



ISABEL
OLIVER

Un parón injustificable

PÁG. 6 / "Nos encontramos una Secretaría aletargada al llegar"



GORDON
WILSON

Momento histórico

PÁG. 12 / Travelport, es el primer GDS que ya ofrece contenido NDC



FCO. JAVIER
DEL NOGAL

Cambio normativo

PÁG. 6 / La doble garantía supondrá un sobre-coste mínimo



AGUSTÍN
ALMODÓBAR

Freno de la inversión

PÁG. 7 / El PP acusa al Gobierno socialista de darle la espalda al Turismo



JOSÉ ALBERTO
MORALES

Negociación del Convenio

PÁG. 10 / Los sindicatos denuncian el Convenio Colectivo sectorial

Tourmundial abre ventas y pone todo su producto a disposición de las agencias del territorio español

Luis Mata: 'La marca ofrecerá la mayor gama de productos del mercado'

Tourmundial abre ventas a todas las agencias. El turoperador, que este año alcanzará una facturación cercana a los 300 millones de euros, ofrecerá "la mayor

gama de productos del mercado con una sola marca comercial", según su director general comercial, destacando que "nos avalan más de 35 años de experiencia".



Juan Molas, presidente de CEHAT.

CEHAT pide ilegalizar la cláusula de paridad

CEHAT presiona al Gobierno para que prohíba las cláusulas de paridad de las grandes plataformas de distribución online. **Pág. 11**

Las ventas directas de cruceros son exiguas

Las compañías de cruceros con mayor representatividad en España coinciden en señalar que la venta directa es marginal. **Pág. 7**

Club NEXOTUR

Ofertas especiales para los suscriptores. **Pág. 27**

Tourmundial da el esperado paso. Después de 35 años de intachable trayectoria, en los cuales ha servido en exclusiva a la red de Viajes El Corte Inglés, el turoperador abre ventas a todas las agencias de viajes. Su conversión ha generado una enorme expectación, habiendo cerrado acuerdos para distribuir sus productos con la gran mayoría de Grupos de gestión y las redes del país. En total, están en disposición de acceder a su contenido más de

5.000 puntos de venta, es decir, más de la mitad de las oficinas que operan en el territorio español. En una entrevista concedida a NEXOTUR, su director general comercial, Luis Mata, incide en que "todos los productos y precios serán iguales en todas las agencias de viajes sin excepción". También avanza que ofrecerán "comisiones sin sorpresas".

✉ **Check-in en pág. 3**
Personaje en pág. 3
y Entrevista en pág. 4



Luis Mata, director general comercial de Tourmundial y Club de Vacaciones.

CEAV minimiza el impacto de la responsabilidad solidaria

"La responsabilidad solidaria lleva aplicándose en España desde hace muchos años, por lo que el impacto económico creemos no será tan preocupante como se ha estado publicitando". Así lo explica a NEXOTUR, la gerente de CEAV, Mercedes Tejero, en un intento de tranquilizar al Sector tras las noticias publicadas sobre la supuesta afectación a la



Mercedes Tejero

comercialización de los viajes del Imerso de la responsabilidad solidaria tras la entrada en vigor de la nueva Ley de Viajes Combinados. En este tipo de viajes, "Mundosenior y Mundiplan, tienen una especial responsabilidad de cara al usuario, que pertenece a un colectivo protegido por el Imerso", asegura.

✉ **Escapate en pág. 5**

Las agencias de Madrid, obligadas a revisar avales

El 19 de noviembre entra en vigor en la Comunidad de Madrid la modificación del decreto por el que se regula el ejercicio de las actividades de las empresas del Sector (unas 800 casas centrales y 2.000 puntos de venta). 20 días después de su publicación en el Boletín Oficial de la Comunidad, lo que supone un contratiempo para las agencias de viajes madrileñas, al tener un plