global ascenderá a 28.813 millones de euros en el conjunto del año, con un margen del 4,1%. Esta cifra es un 12% inferior en comparación con los 32.732 millones estimados en el anterior estudio. En 2017, las aerolíneas ganaron aproximadamente 32.400 millones de euros.

El director general y CEO de IATA, Alexandre de Juniac, aplaude que "la sólida trayectoria se mantenga en 2018 a pesar de los crecientes costes". "Las bases financieras de la industria son sólidas, con un periodo de nueve años en números negros que comenzó en 2010, y el rendimiento del capital invertido excederá el costo del capital por cuarto año consecutivo", detalla. Para el presente ejercicio, el *lobby* aéreo espera que el rendimiento del capital invertido sea del 8,5% (frente al 9% en 2017).

Todas las regiones, con la única excepción de África, cerrarán 2018 con balance positivo. Las aerolíneas de América del Norte serán nuevamente las que lograrán los mayores beneficios. IATA calcula que podrían alcanzar los 12.784 millones, lo que representa el 44% de las ganancias totales. Las europeas, por su parte, ganarán 7.332 millones. Mientras que en el caso de las primeras el beneficio medio por pasajeros es de 13,36 euros, en el de las segundas se sitúa en 6,46 euros.

Solo superadas por las de Norteamérica, las compañías aéreas de Asia-Pacífico concluirán el actual ejercicio de 2018 con 8.611 millones de euros, según los datos falicitados por IATA. Estos beneficios contrastan con los que registrarán las líneas aéreas de América Latina y Oriente Medio, con 767 millones de euros y 1.108 millones de euros, respectivamente. Finalmente, las africanas repetirán la cifra de 2017, con unas pérdidas aproximadas de 85 millones de euros.

Ascenderá a 28.813 millones de euros.

El TJUE 'confirma un criterio que ya se aplica'

Tras ser aprobada la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) que afirma que el derecho a compensación por retraso también se aplicará a vuelos con escalas extracomunitarias se han sucedido las reacciones. Para el 'portal' reclamador.es, el Tribunal está en sintonía con las sentencias que se están aplicando en los países de la Unión.

Eurostar utiliza Rich Content and Branding

Eurostar, encargado del transporte de pasajeros de alta velocidad entre el Reino Unido y la Europa continental a través del Eurotúnel, ha firmado un acuerdo con Travelport. Al igual que las más de 260 aerolíneas que forman parte de la plataforma, Eurostar se beneficiará de la solución Rich Content and Branding. Unas 68.000 agencias tienen acceso a las tarifas de Eurostar.

Spring Hotels lleva Mr. Spring a sus habitaciones

El mayordomo virtual Mr. Spring es una realidad en 154 habitaciones, de las 371 que tiene el Hotel Vulcano en Arona (Tenerife), y supone una novedad mundial en la forma que tiene el huésped de comunicarse con el hotel. Spring Hotels continúa su trayectoria innovadora aplicando la inteligencia artificial a la personalización de la experiencia del cliente.

Bilbao lanza su red wifi municipal en el Euskalduna

A finales de mayo el Ayuntamiento de Bilbao y el Palacio Euskalduna han unido sus redes de comunicación con el fin de ofrecer nuevos y mejores servicios a la ciudadanía. Desde entonces, la red wifi municipal Bilbao WiFi está disponible dentro y en los alrededores del Palacio de Congresos de forma libre y gratuita. El Palacio une su conexión a la del Ayuntamiento para dar un mejor servicio.

La venta directa 'online' de los hoteles españoles se dispara cerca de un 60% en el ejercicio de 2017

Los ingresos por venta directa 'online' de hoteles ascienden hasta los 991 millones de euros

Las ventas directas *online* de los hoteles españoles avanzan a pasos agigantados. En los nueve primeros meses de 2017 ascienden a 991 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 59,9%. El crecimiento menos intenso corresponde al alquiler de vehículos, con una tasa del 12%. El transporte aéreo, líder indiscutible entre los diferentes proveedores turísticos (está muy por detrás de las agencias de viajes, cuyo volumen asciende a 3.165 millones), alcanza la cifra de 2.402,9 millones de euros, un 13,6% más.

Mientras que en Europa gana cuota de mercado la reserva indirecta online de servicios de alojamiento, en el caso concreto del mercado español la tendencia es bien distinta. Según los datos recabados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), la venta directa de los hoteles españoles a través de Internet protagoniza un espectacular incremento del 59,9% en los nueve primeros meses de 2017, pasando de los 619,5 millones de hace un año a los 991 millones actuales.

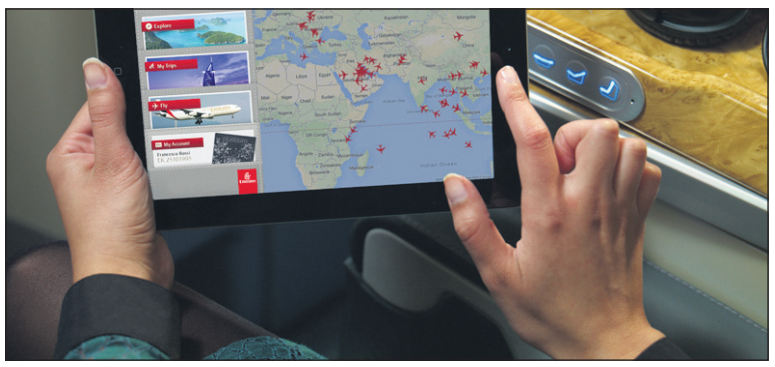
Se trata del subsector turístico con el mayor aumento de la venta directa *online*, si bien el crecimiento es generalizado. Es más, todos y cada uno de los segmentos que recoge el último informe hecho público por la CNMC registran una subida de dos dígitos.

El transporte aéreo

El transporte aéreo, líder indiscutible entre los diferentes proveedores turísticos (está muy por detrás de las agencias de viajes, cuyo volumen asciende a 3.165 millones), alcanza la cifra de 2.402,9 millones de euros, lo que supone un incremento del 13,6% en comparación con los 2.115,4 millones generados en los nueve primeros meses de 2016.

Le siguen las diferentes modalidades de transporte terrestre de viajeros, cuyo volumen se sitúa en 956,4 millones, un 30,9% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior. Por detrás figura el sector del alquiler de automóviles, cuyas ventas directas online ascienden a 305,2 millones, un 12% más.

Volviendo al sector hotelero, los datos de la CNMC, del mercado español, contrastan con los dados a conocer recientemente por la Organización Empresarial Europea de Hotelería y Restauración (HOTREC), que hacen referencia al mercado europeo. Según estos últimos, se viene produciendo en los últimos años un progresivo avance de la venta indirecta en Internet, que en cuestión de dos años ha pasado de representar el 23,1% al 26,1% de las reservas totales de los hoteleros. Mientras tanto, la distribución directa pasa del 55% al 50%.



El transporte aéreo es el subsector con mayor volumen de ventas directas.

Sabre ofrecerá soluciones NDC para este mismo año

Sabre trabaja a marchas forzadas para adaptarse a los cambios que conllevan el proyecto New Distribution Capability (NDC). Se compromete a ofrecer este mismo año herramientas con conexión NDC. Según su vicepresidenta de iniciativas estratégicas, Kathy Morgan, "los estándares NDC representan una gran oportunidad para el negocio de Sabre, nuestros clientes y el Sector en general". "Nuestras capacidades irán más allá de la búsqueda y la reserva, y se integrarán con los sistemas de venta, distribución y ejecución que respaldan el ecosistema de viajes", avanza.

Planea lanzar nuevas soluciones.

En 2018, Sabre planea lanzar nuevas soluciones dentro de Sabre Red Workspace que permitirán a los clientes buscar y reservar contenidos NDC, además de los contenidos habituales. Para ello, trabaja con Flight Center, uno de los grupos de agencias de viajes más grandes del mundo. Sabre espera también poner en marcha un programa piloto con agencias y aerolíneas en el tercer trimestre de este año.

Mientras tanto, en el cuarto trimestre lanzará al mercado una plataforma comercial digital de aerolíneas, que les permitirá comercializar sus servicios "de forma dinámica e inteligente a través de todos los canales y brindar al cliente una experiencia personalizada", informa. En 2019, añadirá más capacidades a la misma, incluida la gestión de ofertas y pedidos habilitada para NDC.

"La tecnología para NDC representa un avance monumental para la industria de viajes, al tiempo que modernizamos las soluciones de ventas y distribución para cumplir con las cambiantes expectativas de los clientes", apunta Morgan. Y recalca que "los estánda-res de NDC son un comienzo prometedor, pero Sabre innovará más allá para hacer de la promesa una realidad".

Las agencias de viaje 'online' tendrán una solución NDC desarrollada por Amadeus

Amadeus busca que 'el NDC sea operativo para todos los actores del Sector'

Travix se incorpora al programa NDC-X para ayudar a Amadeus a crear una solución NDC para las agencias de viajes *online*. "Nuestro objetivo es lograr que el contenido sea fácilmente accesible y comparable", apunta Amadeus.

Amadeus reconoce que el estándar New Distribution Capability (NDC) alberga el potencial de transformar la forma en la que se comercializan los viajes, pero, para que así sea, afirma que "es indispensable contar con la infraestructura adecuada". Por este motivo, acaba de incorporar al programa NDC-X a la agencia online Travix.

Mediante la alianza, Travix participará en el diseño de una interfaz Amadeus Web Services basada en el estándar NDC con el objetivo de dar respuesta a las necesidades de las agencias online de todo el mundo. Esta solución les permitirá comprar, solicitar y abonar vuelos y servicios relacionados, además de añadir servicios complementarios, todo ello haciendo uso del estándar NDC.

Durante la primera fase, Amadeus y Travix definirán una solución que proporcionará acceso tanto a contenido NDC como de otros protocolos. Mientras tanto, en la segunda definirán los requerimientos de servicio de la agencia una vez que se ha realizado la reserva, tales como modificaciones o cancelaciones o la inclusión de servicios complementarios.

Reservas en un único proceso

El vicepresidente del programa NDC-X de Amadeus, Gianni Pisanello, explica que "nuestro objetivo es lograr que el contenido NDC sea fácilmente accesible y comparable con el resto de contenidos para que los distribuidores de viajes puedan ofrecer la coherencia, transparencisa y variedad que buscan los viajeros". "Estamos trabajando con diferentes aerolíneas y distribuidores para definir soluciones que logren que el NDC sea operativo para todos los actores del Sector", revela.

Por su parte, el consejero delegado de Travix, John Mangelaars, considera "fundamental" que las agencias dispongan "de un único proceso de principio a fin para realizar las reservas y ofrecer tanto contenido NDC como de otras fuentes". "Esperamos que el NDC nos permita poner a disposición de nuestros clientes un abanico más amplio de productos de aerolíneas y, en última instancia, proporcionar experiencias de viaje más personalizadas y diferenciadas", añade.

El presidente y consejero delegado de Amadeus, Luis Maroto.

Thomas Cook inaugura sede en Palma de Mallorca

Thomas Cook estrena sede en Palma de Mallorca. Concentrará todas las operaciones actuales de Thomas Cook en Mallorca y creará 325 nuevos puestos relacionados principalmente con las finanzas. La isla ya es el lugar de operaciones del departamento de Connected Services; la agencia receptiva con su oferta vacacional para toda España y Portugal; y otra serie de funciones de soporte.

SAS garantiza la compra homogénea en sus canales

Scandinavian Airlines (SAS) renueva su acuerdo con Amadeus, incluyendo un contrato de distribución para garantizar a las agencias de viajes asociadas a la aerolínea el acceso continuo a todas sus tarifas y precios a través del GDS. SAS es una de las primeras compañías aéreas cliente de Amadeus, con una relación comercial de más de 30 años.

Centro Botín y Alsa por el Turismo en Cantabria

Casi a un año desde su inauguración el 23 de junio de 2017, el Centro Botín continúa construyendo alianzas con agentes turísticos y operadores de transporte cpara atraer visitantes nacionales. En este sentido, ha suscrito con Alsa un convenio de colaboración con el objetivo conjunto de "promocionar el Centro Botín y fomentar el uso del transporte público de viajeros por carretera".

Aínsa-Sobrarbe, Capital del Turismo Rural 2018

Aínsa-Sobrarbe está de enhorabuena. La población oscense se alza con el título de Capital del Turismo Rural 2018, una iniciativa liderada por EscapadaRural.com. La localidad ha resultado vencedora al obtener 16.002 votos (28,4%) de un total de 56.323 participaciones. El municipio se ha impuesto a 247 localidades de 15 Comunidades autónomas que en esta edición presentaron candidatura.

MSC Cruceros destaca que 'el mercado se ha estabilizado' respecto a la guerra de precios

Su presidente Emiliano González destaca 'la buena salud' que está viviendo el sector de cruceros en la actualidad

El sector de cruceros podría estar superando la fuerte agresividad en precios que trajo consigo la competencia existente años atrás. En palabras del presidente de MSC Cruceros, Emiliano González, "el mercado se ha estabilizado en este sentido". Sin embargo, aclara que "en nuestro caso, siempre hemos tenido tarifas acordes con el servicio de excelencia que ofrecemos".

A pesar de los efectos que ha tenido la citada guerra de ofertas, el directivo afirma que el sector de cruceros "cuenta con excelente salud y lo que es más interesante, grandes perspectivas de crecimiento". "Prueba de ello es la inversión de nuestra compañía para ampliar tanto nuestra flota como nuestros destinos", destaca.

Crece por encima de la media

Profundizando en la situación que atraviesa MSC Cruceros, que en 2017 rozó los dos millones de pasajeros, Emiliano González explica que "hemos tenido un muy buen inicio de año y estimamos aumentar nuestras cifras, ya que contaremos con un nuevo barco de última generación en el Mediterráneo, el MSC Seaview, el buque gemelo de MSC Seaside, que realizará cruceros por el Mediterráneo Occidental desde Barcelona". "El sector de cruceros en España espera un crecimiento de entre un 4% y un 5%, y en nuestro caso estamos por encima de esta cifra", avanza el presidente de MSC Cruceros.

Además, el presidente de MSC Cruceros hace referencia al buen funcionamiento de la venta anticipada en la temporada actual de cruceros, aplaudiendo que "la gente sea cada vez más consciente de que unas vacaciones en un crucero necesitan anticipación". "Muchos de nuestros clientes son repetidores y año tras año disfrutan de su periodo vacacional con nosotros reservando incluso desde el año anterior", añade Emiliano González.

El presidente de MSC Cruceros, Emiliano González.

Apostamos por el Business Travel

avasa business

Proporcionamos a nuestras agencias del Corporate soluciones y herramientas tecnológicas de última generación para que sean competitivas en este sector.

AUTORESERVAS

Donde la agencia es totalmente autosuficiente para reservar, tarificar, emitir, reemitir y voidear los billetes de tarifas AVASA. Disponiendo así de una herramienta única.

Tarifas PYMES y TT.OO.

Negociación constante para obtener las mejores tarifas para nuestras PYMES y las tarifas más competitivas de Tour Operación.

SISTEMA DE ALERTAS

Para poder informar a sus clientes de posibles incidencias en destino.

24H ATENCIÓN 24 HORAS

Servicio ATENCION 24 HORAS, donde el cliente final llama y se le atiende como si fuera la propia agencia.

BUSCADOR HOTELES

En el cual están integradas + de 25 cadenas y centrales de reservas tanto españolas como internacionales, informando en todo momento y en una sola pantalla, los diferentes precios y comisiones para un mismo hotel, de esta forma la agencia puede elegir el proveedor que más le interesa.

APP MPower- Travel Guide

Una APP diseñada en exclusiva para el grupo, donde cada agencia puede parametrizar sus datos y ofrecérsela a su cliente para que tenga todos los elementos de su viaje en una sola aplicación.

RECLAMACIONES

De vuelos afectados por retrasos, huelgas, perdidas de conexiones..., para que la agencia se avance a su cliente y le ofrezca la indemnización antes de que él la solicite.

Únete a nuestro grupo y apuesta sobre seguro.

93 655 65 55
expansion@avasa.com
www.grupoavasa.com

Nueva página web de NH con un diseño 'responsive'

La nueva versión de la web de NH Hotels mantiene el alto nivel de información de la anterior mejorando su diseño, ahora compatible para todo tipo de terminales, y simplificando su gestión de reservas, válida para clientes, empresas y agencias.

La 'website' de Eroski ya no presenta sus catálogos

Eroski Viajes ha ampliado, con un nuevo diseño, la gama de productos turísticos que ofrece a clientes y empresas, manteniendo su sistema homogéneo de reservas, pero ya no presenta los catálogos que había en la versión anterior.

El Palacio de Torremolinos ofrece una nueva página

El Palacio de Congresos de Torremolinos presenta una nueva versión compatible de su web que mantiene una descripción adecuada del edificio y sus espacios y limitada de sus servicios y tarifas. Además, ha incluido una agenda de eventos.

Gala ofrece alojamientos en gran parte del mundo

La versión actual de la página web de Gala Hotels mantiene, con algunos cambios en el formato de sus páginas, la información sobre alojamientos en todo el mundo y una fácil gestión de reservas, pero no disponible para las agencias.

La transformación digital, objetivo en Costa Cruceros

Costa Cruceros da un nuevo paso en su estrategia de transformación digital. La compañía de cruceros ha anunciado el nombramiento de Norbert Stiekema como jefe de estrategia y responsable digital, cargo desde el que reportará de manera directa al director general de Costa Crociere, Neil Palomba.

Stiekema será el responsable de promover el desarrollo de las nuevas tecnologías digitales y de los nuevos modelos y soluciones de negocio en Costa. Trabajando mano a mano con Palomba y los responsables de las diferentes unidades de negocio, dará apoyo en la definición de la estrategia de negocio a medio y largo plazo, proporcionando un análisis de las tendencias y desarrollos tecnológicos del mercado. Además, será también el encargado de hacer seguimiento a las iniciativas estratégicas horizontales, focalizadas en una transformación innovadora y en la creación de demanda a largo plazo.

Palomba hace hincapié en "el rol estratégico" que tiene la transformación digital "en el futuro crecimiento de Costa Cruceros". "Por

Norbert Stiekema se incorpora a la compañía de cruceros.

ello, hemos creado un nuevo puesto de relevancia que nos permitirá dar un impulso significativo al cambio digital de nuestra compañía", prosigue.

A raíz del nombramiento de Stiekema, el vicepresidente senior de ventas, Massimo Brancaleoni; el vicepresidente senior de marketing, Luca Casaura; y el vicepresidente senior de gestión de ingresos y transporte, Mario Alovisi, también reportarán directamente a Palomba.

La alianza entre TDCS y Travelport despierta 'gran interés' en el Sector

La agencia puede elegir el 'pack' de herramientas en la web 'www.tdc.es'

El director de Travelport España, Fred Lindgren, se muestra "entusiasmado con las perspectivas que ofrece nuestra asociación" con TDCS. Gracias a esta alianza, las pequeñas y medianas agencias pueden modernizar sus puntos de venta. "Brinda a las agencias todas las herramientas que necesitan", destaca.

"Hemos recibido gran interés y los clientes se han sentido atraídos por la idea de poder cubrir todas sus necesidades comerciales, de *marketing* y de oficina, por un precio claro, simple y transparente al mes", afirma el director general de Travelport España, Fred Lindgren, en relación a la alianza entre su empresa y TDCS. Según revela, "estamos muy entusiasmados con las perspectivas que ofrece nuestra asociación, y tener a Endika Ormaeche dirigiendo este proyecto es fantástico, no solo por el talento natural que aporta, sino también por la confianza y el respeto que le profesa el mercado".

Como publicó NEXOTUR, mediante la alianza, Travelport pone a disposición las agencias las soluciones de TDCS (*marketing* digital, soluciones tecnológicas, herramientas de comunicación, etc.), contribuyendo así a modernizar sus puntos de venta y ayudar a las pequeñas y medianas agencias a competir con las grandes redes.

De izquierda a derecha: Endika Ormaeche, António Loureiro y Fred Lindgren.

Lindgren detalla que "TDCS ofrece a las agencias herramientas de *marketing* tales como pantallas digitales, *roll-ups* digitales y pantallas publicitarias; mientras que al mismo tiempo ofrecen soluciones de hardware, telecomunicaciones y gestión de contenidos de vanguardia". En definitiva, "brinda a las agencias todas las herramientas que necesitan para adoptar los cambios tecnológicos de hoy en día y satisfacer las necesidades cambiantes del viajero conectado". A través de *www.tdcs.es*, operativa desde principios de año, el agente de viajes puede elegir el pack de herramientas tecnológicas que más se adecúe a sus necesidades.

El 77% de los españoles piensa que el móvil ha cambiado su forma de viajar

'Les permiten ser más espontáneos e improvisar durante el viaje', apunta la gerente de Kayak

Los dispositivos móviles tienen una importancia creciente en las diferentes fases del viaje. El estudio Mobile Travel Report de Kayak revela que para un 77% de los españoles los móviles han cambiado de alguna forma el modo en el que viajan. De éstos, un 42% asegura que puede improvisar más durante sus desplazamientos gracias a la tecnología móvil, mientras que un 35% dice sentirse más conectado con el destino de su viaje.

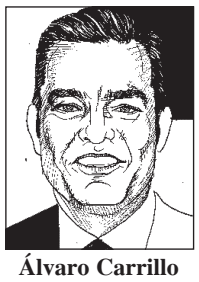
Los resultados de la encuesta muestran también que los españoles prefieren preparar con antelación sus vacaciones. En concreto, un 78% comienza a buscar información sobre el destino con varios meses de anticipación. Esta tendencia es aún más clara en los españoles de entre 39 y 53 años, con un 81%, frente al 74% de la generación milenial. Solo el 2% espera al comienzo del viaje para recabar información.

La importancia de los dispositivos móviles aumenta en todas las fases del viaje.

La gerente en España de Kayak, Laura Anthes, explica que "la tecnología móvil se centra cada vez más en el usuario y las marcas trabajan cada día para personalizar y adaptar sus productos a las necesidades del consumidor". "Aunque sabemos que no deja de crecer el número de usuarios que utilizan el móvil para muchas de las etapas del viajes, nos ha sorprendido ver cómo les permite ser más espontáneos e improvisar a la hora de tomar decisiones durante el viaje", añade.

Noray e ITH fomentarán las soluciones BI y CRM

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) suma a Noray como nuevo asociado en el área de nuevas tecnologías y operaciones hoteleras, con la finalidad de promover la implementación de herramientas de Business Intelligence y CRM en el Sector Hotelero.



Álvaro Carrillo

Dentro de las muchas funcionalidades que contiene su producto Noray Htl, certificado por Microsoft con base Microsoft Dynamics NAV, destacan especialmente las herramientas PowerBI de Noray Htl, que facilita la gestión de los datos a través de un sistema nativo de cuadros de mando e informes interactivos que conforman un Business Intelligence completo especialmente diseñado para el Sector Hotelero; y CRM de Noray Htl, un sistema para la gestión de datos de clientes y potenciales clientes con conexión con MailChimp, que utilizando los datos del PMS, permite realizar campañas más eficientes y eficaces con las que complementar la estrategia de venta directa y venta cruzada del establecimiento o cadena hotelera.

"Esta alianza surge de forma natural dentro de la trayectoria de Noray, ya que en estos últimos años uno de nuestros principales objetivos ha sido estar en contacto permanente con el Sector Hotelero mediante *workshops*, trabajo codo con codo con clientes, eventos especializados, reuniones directas con hoteleros, etc", asegura la directora de Marketing de Noray, Miriam Perera. "La incorporación de Noray al ITH es una oportunidad para impulsar la aplicación del Business Intelligence en el sector hotelero", subraya el director general de ITH, Álvaro Carrillo.

El gasto relacionado con viajes influenciado por TripAdvisor ha superado el crecimiento en la inversión total en viajes y Turismo

Oxford Economics confirma la influencia de TripAdvisor en la economía mundial en su estudio 'Cuantificación de la Economía Mundial del Sector de Viajes'

TripAdvisor ha anunciado los resultados del estudio 'Cuantificación de la Economía Mundial del Sector de Viajes', realizado por Oxford Economics en cooperación con TripAdvisor, para valorar la importancia de la economía global de viajes y las contribuciones de TripAdvisor a la misma. El estudio ha concluido que la industria de viajes alcanzó más de cuatro billones de euros durante el año 2017, una cifra que se suma al continuo crecimiento del Turismo internacional durante los últimos ocho años.

El estudio de Oxford Economics presenta la imagen de una economía de viajes saludable y en crecimiento, con los mayores aumentos en los gastos de viaje en los últimos años como resultado de las regiones APAC, Medio Oriente y América Latina. Con 3,2 billones de euros por año, el gasto en Turismo nacional representa alrededor de tres cuartas partes del gasto mundial en Turismo, mientras que el gasto internacional creció a los 1,2 billones en 2017.

Al comparar los datos del crecimiento económico mundial con las propias tendencias de TripAdvisor, el estudio también ha demostrado que ha tenido una influencia estimada de 460.000 millones de euros en 2017. A nivel mundial, la web de viajes influyó en más de 433 millones de viajes el año pasado. "Lanzamos este estudio no solo porque queríamos entender mejor el tamaño real y el alcance de la economía global de viajes, sino también para comprender la escala y el impacto de TripAdvisor en el Turismo", ha afirmado el director de Información Estratégica de TripAdvisor, Charlie Ballard.

Contribución positiva

"Estamos contentos de ver más datos y estudios que afirman la contribución positiva de TripAdvisor a los consumidores, las empresas de viajes y la economía en general", ha comentado el vicepresidente de Productos y Marketing de TripAdvisor, Martin Verdon-Roe. "Para hoteles, alquileres, atracciones, actividades y restaurantes en todo el mundo, la conclusión clave de las últimas investigaciones es que nunca ha habido un mejor momento para comercializar su negocio en TripAdvisor", concluye.

Según el estudio, en los últimos 10 años el gasto relacionado con viajes influenciado por TripAdvisor ha superado el crecimiento en la inversión total en viajes y Turismo. El gasto ha experimentado un incremento promedio anual del 7,4% en la última década. Esto se compara favorablemente con un crecimiento promedio del 3% del gasto total en Turismo. Incluso cuando el gasto sufrió una caída del 5,3% en la recesión mundial de 2009, el gasto influenciado por TripAdvisor superó la tendencia general.

Mientras que la economía de viajes de América del Norte ha crecido un 25% en los últimos 10 años, el mercado de Asia-Pacífico ha crecido en un 130%. Por el contrario, los destinos de Europa Occidental se han mantenido estables durante este tiempo.

Teniendo en cuenta la importante crecida de la economía mundial de viajes y el aumento de los mercados emergentes de clase media, es el momento idóneo para que las empresas se relacionen con sus potenciales clientes *online* y generen interacciones con ellos. A medida que más consumidores recurren a sus dispositivos móviles para buscar información sobre futuros viajes, ninguna otra aplicación web en todo el mundo es tan utilizada como TripAdvisor, según el estudio.

Ninguna otra aplicación web en todo el mundo es tan utilizada como TripAdvisor.

Para ayudar a los negocios de hoteles y restaurantes a aprovechar estas oportunidades, TripAdvisor lanzó sus Espacios Patrocinados, una nueva solución publicitaria que permite a las empresas captar la atención de los viajeros e impulsar el tráfico de calidad dirigido a los alojamientos y restaurantes mediante anuncios en ubicaciones más visibles dentro del sitio web, incluidos los resultados de búsqueda de antiguos usuarios.

Especialistas en
Agencias de Viajes

ACONFISA

Asesoría Turística
✔ Contabilidad
✔ Socio-Laboral
✔ Fiscal
✔ Jurídico-Mercantil

Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid
☎ 91 521 53 15 - 521 46 92
aconfisa@aconfisa.es
www.aconfisa.es

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

100% Agentes

TurNexo Barcelona

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

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

EXCLUSIVO TurNexo PARA AGENTES

Jueves 8 de Noviembre de 2018

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic CONSULTING

Carencia

La carencia en los seguros

Respuesta.- **Tenemos dudas sobre el concepto de 'carencia' en el seguro de viaje. ¿Qué es exactamente y cuándo se aplica? ¿Todos los seguros lo tienen?**

Respuesta.- La carencia es, una vez contratado un seguro, el tiempo que hay que esperar antes de que el seguro o una cobertura se activen. De este modo, puede haber coberturas que tengan una carencia de un tiempo determinado, como una semana, por ejemplo, lo cual significa que hasta que no haya transcurrido una semana desde la compra del seguro, el asegurado no podrá hacer uso de la cobertura en cuestión.

La carencia es una condición que depende de la compañía aseguradora y del seguro que se quiera contratar, pudiéndola tener todos los productos de una misma compañía o solo algunos, o incluso solo determinadas coberturas de un seguro. En el caso de los seguros de viaje incluidos en nuestro catálogo para agencias de viajes Pack Plus, solo se aplica la carencia a la cobertura de cancelación de algunos seguros, pero solo cuando se han contratado pasadas 24 horas o siete días —dependiendo del seguro— desde la reserva del viaje.

Según lo anterior, siempre que tu cliente contrate uno de nuestros seguros en el momento de realizar la reserva de su viaje, estaría exento de carencia y, por lo tanto, podría utilizar todas las coberturas del seguro desde el día siguiente a la contratación del mismo. Si, por el contrario, el cliente decidiese dejar la contratación del seguro para más adelante, la cobertura de cancelación tendrá una carencia y, por tanto, solo podría hacer uso de la misma una vez pasado el plazo indicado al realizar la contratación.

Pongamos un caso práctico: un cliente contrata un viaje a Tailandia y no compra el seguro de viaje en el momento de reservar el viaje. Pasadas dos semanas, decide contratar un seguro de viaje que cubra la cancelación del mismo. Al tener la cobertura de cancelación una carencia, si un día después de contratar el seguro tuviese un problema que le impidiese viajar, y la causa estuviera incluida en el seguro, no podría acogerse a la cobertura de anulación hasta una vez pasado el periodo de carencia marcado, por lo que este problema, al haberse producido dentro del periodo de carencia, estaría excluido de la cobertura de cancelación del seguro.

Además de la carencia, es importante saber que hay determinados seguros que no se pueden contratar si no se hace en el momento de la reserva del viaje. Por lo tanto, a la hora de recomendar un seguro a un cliente, además de tener en cuenta el tipo de viaje y las necesidades específicas del mismo, es importantísimo explicarle bien tanto el concepto de carencia como que hay determinados seguros que no podrá contratar una vez pasado un plazo determinado desde la reserva del viaje.

Además de la cobertura de cancelación, un seguro de viaje garantiza recuperar los gastos de anulación por interrupción del viaje, es decir, si alguna de las causas cubiertas obliga al viajero a volver a casa de forma precipitada.

El seguro de viaje más completo debe incluir coberturas que permitan al viajero ahorrar frente a las incidencias más comunes durante las vacaciones: asistencia médica o quirúrgica, repatriación, pérdida de equipaje, cancelación o retraso de vuelos, etc. Por otro lado, proteger el viaje con una póliza cuyas garantías se adecúen a los planes del viajero es fundamental. Por ejemplo, quien se escapa para practicar deportes de aventura en España necesitará estar cubierto frente a unas incidencias diferentes de quien viaja un par de semanas por Asia.

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

Asistencia en viaje

Transporte al aeropuerto

Respuesta.- **Si un cliente tiene un accidente en el transporte de camino al aeropuerto, ¿estaría cubierto por el seguro de viaje? ¿Podría cancelar su viaje en este caso y que le devolvieran el dinero?**

Respuesta.- Antes que nada, hay que distinguir entre gastos de asistencia en viaje y gastos de cancelación del viaje. En los primeros hay que valorar un seguro que cubra un accidente *in itinere*, que es como se llama a los accidentes que se producen en el desplazamiento hacia el lugar del comienzo del viaje, como el caso que comentas, o durante el viaje en medios de transporte secundarios, como por ejemplo puede ser un *transfer* que nos traslada del aeropuerto al hotel.

En el caso del seguro de asistencia en viaje, las coberturas que pueden cubrir un accidente *in itinere* son la facilitación de un transporte alternativo al viajero para que pueda continuar su viaje y la asistencia médica en caso de llegar a necesitarla. Por lo tanto, en el caso que nos comentas, el viajero que haya contratado un seguro de asistencia en viaje podría solicitar a la agencia de viajes un medio de transporte que le permita llegar al aeropuerto. Si el accidente fuese grave, se podría utilizar la cobertura de anulación del viaje, que también viene incluida en los seguros de asistencia en viaje —para saber qué accidentes son considerados graves, se debe revisar la póliza contratada—. En este caso, el viajero tendría que presentar la documentación relativa al accidente y a la atención médica y se le reembolsaría el 100% del gasto del viaje.

Por otra parte, ya existen seguros que cubren la cancelación por libre desistimiento, que permiten la anulación del viaje sin justificar el motivo: en estos casos el viajero, al no justificar la causa de cancelación, solo recibiría una parte del gasto. En el caso de InterMundial, estos seguros son el Multiasistencia Élite y el Anulación Élite.

Como siempre indicamos, es importante que informes al cliente de todas las posibilidades que hay para que, en caso de necesitar usar el seguro que ha contratado, sepa qué cobertura es la que mejor se ajusta al problema que tiene. En este sentido, siempre hay que aconsejar al cliente que se lea con detenimiento el condicionado del seguro que ha contratado y que en el viaje lleve toda la documentación pertinente y los teléfonos de Atención al Cliente a mano.

100% Agentes

TurNexo Madrid

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

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

EXCLUSIVO TurNexo PARA AGENTES

Jueves 15 de Noviembre de 2018

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR NEXOTUR

ORGANIZADOR POR Nexopublic CONSULTING

MOSTRADOR

Crece la oferta de Air Europa en Paraguay y Argentina

Desde junio, Air Europa ha incrementado sus operaciones a Asunción, capital de Paraguay, y por la ciudad argentina de Córdoba. Ambos destinos llegarán de esta manera a las cinco frecuencias semanales, sumando así los martes a su operativa habitual de los lunes, miércoles, viernes y domingos. Los viajes se realizarán con un Airbus 330, destacables por su clase Business, que está equipada con los asientos *flat bed* para garantizar el máximo confort y descanso del pasaje.

La división aérea de Globalia tiene previsto seguir su desarrollo y crecimiento tanto en Paraguay como en Argentina por lo que trabaja para consolidar su operativa en 2019 y operar, desde mediados del siguiente ejercicio, un vuelo diario. Además, a partir de 2020, volará a estos destinos con su flota Dreamliner.

Airbus 330 de Air Europa.

✉ www.aireuropa.com

Catai lanza un monográfico para Patagonia en el verano austral

El catálogo incluye viajes a Argentina, Chile y la Antártida hasta marzo 2019

Quienes quieran visitar La Patagonia cuentan con múltiples opciones de Catai. Por ejemplo, para una expedición a La Antártida el turoperador propone un viaje de 15 días por 6.895 euros, con crucero incluido.

Catai ya tiene disponible su nuevo catálogo de Patagonia, válido hasta marzo de 2019, con multitud de propuestas para la primavera y el verano austral en el cono sur americano. Con salidas diarias en la mayoría de los viajes, los precios incluyen la mejor selección hotelera y visitas incluidas en muchos lugares. Uno de los viajes estrella es 'expedición a La Antártida', durante 15 días y por un precio de 6.895 euros, incluye un crucero de nueve noches por toda la península Antártida. Para los que prefieran conocer Chile, pueden elegir 'Chile, Lagos y Patagonia', desde 2.520 euros es un recorrido de 11 días por los mejores puertos. También hay multitud de opciones para viajar por Argentina, como 'Maravillas Naturales', durante 11 días por 2.120 euros. Todos estos precios incluyen tasas.

La Patagonia argentina.

✉ www.catai.es

Barceló dispone de varias propuestas para visitar Ciudad de México, como los globos por Teotihuacan

El Grupo pone en valor la posibilidad de conocer desde el cielo las antiguas civilizaciones mayas

El Barceló México Reforma se encuentra a solo 50 minutos del globo puerto para visitar una de las antiguas civilizaciones más atractivas. El establecimiento tiene precios desde los 90 euros por habitación y noche.

El Barceló México Reforma, en la capital del país centroamericano, permite realizar varias actividades en este destino desde los 90 euros noche, con desayuno. El Grupo hotelero pone en valor así la riqueza monumental, la propuesta cultural y la oferta gastronómica de Ciudad de México. Una de las experiencias más destacables es conocer las antiguas civilizaciones mayas desde el aire, como la enigmática ciudad de Teotihuacan.

El globo puerto se encuentra a solo 50 minutos del hotel de Barceló. Los turistas podrán realizar un paseo a pie por este tesoro arqueológico, con visitas al Templo de Sol y al de la Luna. Los vuelos se realizan de madrugada y tienen una duración de media hora, en la que se podrán hacer varias fotografías, tras la que se realizará un aterrizaje, cada día en un lugar diferente y rodeado de campo.

Teotihuacan es uno de los destinos con más historia de México.

✉ www.barcelo.com

Renfe inicia la temporada del Tren de Cervantes

El Tren de Cervantes ya vuelve a estar en circulación, con la salida del tren desde la estación de Atocha Cercanías para llegar a Alcalá de Henares y conocer la ciudad complutense con una visita guiada. Renfe dispone de este servicio hasta el 28 de julio, luego hará un descanso en agosto para retomarlo el 1 de septiembre hasta el 8 de diciembre. Durante todo el viaje estará presentes en elenco de actores que dan vida a Migue de Cervantes, Don Quijote o Sancho.

✉ www.renfe.com

Soltour opera vuelos directos a la región dominicana de Samaná

Grupo Piñeiro lanza a través de su turoperador Soltour un vuelo directo desde Madrid a Samaná, provincia de República Dominicana donde la cadena hotelera del grupo, Bahia Principe Hotels & Resorts, cuenta con cuatro establecimientos. Este vuelo se inicia el 24 de junio y se prolongará hasta el 9 de septiembre aterrizando en el Aeropuerto Internacional Juan Bosch El Catey, con lo que recorta en dos horas la llegada de los turistas hasta esta demarcación, en comparación con el vuelo diario de Soltours entre Madrid y Santo Domingo.

Los cuatro establecimientos del Grupo Piñeiro en Samaná son el 'Cayo Levantado', el hotel-boutique para adultos 'Luxury Bahia Príncipe Samana', el familiar 'El Portillo' y 'Príncipe Cayacoa', nominado como uno de los 20 hoteles con mejores vistas.

República Dominicana.

✉ www.soltour.es

Viajes especiales para solteros a China por menos de 2.340 euros

Asianpacifictours promociona viajes con actividades especiales para personas solteras, que podrán disfrutar con la compañía de otros solteros. El 'paquete' de 15 días y 13 noches de duración tiene un precio de salida de 2.389 euros más 450 de tasas.

El turoperador propone conocer escenarios inigualables, increíbles templos perdidos en inhóspitas montañas repletas de vida, puentes antiguos y legendarios ríos, ciudades cargadas de historia y leyendas, monumentos, arte, esculturas y minuciosas artesanías. Además de practicar actividades tradicionales como el Taichi, de la mano de un honorable maestro de la práctica de este conocido arte. Todo ello contrastando con la parte más moderna y cosmopolita de altísimos rascacielos e inacabables *shoppings* en Shanghai y Pekín.

Imagen del país asiático.

✉ www.asianpacifictours.com

Binter conectará las islas de Madeira entre sí

Binter unirá las islas del archipiélago de Madeira, tras ganar el concurso convocado por el Gobierno de Portugal para cubrir el transporte aéreo interinsular a través de una conexión aérea con declaración de obligación de servicio público. La adjudicación de este concurso supone que la compañía aérea canaria empezará a prestar el servicio aéreo entre Madeira y la isla más pequeña del archipiélago, Porto Santo, con una duración de 20 minutos a bordo de un ATR-72.

Binter ofrecerá una conexión diaria de ida y vuelta entre ambas islas los meses de octubre a abril, ambos inclusive. Un servicio que reforzará de mayo a septiembre, ampliando de una a dos el número de frecuencias diarias.

✉ www.bintercanarias.com

NEXOTUR

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.

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

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

■ Club NEXOTUR

Descuentos de hasta el 30% en los hoteles de la cadena Accor

Accor Hoteles ofrece a los agentes miembros del Club NEXOTUR un descuento del 30% sobre tarifa oficial. La cadena hotelera dispone en la actualidad de más de 1.600 establecimientos en todo el mundo, con marcas de referencia como Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio. Más información y reservas en *ww.travelagencies.accorhotels.com*.

Club NEXOTUR
Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 21**

■ Fam Trip

El destino muestra sus atractivos a representantes de diez turoperadores.

Agentes alemanes en la Costa Brava

Del 13 al 17 de mayo se ha llevado a cabo el encuentro anual Senderismo y Gastronomía, organizado por Costa Brava Hotels, Blau Verd Hotels y Petits Grans Hotels de Catalunya. Este año, han sido diez los turoperadores de diferentes ciudades alemanas los que han visitado la Costa Brava.

Pullmantur pone en marcha un novedoso programa de entretenimiento infantil

Somos Trotanautas incluye actividades para niños de tres años de edad en adelante

Pullmantur Cruceros lanza Somos Trotanautas, su novedoso programa de entretenimiento infantil a bordo basado en las inteligencias humanas. Esta propuesta, que arranca en el mismo momento en el que los niños embarcan, ha sido desarrollada por psicólogos y expertos en la materia e incluye, por primera vez, actividades destinadas a pequeños de tres años (siempre junto a sus padres).

El presidente y CEO de Pullmantur Cruceros, Richard J. Vogel, destaca que "el entretenimiento es un pilar fundamental en la experiencia a bordo de los huéspedes, no importa su edad". "Por este motivo, y en el marco de nuestro proceso de mejora continua, hemos querido innovar apostando por un programa revolucionario que combina la diversión con el aprendizaje a la vez que fomenta el valor de amistad, el trabajo en equipo y el cuidado del mundo marino", explica. Además, se muestra " completamente convencido de que este programa contribuirá muy positivamente a que los niñosvivan una experiencia inolvidable a bordo de nuestros barcos".

Se organizan diferentes e inesperadas misiones diarias.

Somos Trotanautas gira alrededor de la pandilla Trotanautas, formada por seis personajes gráficos que representan seis de las ocho inteligencias humanas: naturalista (Flor), espacial (Leonard), lingüística (Eme), musical (Sol), corporal (As) y lógica (Mercury). Cada miembro cuenta con una habilidad especial de manera que todos los niños pueden identificarse con uno. Mientras, las otras dos inteligencias (interpersonal e intrapersonal) se trabajan de forma transversal durante todas las actividades. Para los más pequeños (hasta tres años) se ha creado Zip, el personaje más inocente de todo el grupo. Este programa se incluye dentro de la propuesta de entretenimiento a bordo y es de carácter gratuito.

✉ www.pullmantur.es

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.

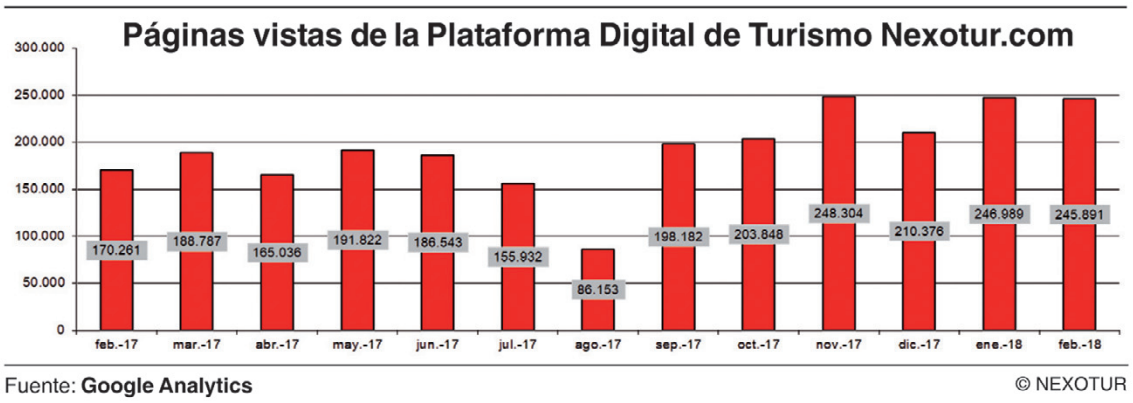
La Plataforma Digital de Información Turística del Grupo NEXO no para de crecer. Nexotur.com alcanzó en 2017 de media mensual más de 180.000 páginas vistas, un 19% más que en 2016. Esta cifra parece que se quedará corta en 2018 por el comienzo de año que ha tenido el Digital, alcanzando en sus primeros 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 sectoriales 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.



Fuente: **Google Analytics**

© NEXOTUR

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.

Los 'fast ferries' salen desde la Comunidad Valenciana.

Balearia promueve escapadas de un día con sus 'fast ferries'

La flota de buques de alta velocidad de Baleària que opera actualmente en la Comunidad Valenciana facilita las escapadas de un solo día desde el puerto de Dénia. Hasta septiembre, desde la ciudad alicantina, los turistas tendrán dos opciones para escaparse a Ibiza o Formentera, lo que les acerca la posibilidad de conocer sus playas. El viaje a Ibiza se hace a bordo del *fast ferry* Pinar del Río, que une el puerto dianense con Sant Antoni en sólo dos horas con una frecuencia de seis días a la semana. El horario de salida desde Dénia es a las 07:30 horas y el viaje de vuelta llega a las 21:00, aunque puede variar según el período.

Para los que prefieren la más pequeña de las Pitiusas, el buque de alta velocidad Ramon Llull une directamente Dénia con Formentera en dos horas y media todos los días, excepto los martes. En este caso las salidas son a las 9:00h de la península y las vueltas desde la isla a las 21:00h, excepto a partir de septiembre que será a las 19:00.

En los dos casos se trata de *fast ferries* con velocidades de navegación alrededor de 32 nudos, que pueden transportar unos 460 pasajeros y un centenar de coches. Estos buques disponen de tienda y cafetería a bordo, además de espacios específicos donde pueden viajar las mascotas, y tienen opciones de ocio para los pasajeros como emisiones audiovisuales o revistas, entre otros servicios.

✉ www.balearia.com

Iberia reinicia sus vuelos con Croacia para la temporada estival, que mantendrá todo el año

Como cada verano desde hace diez años, Iberia ofrece vuelos directos a tres de las principales ciudades de Croacia, Dubrovnik, Zagreb y Split. Además, como novedad, las rutas a Dubrovnik y Zagreb dejan de ser estacionales y operarán también en la temporada de invierno con dos frecuencias semanales cada una.

Dubrovnik contará con cuatro frecuencias en junio, siete a principios de julio, nueve vuelos a la semana desde mediados de julio, y hasta tres vuelos al día en el mes de agosto. Por su parte, la aerolínea operará tres vuelos a la semana a Zagreb durante el mes de junio, cinco en julio y hasta dos vuelos diarios en agosto. Y por último, la compañía aérea ha comenzado a volar en junio a Split con dos vuelos directos a la semana, que en el mes de julio pasarán a seis frecuencias a la semana y en agosto al vuelo diario.

✉ www.iberia.com

Estas rutas ya se han incorporado.

Finnair inaugura nueva ruta en Hannover y crece en Dubai

Finnair ha inaugurado una nueva ruta con la ciudad alemana de Hannover con un vuelo diario, lo que supone su séptimo destino en el país. Asimismo, entre sus planes de expansión se encuentra el aumento de las conexiones con Dubai en la temporada de invierno de 2018/2019, con lo que pasarán a ser siete semanales, dos de ellas operadas con el nuevo Airbus A350 de la compañía aérea.

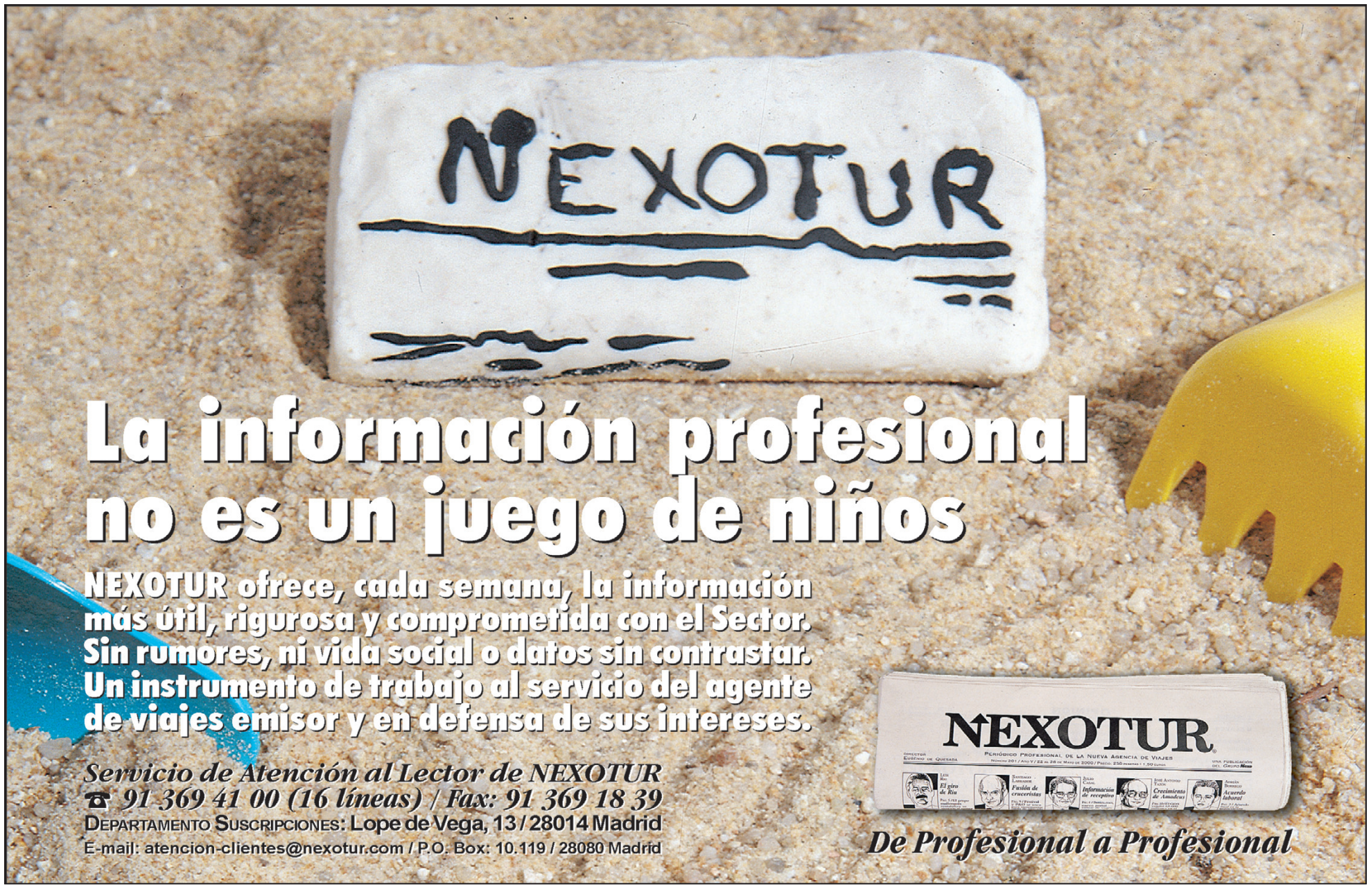
✉ www.finnair.com

Airbus A 350 de Finnair.

LOT abre una tercera ruta con Lituania

LOT ha comenzado a volar entre Varsovia y Kaunas, siguiendo a las de Vilna y Kláipeda, con lo que alcanza su tercer destino en Lituania. La conexión cuenta con seis frecuencias semanales, todos los días salvo los sábados. La salida de Varsovia es a las 22:35 horas y llegada a Kaunas a las 0:45. El vuelo de regreso sale a las 6.15 horas y aterriza en Varsovia a las 6.25.

✉ www.lot.com



CLUB NEXOTUR

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

☎ 91 369 41 00
91 369 18 39

Lope de Vega, 13
28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
GUAMA	**Descuento del 20%** sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para l aprogramación de los folletos de Cuba América	Abierto	Ventas Madrid	☎ 917823787 915641622

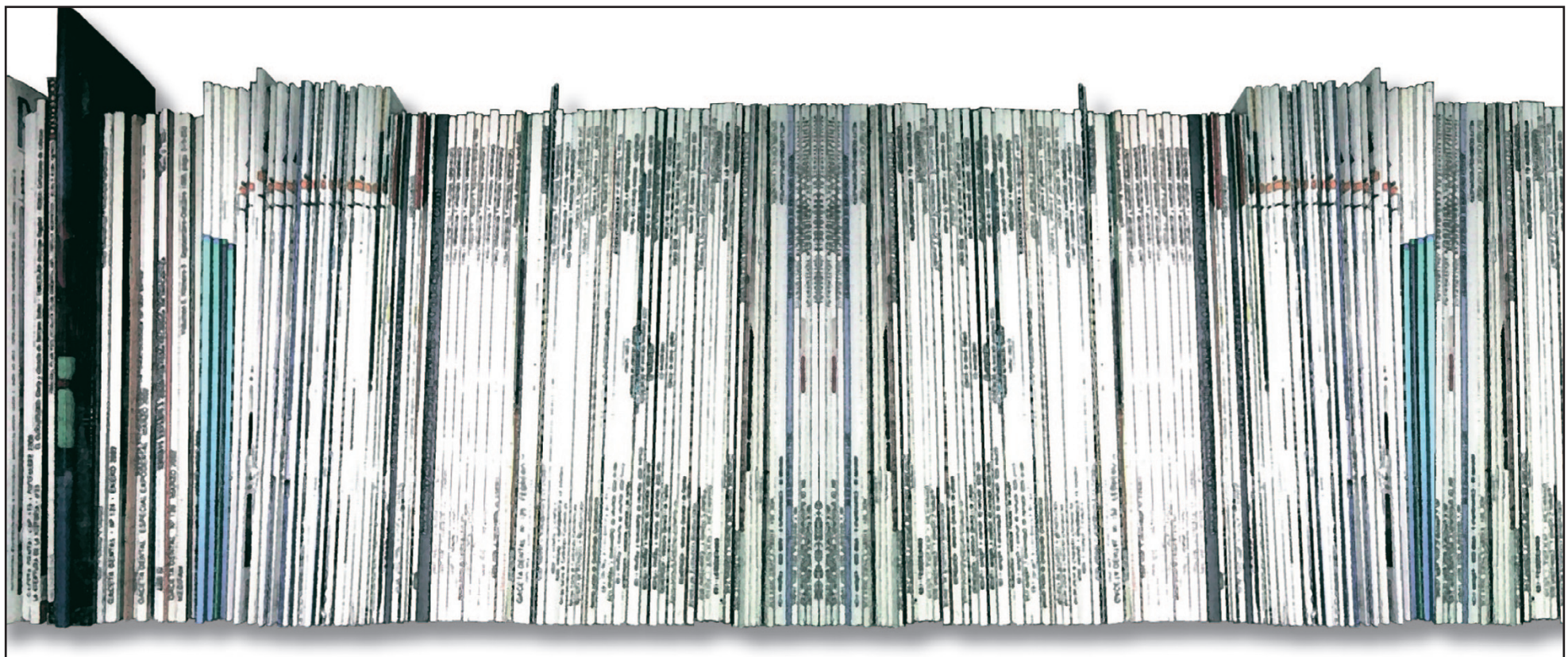
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
OCTOPUSTRAVEL	**15% de descuento** para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 91 531 34 90

CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ACCOR HOTELES	Hasta **30% de descuento** sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Más de 1.600 hoteles en todo el mundo, marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio...	Abierto	web Accor	www.lavalagenisaccorhotels.com
HUSA HOTELES	**45% de descuento** sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 956 65 49 01
OCA HOTELS	Consultar condiciones especiales en cda uno de los hoteles de la cadena.	Alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad en el momento de efecturar la reserva.	30-12-2014	En cada hotel	Teléfono en cada hotel www.ocahotels.com
PARADORES	**50% de descuento** a miembros del Club en temporada baja y **25%** en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	**50% de descuento** para miembros y acompañantes en temp. baja y **25%** en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	**50% de descuento** sobre tarifa oficial en más de de 300 hoteles de todo el mundo en cinco y cuatro estrellas.	Valido excepto durante periodos altos de ocupación y con limitación de habitaciones a tarifa agente/día. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2014	Departamento Reservas	☎900 994 954 Cod. NTA1 www.worldhotels.com/beconnected

COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HERTZ	Descuentos **15%** fin de semana, **10%** resto semana (España), **5%** Internacional, **22%** furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es
EUROPCAR	Hasta un **15%** en alquiler de coche en oficinas en España. Hasta un **20 %** en furgonetas en España. Hasta un **5%** en el resto de oficinas en el mundo.	Descuentos no aplicable para vehículos especiales. Sujeto a disponibilidad de flota. Resto de condiciones según Normativa General de Europcar.	31-12-2014	Para realizar reservas	☎ 902 50 30 10 www.europcar.es

HOTELES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO	Oferta disponible sólo para agentes de viajes.	Precio por noche en habitación doble 35 euros (más IVA). Régimen alojamiento y desayuno. Tarifa disponible todo el año.	31-12-2014	Web Beatriz Hoteles	www.beatrizhoteles.com 'Acceso a Profesionales'
HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID	**50% de descuento** sobre tarifa para miembros del Club.	Persona y noche: 54,09 euros en H. Doble, desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	Dirección del Hotel	☎964 44 34 76 964 44 34 61
HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL	Oferta disponible para agentes de viajes, siempre según disponibilidad. Cupo máximo 2 hab./día.	Hab. Dui (Alojamiento, Desayuno y plaza de **parking**), 40 euros. Hab. Doble (alojamiento y plaza de *parking*), 40 euros.	31-03-2015	Pedro Bellón	☎926 22 85 45 www.santacecilia.com

SEGUROS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ERV EUROPEA SEGUROS DE VIAJE	**85% de descuento** sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de Viaje Póliza Especial Agentes. Mod. Individual: 82,04 euros. Mod. Familiar. 150,24 euros.	28-02-2015	Nuria Ramos	☎ 91 344 17 37 91 457 93 02
INTERMUNDIAL SEGUROS	**30% de descuento** sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Un seguro incapacidad laboral temporal, para que tus ingresos no se reduzcan en caso de baja laboral.	1-07-2011	Rafael Palacios Dpto. Profesionales	☎902 909 737 Ext.415 rpalacios@intermundial.es



Transferencia del conocimiento

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

publicaciones profesionales y generales

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

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP
Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP
Federación Europea de Editores de Revistas

Confederación Española de Organizaciones Empresariales

AEEPP
Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

HOTELERIA

El Congreso de Hoteleros Españoles aborda los principales retos del Sector con la coyuntura actual

Cerca de medio millar de empresarios del Sector Hotelero asisten a dos intensas jornadas de trabajo desarrolladas

El Congreso de Hoteleros Españoles, que tuvo lugar la semana pasada —31 de mayo y 1 de junio— en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, reunió a cerca de medio millar de empresarios hoteleros durante dos jornadas en la que se analizaron los principales retos que tiene el Sector para reforzar su posicionamiento internacional y mejorar su competitividad. El encuentro ha estado organizado por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), con la colaboración de la Asociación de Empresarios Hoteleros de Costa del Sol (Aehcos).

Ayer arrancó en Málaga el Congreso de Hoteleros Españoles, la cita bienal más importante de la Hotelería que ha congregado en la ciudad al empresariado del Sector Hotelero de todo el país. Cerca de medio millar de empresarios hoteleros asisten a las dos jornadas del evento, en las que se analizan de la mano de destacados ponentes y especialistas los principales retos que tiene el Sector para reforzar su posicionamiento internacional y mejorar su competitividad.

El impacto de la vivienda privada en el turismo español, la expansión hotelera, los grandes actores digitales y su impacto en la transformación del Sector o los retos de la gestión hotelera son algunos de los temas que centran la agenda del encuentro.

Inauguración

En el acto inaugural han participado el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas; el presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de Costa del Sol (Aehcos), Luis Callejón; la secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asián; el presidente de la Diputación de Málaga, Elías Bendodo; y el consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, Francisco Javier Fernández.

Luis Callejón ha querido dar la bienvenida a los congresistas deseando que "podamos todos aprender y debatir de los problemas que se presentan para sacar el mayor rendimiento a nuestras empresas y a este país, aportando empleo de calidad e impuestos para que podamos entre todos generar el país número uno en turismo mundial". Callejón ha resaltado que para ello, en el ámbito de las viviendas privadas de uso turístico, "es fundamental competir en un mismo marco de igualdad, así como facilitar la agilidad de la Administración para solucionar la situación actual".

El presidente de la Diputación de Málaga, Elías Bendodo, ha señalado que "todos tenemos que seguir trabajando y apostando por el empleo de calidad" y ha incidido en que "nuestro principal objetivo es consolidar la Costa del Sol como destino de alto nivel reforzando su imagen y prestigio para reducir aún más la estacionalidad".

La secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asián, ha abogado por la equidad y la transparecia tributaria en torno a las viviendas particulares de uso turístico: "estas plataformas se verán obligadas a declarar el nombre del titular del inmueble, el número de días que se ceden al uso, el precio, incluso el modo de pago que se utilice. Por lo tanto, con la implantación de estas obligaciones de carácter periódico, con esta información y el cruce de en el catastro la transparencia en el Sector va a ser un antes y un después".

Intervención de Juan Molas

Por su parte, Francisco Javier Fernández, consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, ha destacado el papel del Sector Hotelero: “Sin hoteles no hay destinos, sin plazas hoteleras no podemos traer rutas aéreas, no podemos hacer el destino atractivo para que los que nos visiten se diviertan, para que vivan. Sois la clave para seguir creciendo y sois la clave también para que ese crecimiento se plantee también desde la sostenibilidad. Desde la Consejería tenemos muy claro que la sostenibilidad tiene que ser también social, cultural, económica. En definitiva ser clave en el desarrollo social".

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, ha recordado algunas de las pricipales dificultades que afronta el Sector y los retos que tiene por delante. Se ha referido expresamente a la situación sociopolítica de Cataluña "que en nada beneficia sa nuestro Sector y que desconocemos absolutamente las consecuencias que pueden derivarse en los próximos meses, no solo en Cataluña como también en el resto de España" y ha mencionado la "crisis política probablemente de gran trascendencia" que afronta el país, aunque ha apuntado que "a pesar de la gravedad del momento, no podemos ni debemos caer en el fatalismo".

La intervención de Juan Molas durante el Congreso de hoteleros Españoles.

Juan Molas ha realizado una llamada atención sobre "un auténtico tsunami de oferta ilegal que se ha instalado en España, sin que las administraciones adopten las medidas correctoras adecuadas" y ha querido reclamar, "una vez más, la intervención decidida del Gobierno central para armonizar de forma adecuada las medidas que deben acometerse en materia fiscal, laboral, de control de registro de huéspedes, etc., a través de una nueva legislación que va más allá de cada una de las diecisiete respuestas normativas autonómicas o municipales". Además, ha querido señalar el papel de la tecnología en el turismo: "El sector turístico se ve totalmente impactado por los cambios tecnológicos y por ello es más importante que nunca poder entender hacia dónde van las tendencias, hacia dónde va el cliente cada vez más influenciado por la tecnología".

Mesa redonda ‘Situación económica actual en España’.

Mesa redonda ‘La expansión hotelera en España hoy’.

El panorama socioeconómico y la expansión hotelera centran las mesas de la primera jornada

El impacto de la vivienda privada en el Turismo español ha sido el tema estrella de la primera sesión

En la mañana de la primera jornada del Congreso de Hoteleros Españoles se desarrollaron las primeras ponencias y mesas redondas. Todas ellas se centraron esencialmente en analizar el panorama socioeconómico del país, la expansión hotelera y el impacto de la vivienda privada en el Turismo español. Todos los participantes, sin excepción alguna, se han referido en esta última mesa a los graves perjuicios que supone la mal llamada economía colaborativa, que ha crecido a un ritmo vertiginoso por las lagunas de la legislación española.

Durante la mañana de la primera jornada se desarrollaron las primeras ponencias y mesas redondas centradas en analizar el panorama socioeconómico del país, el impacto de la vivienda privada en el turismo español y la expansión hotelera. En la primera de ellas, denominada 'Situación económica actual en España', participaron el presidente de CEIM y vicepresidente de CEOE, Juan Pablo Lázaro Montero de Espinosa; el analista político y social y dos veces director del diario ABC, José Antonio Zarzalejos; y el jefe de Economía de COPE, Joaquín Vizmanos, y que moderó la mesa. El debate se centró en analizar el impacto económico y empresarial de la situación actual que vive el país.

La jornada avanzó con la mesa redonda 'La expansión hotelera en España hoy', en la que han participaron la directiva de Tinsa, Paloma Villamor; el socio fundador de Marugal Distinctive Hotel Management, Pablo Carrington; el director general de Panoram Hotel Management, Guillermo Pérez; y el director de Axora, Ángel Palomino. La mesa, que estuvo moderada por el socio fundador de Magma Consulting, Bruno Hallé, analizó el momento y las oportunidades presentes del Sector.

Los desafíos

La sesión de la tarde se centró en analizar los desafíos que afronta el sector ante la profunda transformación digital que ha vivido en los últimos años. Así, la *senior key account manager* de TripAdvisor, Mercedes Sánchez, abordó la operativa del sitio web con su ponencia 'Desmontando los mitos de TripAdvisor'. Como explicó Sánchez, "los hoteleros han de participar activamente de la conversación *online*". "Las opiniones se incluyen en los procesos de decisión de compra y a veces la influencia es mayor de los vídeos, las imágenes o las redes sociales"señala. Apuntó en este sentido cómo actualmente "el *marketing* no lo hacemos nosotros, lo hacen los clientes con sus opiniones".

En otra ponencia se profundizó en la huella digital de los usuarios de Internet. Bajo el título 'La memoria de Internet', el experto en ciberseguridad y CEO de Privacidad Global, Iván González, explicó en detalle la información que se deja con el uso Internet y hasta qué punto puede accederse a datos de la vida privada a través de aplicaciones, búsquedas y uso habitual de redes sociales. González señaló que "todo lo que subo a Internet tiene una ficha de información, absolutamente todo". Los metadatos, como explicó, pueden ofrecer por ejemplo los detalles de cualquier imagen: dónde se ha tomado, a qué hora, desde qué dispositivos, en qué localización, etc. Por ello, González insistió en la importancia de ser conscientes de esta realidad.

Futuro optimista

La primera jornada del Congreso de Hoteleros Españoles terminó con la mesa redonda 'Visión 2028: Retos de la gestión hotelera para los próximos 10 años', en la que participaron el director general de Southern Europe y USA de NH Hotels, Hugo Rovira; el socio responsable de Turismo y Ocio de KPMG, Tomás López de la Torre; el socio responsable de Transporte, Hostelería y Servicios de EMEA de Deloitte, Jorge Schoenenberger; y el socio responsable de Turismo y Transporte de PwC, Cayetano Soler. La mesa estuvo moderada por Ramón Estalella, secretario general de CEHAT, y en ella se pusieron en común fórmulas para que el empresario hotelero pueda afrontar el futuro con optimismo.

Mesa redonda 'Visión 2028: Retos de la gestión hotelera para los próximos 10 años'.

Los hoteleros claman contra la falta de respuesta ante la problemática de las viviendas turísticas

'La mayoría de los actores estamos de acuerdo en que algo hay que hacer', aseguran los ponentes

El impacto de la vivienda privada en el Turismo español ha sido el tema estrella de las jornadas celebradas en el marco del Congreso de Hoteleros Españoles, organizado por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS). Todos los participantes, sin excepción alguna, se han referido a los graves perjuicios que supone la mal llamada economía colaborativa, que ha crecido a un ritmo vertiginoso gracias, en gran medida, a las lagunas existentes en la legislación española.

Normativa transversal

Para poner freno a los problemas derivados por el *boom* de esta forma de alojamiento, el consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, Javier Fernández Hernández, aboga por la puesta en marcha de "una normativa transversal acordada con las demás Comunidades autónomas". "No se ha convocado en años la mesa de coordinación turística", lamenta, subrayando que "no hay que tener miedo" a la cooperación con el Estado en las competencias de Turismo. "Queremos una solución coordinada de estos problemas", insiste.

En el caso concreto de Andalucía, explica que los propietarios de dos viviendas de uso turístico que estén próximas "pasan a ser gestores de viviendas turísticas". Asimismo, destaca que "el mantra de la Consejería es que ningún vecino se sienta turista en su ciudad", por lo que también pide la colaboración de los residentes para atajar el problema. "Los vecinos deben identificar a los que actúan así", reclama.

Regulación dispersa

El director de Tourism & Law, Javier del Nogal, afirma que "estamos en un punto en el que la mayoría de los actores estamos de acuerdo en que algo hay que hacer para abordar la problemática de las viviendas de uso turístico". "Se trata de un problema transversal, pero la regulación actual es muy dispersa y diferente en función de la zona de España", lamenta. Por este motivo, al igual que el consejero andaluz, incide en la importancia de "conseguir armonización normativa".

En su opinión, "se debería haber modificado la Ley de propiedad horizontal para regular estos alquileres o la Ley de comercio electrónico para exigir responsabilidades a las plataformas". Y es que, según sostiene, los 'portales' dedicados al alquiler de viviendas turísticas "no son un mero tablón de anuncio ni una actividad neutra, como pretenden hacernos creer". "Quienes puedes controlar la legalidad de la oferta son precisamente las propias plataformas", sentencia.

Por su parte, el director general de la Agencia Tributaria (AEAT), Santiago Menéndez, revela que se acaba de publicar "una orden ministerial que regula la informacion sobre usos turísticos de las viviendas privadas y que afecta al modelo 109, no solamente a las reservas digitales, sino también a las analógicas". Pero además de este cambio normativo, remarca los esfuerzos que han llevado a cabo para reforzar el control de este tipo de actividad.

Mesa redonda sobre el impacto de la vivienda privada en el Turismo español.

Bola de nieve

"En inmuebles turísticos, recuperamos informacion de nuestros sistemas, obtenemos datos a través de la Red y gestionamos denuncias que son estudiadas en profundidad", explica, al tiempo que aclara que "la información de quienes alquilan a través de una web está disponible para la Agencia Tributaria". También apunta que "lo que la AEAT ha querido transmitir a los propietarios de viviendas turísticas es: sabemos que usted está alquilando y tiene que declararlo". "De hecho, el importe declarado de este tipo de viviendas para uso turístico se ha incrementado en un 40% en el último año", concluye.

Finalmente, el presidente de la Federación Regional de Asociaciones Vecinales de Madrid, Enrique Villalobos, alerta de la "relación entre el alojamiento colaborativo y la pérdida de viviendas para uso de los vecinos, que son expulsados por fondos de inversión que compran edificios de renta antigua, lo cual nos genera terror". Según relata, "se está produciendo un encarecimiento del alquiler que está echando a los vecinos del centro de las ciudades", viéndose obligados a vivir en la periferia.

"Es una bola de nieve que nos atrapa y nos traga", avisa. También hace hincapié en que todo ello "genera una pérdida de identidad de la ciudad, que se convierte en un parque temático, en un escenario de cartón piedra, donde los turistas no pueden interactuar con los vecinos".

Compromiso social, transformación digital y canales de venta centran la segunda jornada

Se ha puesto de relieve que 'lo importante es desarrollar una tecnología que esté basada en necesidades reales del cliente'

En la segunda jornada del Congreso de Hoteleros Españoles, el pasado 1 de junio, el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga sirvió de marco para la celebración de una serie de mesas redondas y ponencias que se han centrado en la sostenibilidad e imagen, gestión hotelera y canales de venta directa. También ha habido espacio para una ponencia sobre 'Upgrade express' ofrecida por socia fundadora de Birced Bienestar Profesional, Carla González, o la conferencia de cierre 'Optimismo y pasión en tiempos de cambio' a cargo de Emilio Duró.

Compromiso social, transformación digital y canales de venta directa han centrado la segunda jornada del Congreso de Hoteleros Españoles. La mañana ha arrancado con la ponencia 'Upgrade express', de la socia fundadora de Birced Bienestar Profesional, Carla González, quien ha explicado cómo las nuevas formas de sedentarismo reducen la capacidad respiratoria y ha mostrado ejercicios prácticos para "convertir una jornada laboral en un entrenamiento saludable para los empleados".

A continuación el *project manager* de la Fundación We Are Water, Carlos Garriga, ha presentado la labor que la entidad realiza en países con falta de acceso a agua potable y su campaña #NoWalking4Water" para denunciar esta realidad que afecta a millones de personas en el mundo. Garriga ha planteado la importante labor social que puede realizar el sector hotelero en el ahorro de agua en los establecimientos, aportando usos prácticos mediante los que puede apoyar a la entidad y reforzar al mismo tiempo la imagen socialmente responsable: "Cada vez más los mileniales, y los que vienen detrás, valoran un consumo responsable".

A esta conferencia le ha seguido la ponencia 'Reworking' realizada por el experto en transformación digital Marc Vidal. En ella ha explicado la deflación del capital ocasionado por la revolución tecnológica, cuyo punto de partida fue Internet y cómo la disrupción afectará a los empleos. Como ha destacado, "la pregunta no es si afectará a mi negocio la disrupción, sino cuándo y con qué tecnología", y ha querido acabar con la visión derrotista de esta realidad: "hay que localizar nuevo talento que no se puede digitalizar y sólo puede hacer el humano: eso va a ser lo que más valor tenga".

En este sentido, el experto en transformación digital ha aportado varios ejemplos: el pensamiento crítico, la solución de problemas complejos —en los que intervienen factores emocionales o creativos—, el 'error inteligente para aprender de las equivocaciones lo antes posible o la creatividad humana son algunos de ellos. Vidal ha concluido señalando que "tu trabajo no te lo va a quitar un robot, tu trabajo te lo va a quitar quien se lleve mejor con el robot".

La venta directa

A continuación ha tenido lugar la mesa redonda '¿Es gratis la venta directa?'. Moderada por el director general del Instituto Técnico Hotelero, Álvaro Carrillo, ha contado con la participación de el *senior vicepresident of sales* de Bonotel Exclusive Travel, José María Carbó; el *director market management* Southern Europe de Expedia, Walter Lo Faro; y el director comercial del Sur de Europa de NH Hotels, Javier Pardo.

Como se ha puesto de manifiesto en la mesa, lejos de ser rivales, la intermediación y los hoteles deben trabajar juntos para reforzarse mutuamente en cada uno de los ámbitos. En este sentido, Carbó ha realizado un llamamiento al empresario hotelero a "mirar hacia adentro y a tener inteligencia de cómo vender al cliente, que es suyo", un aspecto en el que se ha incidido en la mesa, y que ha reafirmado Lo Faro: "Si no se consigue fidelizar al cliente con la experiencia del hotel todo el resto no sirve de nada". Lo Faro ha señalado además cómo hoteles y compañías de distribución deben potenciar fórmulas de trabajo conjunto que no se basen sólo en una mera intermediación: "lo importante es desarrollar una tecnología que esté basada en necesidades reales del cliente". Pardo ha señalado además cómo es fundamental que las propias compañías hoteleras pongan todo el esfuerzo posible en sus activos propios: "En cuanto a las páginas web, hay que empezar a trabajar en contenidos dinámicos, no sólo estáticos. Tiene que buscarse un mayor dinamismo de contenidos".

El Congreso de Hoteleros Españoles ha concluido con la conferencia de cierre "Optimismo y pasión en tiempos de cambio" a cargo de Emilio Duró, una ponencia en la que el reconocido conferenciante ha puesto el acento en la importancia de saber vivir la vida desde el amor y sin miedos, con optimismo, ilusión, pasión y alegría.

Ponencia del experto en transformación digital, Marc Vidal, 'Reworking'.

Conferencia de Emilio Duro 'Optimismo y pasión en tiempo de cambio'.

ML Hoteles, Hotel Barcelona 1882 y La Isla y el Mar se alzan ganadores del IV Premio RSC Hotelera

El Premio fue entregado el jueves 31 de mayo durante el Congreso de Hoteleros Españoles organizado por CEHAT en Málaga

ML Hoteles, Hotel Barcelona 1882 y La Isla y el Mar han sido los tres hoteles ganadores de la IV edición del Premio RSC Hotelera, organizado por Fundación InterMundial Seguros en colaboración con Tourism&Law y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). Además, como novedad en esta edición se ha concedido un Premio Especial del Jurado a la cadena hotelera Artiem Hotels para reconocer su excelente labor en materia de Responsabilidad Social Corporativa. Los premiados han sido elegidos entre las más de 120 iniciativas presentadas por 40 hoteles.

El premio se ha entregado el 31 de mayo en el Museo del Automóvil y de la Moda de Málaga, en la cena de gala celebrada en el marco del Congreso de Hoteleros Españoles que organiza la CEHAT.

Como subraya el CEO de Grupo InterMundial y patrono de Fundación InterMundial Seguros, Manuel López, "los premiados han demostrado que son capaces de integrar la RSC en sus políticas empresariales, presentando propuestas de alto valor añadido que permiten devolver a la sociedad parte de sus beneficios". "Conseguir ser socialmente responsables es una parte fundamental del camino hacia el auténtico Turismo sostenible", concluye.

Los premiados

ML Hoteles ha sido el ganador en la categoría Económica. El jurado ha destacado su compromiso por promocionar la industria agroalimentaria autóctona esforzándose por dar a conocer entre sus clientes los productos locales y regionales. Además, ML Hoteles mantiene una Política de Compras Socialmente Responsables.

El premiado en la categoría Social ha sido el Hotel Barcelona 1882, que desarrolla una serie de iniciativas muy originales en las que, tanto el hotel como sus empleados, se implican con su tiempo y recursos, con la comunidad local. En este sentido, además de sendos bancos de recursos y de horas de mantenimiento, de los que los vecinos con menos recursos pueden beneficiarse, el hotel se ha adscrito como miembro del camino escolar de dos escuelas cercanas.

El Hotel La Isla y el Mar, de Lanzarote, ha sido el ganador en la categoría Medioambiental. Recibe el premio por acometer un innovador proyecto de reforma 360 grados en sus instalaciones, que le ha permitido convertirse en un producto diferenciado, pasando de ser un establecimiento de categoría dos llaves a un Hotel Boutique Sostenible.

Además este año, y por primera vez en la historia del galardón, se ha otorgado un Premio Especial del Jurado que ha recaído en la cadena hotelera ARTIEM Hotels. El jurado reconoce así el esfuerzo y la dedicación en materia de RSC por parte de ARTIEM, que ha presentado una candidatura muy completa, con nutridas iniciativas para cada una de las tres categorías en las que se divide el premio.

Foto de familia de los premiados.

El Gobierno de Castilla-La Mancha aprueba el decreto que regula las viviendas turísticas

En la Comunidad hay más de 600 apartamentos inscritos, que ofrecen cerca de 6.000 plazas

El Consejo de Gobierno de Castilla-La Mancha ha aprobado el decreto que regula los apartamentos y las viviendas de uso turístico cubriendo así un vacío legal y proporcionando seguridad jurídica. Así lo ha indicado la consejera de Economía, Empresas y Empleo, Patricia Franco, pues "se pretende que aflore una actividad económica, garantizando a su vez la prestación de los servicios de alojamiento con unos estándares de calidad".

En Castilla-La Mancha hay más de 600 apartamentos inscritos, que ofrecen cerca de 6.000 plazas, y que han observado un incremento del 22% en viajeros desde el inicio de la legislatura y un 34% en pernoctaciones. Las estimaciones en cuanto al número de viviendas de uso turístico son de 2.000 en la región, que ofrecen alrededor de 15.000 plazas. El decreto por el que se regulan los apartamentos turísticos y, por primera vez en Castilla-La Mancha, las viviendas de uso turístico cubre, por un lado, el vacío legal existente desde 2010, y, por otro, adapta las categorías en que se clasifican los apartamentos turísticos, establecidas por la Ley de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha.

Los apartamentos deberán exhibir, a la entrada del acceso principal y en un lugar visible, una placa distintiva normalizada. Las viviendas de uso turístico son pisos o casas amuebladas que se destinan al alquiler turístico y a partir de la entrada en vigor del decreto podrán inscribirse en el Registro de Empresas Turísticas de Castilla-La Mancha con un epígrafe concreto. Deberán disponer en sus instalaciones de información turística de la zona, plano de la localidad, información de servicios médicos, comercios, tiendas de alimentos, zonas de ocio, restaurantes y cafeterías, guías de espectáculos, así como información de los aparcamientos más cercanos o existentes en la zona y medios de transporte urbano. No podrán utilizarse como residencia permanente ni con cualquier otra finalidad distinta.

Variedad de categorías

Respecto al régimen sancionador, los servicios de inspección ejercerán las funciones de comprobación y control del cumplimiento de lo establecido en la presente norma. El régimen sancionador aplicable a los apartamentos turísticos y a las viviendas de uso turístico se rige por lo dispuesto en el título IX de la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de ordenación del turismo de Castilla-La Mancha. La Consejería cuenta con 10 inspectores, dos por provincia.

Los apartamentos de uso turístico se identificarán mediante llaves y se clasificarán en las categorías de cuatro, tres, dos y una llave. En los apartamentos turísticos de cuatro llaves, ninguna de las unidades de alojamiento que lo integren podrá ser de tipo 'estudio'. La capacidad de cada unidad de alojamiento será como máximo de dos plazas en cada dormitorio, además de dos plazas en camas convertibles en el salón, siempre que su superficie y distribución lo permitan. Los apartamentos tipo 'estudio' contarán con un máximo de cuatro plazas, dos de ellas en camas convertibles. Los apartamentos turísticos deberán exhibir a la entrada del acceso principal, en un lugar visible, la placa identificativa 'AP'.

La consejera de Economía, Empresas y Empleo, Patricia Franco.

Las viviendas de uso turístico son categoría única, pueden ser pisos, apartamentos o casas que, amuebladas y equipados en condiciones de uso inmediato, son destinados al alojamiento turístico en su totalidad.

Canarias presenta nuevo marco general para el alquiler vacacional de viviendas

Los ayuntamientos y cabildos podrán establecer excepciones y definir estándares

El consejero de Turismo del Gobierno de Canarias, Isaac Castellano, ha presentado el proyecto de borrador de decreto de alquiler vacacional. Tal y como establece la Ley de las Islas Verdes, quedan excluidas las islas de La Palma, El Hierro y La Gomera.

Ha señalado que la nueva norma se justifica en la aplicación de la experiencia adquirida y la evolución de este tipo de oferta en el archipiélago. Así, ha explicado que ese marco general determina, en línea con el anterior decreto, que el alquiler vacacional se limita a suelos de uso residencial no incluido en zonas turísticas, aunque "serán los cabildos y ayuntamientos quienes desarrollarán el planeamiento y podrán definir estándares de implantación", ha puntualizado.

"Las líneas de trabajo que se han seguido tratan de adaptar la oferta alojativa a la realidad del mercado incrementando la calidad y la competitividad del destino; armonizar la oferta de viviendas vacacionales con las necesidades de la población y turistas, así como compatibilizar los nuevos usos con los recursos y respetar su implantación proporcional y su integración en el entorno económico, cultural, social y ambiental de cada isla, municipio y núcleo turístico", ha insistido Castellano.

El consejero, Isaac Castellano.

Nuevo protocolo para el control de viviendas turísticas ilegales en Castilla y León

La proliferación de nuevas formas de alojamiento turístico ha dado lugar a un mayor control

Una de las estrategias de la Junta de Castilla y León en esta legislatura está centrada en el control del intrusismo y de las viviendas turísticas ilegales. A las medidas ya adoptadas, ahora se suma la colaboración de la Policía Nacional. El director general de Turismo, Javier Ramírez, ha mantenido una reunión con responsables de la Policía Nacional para colaborar en el control e inspección de las viviendas de uso turístico clandestinas. Esta colaboración permitirá crear un protocolo de actuación conjunta.

En Castilla y León hay registrados 945 alojamientos, pero existen otras viviendas de uso turístico que no han comunicado su actividad o que no informan de su ocupación a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado.

Se realizarán inspecciones conjuntas entre la Policía y los inspectores de Turismo. Una vez localizadas las viviendas de uso turístico se comprobará su inscripción en el Registro y se inspeccionarán para controlar si cumplen con la legalidad, verificando si comunican la ocupación cada vez que se alojan los turistas.

Se realizarán inspecciones conjuntas.

Ashotel valora que el alquiler vacacional se delimite

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel), aplaude en términos generales los aspectos recogidos en el borrador de proyecto de decreto por el que se aprueba el reglamento de la actividad turística de vivienda vacacional en Canarias, presentado por el consejero de Turismo del Gobierno regional, Isaac Castellano.

Valora varios de los aspectos recogidos en el documento, entre otros, el más importante, que se delimite el desarrollo de esta actividad a suelos de uso residencial no incluidos en zonas turísticas, al tiempo que no se permita el uso vacacional de viviendas que se construyan para este fin con posterioridad a la entrada en vigor del citado decreto. La patronal hotelera considera que esta normativa recoge varios aspectos de interés. Entre ellos, la exigencia de que en caso de que se contrate personal para llevar a cabo una serie de servicios exigidos a las viviendas vacacionales, deberán cumplirse las normas laborales, de Seguridad Social y Prevención de Riesgos Laborales aplicables a los trabajadores, así como aplicarse el convenio colectivo del Sector. Tampoco permitirá este decreto simultanear el uso residencial de la vivienda con el complementario de vivienda vacacional.

PRODUCTO

Iberostar inaugura su nuevo hotel Sábila situado en el sur de Tenerife

Iberostar Hotels & Resorts ha presentado su nuevo hotel en las Islas Canarias, Iberostar Sábila. Este renovado establecimiento, antes conocido como Iberostar Torviscas Playa, es el resultado de un completo proceso de transformación tras una inversión de más de 40 millones de euros y 12 meses de trabajo. Con un total de 472 habitaciones, Iberostar Sábila ofrece un nuevo concepto de vacaciones premium en un entorno único frente al mar. El evento, celebrado en la terraza del hotel, contó con la asistencia de más de 200 invitados, permitiendo presentar de manera oficial el establecimiento y su propuesta de servicios a una selección de *partners* estratégicos, turoperadores, fuerza comercial y otras entidades del Sector en las Islas Canarias.

Grupo Hotusa busca a los 150 mejores talentos de España con Turijobs

Para continuar con su plan de crecimiento y expansión, Grupo Hotusa busca a más de 150 talentos alrededor de España, 50 de ellos en la comunidad de Galicia, para integrarse en sus oficinas de Chantada y en los diferentes hoteles pertenecientes al grupo. "El éxito de una empresa reside en el talento, la valía y la ilusión de su equipo", han asegurado desde el Grupo Hotusa. Por ello, la compañía hotelera seleccionará, junto el 'portal' de empleo Turijobs.com, a los más de 150 profesionales que demuestren una gran confianza en sus capacidades, interés por aceptar nuevos retos y ambición para desarrollar una carrera junto a una compañía con importantes perspectivas de crecimiento.

La AEHM ha recibido el galardón al mejor estand de la feria Fitur

La Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) ha recibido el galardón al mejor estand en la categoría de empresas de los 'Premios Fitur 2018'. El acto ha sido organizado conjuntamente por el presidente del Comité Ejecutivo de Ifema, Clemente González; y por el presidente del Comité Organizador de Fitur, Luis Gallego; y que ha presidido la secretaria de Estado de Turismo, Matilde Pastora Asían. Este premio, que ha sido recogido por el presidente de la AEHM, Gabriel García; reconoce la imagen innovadora, vanguardista y moderna del stand con el que irrumpió la Asociación. El 'Hotel de Ensueño' fue ideado para consolidar la imagen de excelencia y de calidad de los establecimientos de la región.

BOOKING

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

Mayoristas

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PORTUGAL TOURS ☎ 91-5484600
C/ Princesa 90,2º,2 MADRID Fax 91-5419826

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Compañías Aéreas

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Compañías Marítimas

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

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

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

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

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

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

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

ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA ☎ 902-454645
www.trasmediterranea.es

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

Ferrocarril

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

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

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

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

Alquiler de Automóviles

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

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

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

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

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

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

Centrales de Reservas

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Organismos

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

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

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

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

Transporte por Carretera

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

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

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

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

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

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

Servicios

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

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

Cadenas hoteleras

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

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

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

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

El Sector ha cambiado

y la Información también

Date de alta en Nexotur.com

Diario *online* de Agentes

... y recíbelo cada mañana en tu email

La nueva versión 'responsive' de la página del Palacio de Torremolinos

El Palacio de Congresos de Torremolinos presenta una nueva versión compatible de su página *web* que mantiene una descripción adecuada del edificio y sus espacios y limitada de sus servicios y tarifas, mientras ha incluido nueva una agenda de eventos.

www.palacio-congresos.com

La nueva versión de la página del **Palacio de Congresos y Exposiciones de la Costa del Sol-Torremolinos** ofrece, con un nuevo y adecuado diseño compatible para cualquier tipo de terminal, la información sobre el palacio y sus espacios, aunque ya no informa de sus tarifas, así como la relación de sus servicios básicos y técnicos, pero sin información de otros proveedores externos. Ha incluido una nueva agenda de eventos por tipo y año, con acceso a su descripción y su página *web*. Por otro lado, la nueva versión se presenta únicamente en castellano e inglés.

INFORMACIÓN

Ofrece información del Palacio, su forma de gestión y de las empresas en él alojadas, así como la descripción y las principales características de cada uno de sus espacios, incluyendo su plano, dimensiones, capacidad, principales servicios, una visita virtual, vídeos y fotos.

SERVICIOS

Informa sobre catering, parking y Wi-Fi, e incluye una relación de los servicios técnicos por tipo que ofrece a los expositores, pero no informa sobre otros servicios de terceros ni incluye las tarifas de espacios ni servicios. Presenta un formulario para solicitar presupuesto.

EVENTOS

Ofrece una agenda de todo tipo de eventos que se pueden seleccionar por categoría o por año, aunque por el momento sólo incluye los de 2018. Presenta el evento con su fecha y nombre y permite acceder a su descripción y características entre las que incluye su correo y su *web*.

▲ Lo Mejor / Diseño

Sigue siendo una página de diseño adecuado y ahora compatible, que permite un fácil acceso a su información.

▼ Lo Peor / Servicios y Eventos

Ofrece únicamente una relación de sus servicios técnicos sin informar de otros proveedores ni sobre sus tarifas.

TORREMOLINOS / Congresos

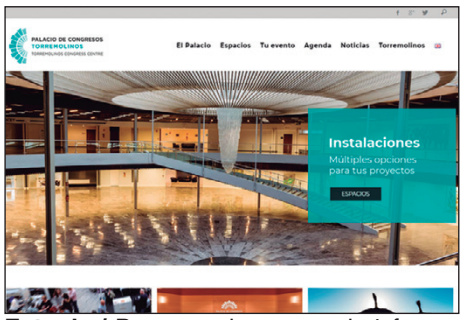
Ponderación de los Valores

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

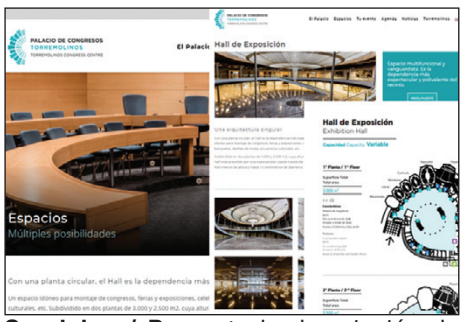
EVALUACION NEXOTUR.COM

El Palacio de Exposiciones y Congresos de Torremolinos presenta a los organizadores de eventos una nueva página bien diseñada y compatible, con información adecuada sobre sus espacios y eventos programados, pero mejorable sobre sus servicios y sus tarifas.

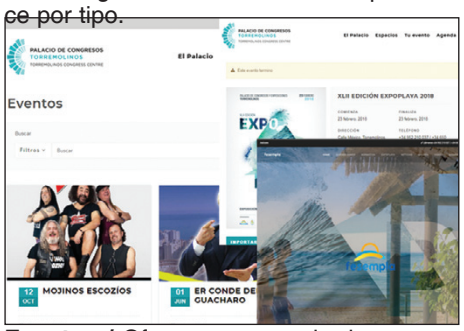
6,5



Entrada / Presenta el acceso a la información del Palacio, sus espacios, servicios, su agen-da de eventos y su gestión de eventos.



Servicios / Presenta la descripción de cada espacio con su ficha técnica y una relación general de los servicios que ofre-ce por tipo.



Eventos / Ofrece una agenda de eventos con acceso a la descripción del evento y a su página *web* cuando existe.

Gala Hotels actualiza el diseño de su 'web' conservando su estructura

La versión actual de la página *web* de Gala Hotels mantiene, con algunos cambios en el formato de sus páginas, la información sobre alojamientos en todo el mundo y una fácil gestión de reservas, pero no está disponible para las agencias.

www.galahotels.com

Gala Hotels, central de reservas hoteleras con sede en Estambul, ha modificado el diseño de sus pantallas, compatibles para cualquier tipo de terminal, manteniendo una fácil y rápida gestión de reservas de alojamientos —no disponible para las agencias de viajes— y el acceso a la descripción de los más de 100.000 hoteles que incluye en todo el mundo en la que ofrece toda la información sobre habitaciones, tarifas y ofertas de los hoteles. Por otro lado, la página sólo presenta versiones en castellano y otros seis idiomas, aunque la descripción del hotel es siempre en inglés.

INFORMACIÓN

Desde una lista de destinos por países y desde la consulta para reserva, se accede a un completo buscador para el destino y a una información adecuada del establecimiento seleccionado incluyendo su galería de fotos y las opiniones de los usuarios de TripAdvisor.

RESERVA

Incluye un fácil sistema de reservas en cuatro pasos, con pago mediante tarjeta, que ofrece una completa información de habitaciones y tarifas, disponible únicamente para el usuario final. También ofrece un formulario para la solicitud de presupuestos de grupos.

GENERAL

La página incluye una limitada información de la empresa, su oficina central y sus teléfonos en varios países, además de la descripción de las características de sus ofertas, un formulario para consultas y otro para solicitar información para los viajes de negocios.

▲ Lo Mejor / Cobertura

Ofrece la posibilidad de gestionar fácilmente reservas de alojamientos en gran parte del mundo.

▼ Lo Peor / Información Hoteles

Sigue ofreciendo un texto limitado en la descripción del hotel, que no está traducido en la versión en castellano.

GALA HOTELS / Centrales

Ponderación de los Valores

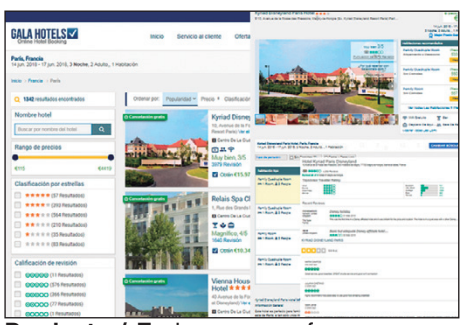
Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
10	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
8	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTION DE RESERVAS									
10	CONFIRMACION INMEDIATA			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

EVALUACION NEXOTUR.COM

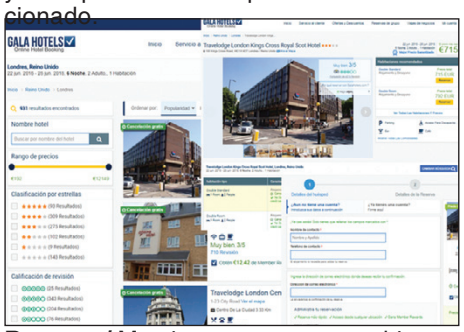
La página de Galas Hotels, aunque incluye una amplia oferta de alojamientos en todo el mundo de fácil consulta y una sencilla gestión de reservas, todo ello desde cualquier tipo de terminal, no es útil para las agencias, ya que no tienen la posibilidad de gestionar en ella sus reservas.

7,3

Entrada / Con diseño compatible ofrece la selección para la reserva y el acceso a las demás áreas de información.



Producto / En la reserva ofrece un completo buscador de hoteles y la descripción y las opiniones en TripAdvisor del seleccionado.



Reserva / Mantiene con pocos cambios su sistema de gestión de reservas, no válido para las agencias de viajes.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Algunas de las agencias de viajes buscan más de un trabajador para sus empresas

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'.

■ **Travelface.** Barcelona. Esta agencia de viajes con sede en Barcelona requiere de un profesional especializado en Turismo profesional y de congresos. La empresa exige que sus trabajadores cuenten con conocimiento de inglés nivel conversación y domino de Amadeus.

■ **Viajes Galileo**. Madrid. Viajes Galileo busca dos agentes de viajes para la incorporación inmediata al trabajo. Los profesionales que quieran presentarse deben contar con una experiencia de tres años.

■ **Space Travel**. Madrid. Esta agencia madrileña se encuentra en un proceso de búsqueda de personal para cubrir varias vacante en el departamento receptivo mayorista, así como para la organización de viajes vacacionales y de empresa. Los interesados deberán acreditar su experiencia anterior en otras agencias.

■ **Bestours**. Madrid. Esta agencia de la capital necesita un profesional especializado en viajes de empresa con dominio de Amadeus e inglés y experiencia demostrable. Ofrece horario de lunes a viernes en turno exclusivamente de tarde.

■ **Viajes CET**. Barcelona. Esta minorista necesita un agente de viajes con experiencia departamento de empresas.

■ **Viajes Jauregui**. Bilbao. Esta agencia minorista en Bilbao con más de 26 años de antiguedad necesita un agente de viajes para incorporación inmediata a la empresa. Precisa a una persona con experiencia demostrada en el sector, conocimientos de Amadeus y en general de todas las labores de mostrador. Asimismo, se valorará el conocimento de Orbis.

■ **Viajan2**. Madrid. Esta agencia de viajes minorista ubicada en la zona de paseo de la Habana y especializados en viajes de novios ofrece puesto de trabajo de jornada completa. Para los candidatos es imprescindible contar con una experiencia profesional mínima de dos años y hablar perfectamente portugués.

■ **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.

■ **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.

■ **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.

■ **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, resolutividad, buena disposición para con los clientes, y posibilidad de hacer presupuestos. También es necesario tener conocimientos de Amadeus, Office y buen nivel de Inglés y una experiencia mínima de dos a cuatro años.

■ **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.

■ **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.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Alojamientos en Italia

⇧ Ata Hotels presenta una nueva versión *responsive* de su página que, con nuevos diseño y estructura, ofrece a clientes, agencias de viajes y empresas concertadas, la **información** sobre sus establecimientos en Italia y una fácil gestión de sus reservas.

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

⇩ Ofrece a las agencias de viajes un área para su gestión de **reservas.**

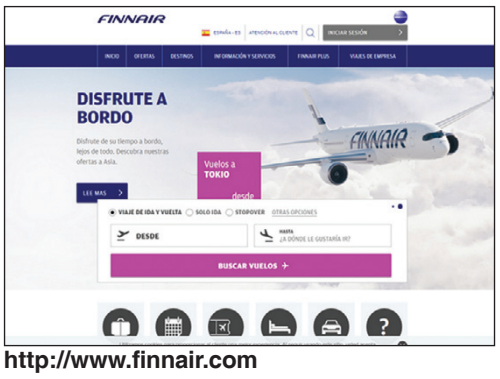
http://www.atahotels.it

Vuelos desde Finlandia

⇧ Finnair presenta una nueva versión de su página en la que modifica la forma de presentación y de acceso a una **información** semejante a la de la anterior, y a la misma gestión reservas para el cliente final de sus vuelos, hoteles y coches de alquiler.

⇨ Es una *web* de **utilidad** aunque limitada por su escasa cobertura.

⇩ No contempla la reserva desde las agencias de viajes.



http://www.finnair.com

Senderismo y otros viajes

⇧ La nueva *web* de Arawak mantiene una adecuada **información** sobre sus programas, basados principalmente en la práctica del senderismo, así como de viajes de montaña, esquí y culturales en España y Portugal, aunque sin ninguna referencia a las agencias.

⇨ Es una página de **utilidad** para el cliente final.

⇩ Su **reserva** *on request* no está disponible para las agencias viajes.

http://www.arawakviejes.com

Transportes en La Mancha

⇨ Autocares Victoriano, con sede en Almadén, presenta una *web* de cuidado diseño en la que ofrece una **información** adecuada sobre sus autocares, pero muy limitada sobre sus servicios de transporte terrestre discrecional y de alquiler de vehículos con chófer.

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

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

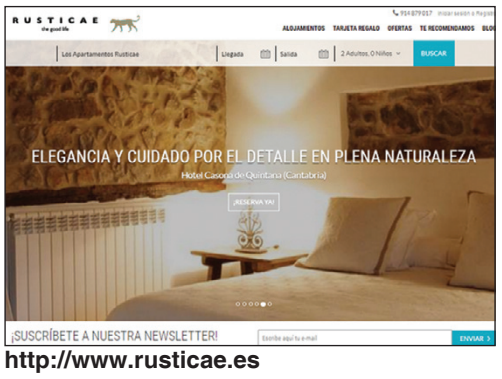
http://www.autocaresvictoriano.com

Hoteles con encanto

⇧ Rusticae presenta una nueva versión de su página *web* modificando su diseño y estructura, ahora mucho más amigable y fácil de leer, y manteniendo la **información** y la gestión de reservas que sigue sin estar disponible para las agencias.

⇨ Por su facilidad de uso es una página de **utilidad**.

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



http://www.rusticae.es

Turismo en Sevilla

⇧ El Consorcio de Turismo del Ayuntamiento de Sevilla ofrece una nueva versión de su página *web* de diseño compatible, que ofrece una **información** adecuada de sus atractivos turísticos, pero sin información ni posibilidad de reservar alojamientos.

⇨ Sería de más **utilidad** si incluyera información de servicios.

⇩ Sólo contempla la **reserva** de entradas a algún espectáculo.

http://www.visitasevilla.es

LEGISLACIÓN

Fiestas de interés

Albacete y Alicante

✓El Diario Oficial de Castilla-La Mancha anuncia el 25 de mayo de 2018 la resolución de la Dirección General de Turismo, Comercio y Artesanía, por la que se otorga el título de fiesta de interés turístico regional a la fiesta Conciertos de Órgano don Francisco Navarro Pretel, de Liétor (Albacete). Esto se hace conforme a lo establecido en el Decreto 32/2006 de 21 de marzo. Contra la presente Resolución, podrá interponerse recurso contencioso-administrativo ante el Tribunal Superior de Justicia de Castilla-La Mancha.

✓El Diario Oficial de la Generalitat Valenciana publica la resolución del 14 de mayo de 2018, de la Presidencia de la Generalitat, por la que se otorga la declaración de fiesta de interés turístico local de la Comunidad Valenciana a la 'Escenificación de Jueves Santo en Rojales' (Alicante). La solicitud fue presentada por la secretaría de la Agencia Valenciana de Turismo.

Boletín Oficial del Estado
✉ www.boe.es

CURSO

Formación en nueva comunicación turística

El director ejecutivo de RV Edipress participa en el curso de Fundeun

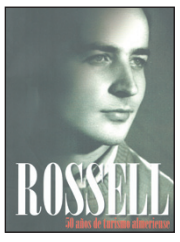
La primera edición del curso de 'Marketing Digital y Comunicación para Destinos Turísticos', que organiza la Fundación Empresa Universidad de Alicante (Fundeun) en colaboración con Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas (IUIT) llegará hasta el 27 de junio. Una de las personalidades que impartirán clases magistrales durante los últimos días es el director general del Grupo RV Edipress, Fernando Valmaseda, con una trayectoria de más de 32 años en el Sector y asesor y experto en comunicación integral y estrategia especializada en Turismo. Además, ha dirigido algunos de los medios de comunicación y suplementos diarios más importantes del país, ha trabajado en las ondas con el programa 'miradas viajeras' y en la televisión y ha diseñado y fundado numerosas cabeceras dirigidas al sector del Turismo y revistas de viajes.

El curso espera ser un encuentro entre los expertos en el tema, contando con los profesionales que gestionan el Turismo actualmente en España. En esta edición se van a abordar temas tan importantes como la optimización de las redes sociales, la gestión de los contenidos, la definición de los objetivos de los anuncios, las analíticas y el Big Data aplicado a cada uno de los destinos.

LIBROS

Protagonista del Sector en España

'Rosell: 50 años de Turismo almeriense'. Hoteles Playa



Hace ya medio siglo desde que José María Rossell abriera su primera pequeña pensión en Almería, y mucho más desde que el empresario comenzó a trabajar en el Sector. 'Rosell: 50 años de Turismo almeriense' es un libro que recoge los hitos más importantes de su trayectoria empresarial, ilustrado con cientos de fotografías, partiendo desde el año 1967. Por aquel entonces y con solo 22 años, Rossell logró convencer al dueño de un turoperador en el que había trabajado para que estableciera cada tres semanas vuelos chárter desde Berlín al aeropuerto militar de San Javier, en Murcia, con los viajeros que se convirtieron en los primeros turistas europeos de Almería.

CALENDARIO

Turismo vacacional en Argentina

●Argentina concentra toda la oferta turística de la región en Iguazú durante dos días. Esta localidad albergará Fetur 2018 (Feria de Turismo Iguazú) el 14 y el 15 de junio, organizado por la Municipalidad de Puerto Iguazú junto al Ente de Turismo de Iguazú con acompañamiento del Ministerio de Turismo organizan. La feria reúne a los profesionales del Turismo en esta región famosa por sus cataratas, buscando posicionarla como un encuentro anual para los mercados receptivos y emisores conjuntamente con el sector privado que interactúa con la industria turística. El programa contempla dos tipos de actividades repartidos en los dos días de duración, el primero, destinado de forma exclusiva al entorno turístico contemplando rondas de negocios, y el segundo dirigido al público general, para generar un vínculo sólido entre la oferta y los habitantes de la zona que acoge a más de dos millones de personas. Más información en la web *www.fetur.com.ar*.

Expertos en Calidad para la Agencia de Viajes

De Profesional a Profesional

- Evaluaciones de Calidad.
- Estudios de Mercado.
- Estudios Estratégicos.
- Autodiagnósticos de Empresa.
- Análisis Sectoriales.
- Telemática y Comunicaciones.
- Fusiones y Adquisiciones.
- Búsqueda de socios financieros.

Nexopublic CONSULTING

Solicite Información, pre-Estudio y datos sobre Ayudas y Subvenciones, directamente a Nexopublic ☎ 91 369 41 00

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

NEXOTUR®

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

SUBEN

▲Norbert Stiekma

Costa Cruceros refuerza su proceso de transformación digital con el nombramiento de Norbert Stiekma como jefe de estrategia digital. Será el responsable de promover el desarrollo de las nuevas tecnologías y modelos.

▲ Íñigo Arruti

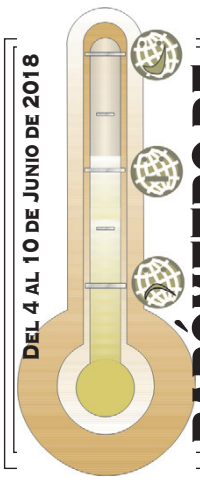
El Hotel Hilton Madrid Airport celebra su décimo aniversario bajo la dirección de Íñigo Arruti. El establecimiento cuenta con 1.700 metros y por su cercanía con el aeropuerto es uno de los principales centros de celebración de congresos de la capital.

▲ Naomi Honda

MisterFly ha nombrado a Naomi Honda como encargada de las relaciones comerciales de la compañía con las agencias de viajes. Honda cuenta con una amplia experiencia en el Sector como comercial y agente de agencias y empresas para compañías como Vueling.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves 2
Protagonista / Rafael García Garrido .. 3
Entrevista / Fernando Sánchez 4
Escaparate 5-13
Gestión 15
Mostrador 17-20
Club 21
Hotelería 23-26
Booking 27
Evaluanet 29
Ofertas de empleo 30
Agenda 31



LA SEMANA

Cerca de 1.000 altas de empresas hasta abril

El gran momento que atraviesa el Turismo sigue traduciéndose en un fuerte incremento en la creación de empresas turísticas. Según los últimos datos publicados por Gedesco, procedentes del Registro Mercantil, en abril se han dado de alta 981 nuevas sociedades vinculadas al Turismo, un 11,7% más que en el mismo mes de 2017, cuando se crearon 878. También aumenta un 31,2% el número de disoluciones, con 63 frente a 48. Andalucía es la Comunidad que alberga el mayor número de empresas turísticas de nueva creación, con un total de 205 y un aumento del 29,8%. Le sigue Cataluña con 186 altas y un repunte del 14,8%, mientras que Madrid completa el podio con 180 y una subida del 25,9%.

COYUNTURA

Las pernoctaciones caen un 8% en abril

Debido a la celebración de Semana Santa entre marzo y abril, mientras que el año pasado tuvo lugar en abril, el descenso de la ocupación hotelera ha sido en el cuarto mes del año en un 8,1%. Pero el periodo agregado de esos dos meses también ha caído un 1,6%, por lo que el conjunto del cuatrimestre se ve arrastrado y decrece un 0,5%. La facturación media diaria por habitación ocupada en abril también ha bajado un 0,2%.

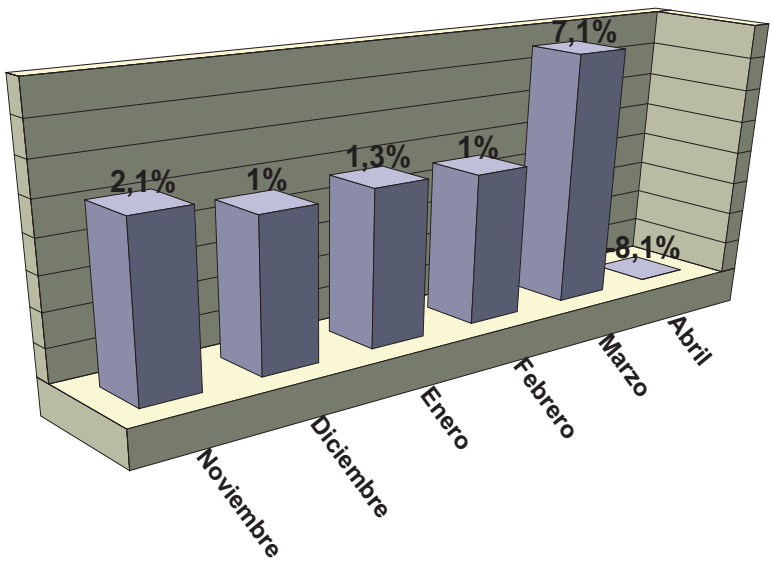
Tras varios meses de crecimiento moderado, el número de pernoctaciones hoteleras se han desplomado en abril. Con 25,3 millones de personas registradas, el cuarto mes del año ha registrado un 8,1% menos de pernoctaciones que el mismo periodo del año anterior, según los datos ofrecido por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

La caída se debe sobre todo a los alojamientos de los nacionales, que ha disminuido un 13,7%, mientras que los de los no residentes han descendido en un 4,5%. Esto encuentra su explicación en que en 2018 la Semana Santa se ha celebrado entre marzo y abril, mientras que en 2017 tuvo lugar en abril. Por esta coyuntura, en marzo de 2018 se registró un importante auge del 7,1% en los alojamientos de los hoteles del país, la más importante de los últimos 12 meses. Sin embargo, analizando el conjunto marzo/abril, los números tampoco con positivos, ya que el presente año se ha dejado un 1,6% en ocupación. En este periodo agregado, los nacionales han bajado un 2,3%, y los extranjeros lo han hecho un 1,2%.

Desde el inicio de 2018, los establecimiento españoles habían registrado subidas moderadas con un 1,3% en enero y un 1% en febrero. Debido a este crecimiento escaso y el desplome del bimestre marzo/abril, el acumulado del primer cuatrimestre del año ha disminuido un 0,5% sus pernoctaciones.

A pesar de que los datos de Turismo receptor han sido muy positivos tanto en el año anterior como en los primeros meses de 2018, en los últimos 12 meses tampoco ha habido grandes subidas en la ocupación hotelera. En diciembre, octubre y agosto rozaban el 1% (1%, 1,1% y 1,6%, respectivamente), y en agosto fue solo del 0,5%. El único mes que superó el crecimiento interanual del 5% fue junio, con un 6,2% más que el año anterior.

Evolución de la ocupación hotelera



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. © NEXOTUR

En el último mes de 2018, y teniendo en cuenta las diferencias en la celebración de Semana Santa, la ocupación en los destinos principales en los que se han alojado los españoles han caído en un 11,4% (Andalucía), 19,7% (Cataluña), 10,7% (Comunidad Valenciana) y 6,4% (Comunidad de Madrid). Tampoco son más positivos los datos de las principales Comunidades autónomas para los extranjeros, ya que Canarias, que ha concentrado casi el 30% de ocupación de no residentes en abril, ha bajado un 7,6% sus pernoctaciones. Baleares, el tercer destino para los turistas internacionales, es el único de los principales que ha subido, un 0,6%, mientras que Cataluña, el segundo de la lista, se ha dejado un 8,5%.

Menor facturación

Aunque la rentabilidad del sector hotelero en abril ha sido menor que el año pasado, el desplome ha sido mucho más bajo que en la ocupación. La facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada es de 80,6 euros, lo que supone una disminución del 0,2%. Mientras que el ingreso medio diario por habitación disponible, condicionado de manera más directa por la ocupación, ha alcanzado los 51,5 euros, descendiendo un 3,6%.

La tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH) se sitúa en abril en un 0,9% en negativo, lo que supone 5,7 puntos menos que los 4,8 que registró marzo y 10,5 puntos por debajo de la de abril de 2017, ambos meses muy condicionados por la celebración de la Semana Santa. Canarias, Cataluña, Andalucía e Islas Baleares son las Comunidades autónomas con mayores ponderaciones en el IPH, concentrando el 69,4% del peso nacional. En los tres primeros los precios han caído un 1,6%, 1.9% y 3,1%, pero en Baleares han subido un 2,1%.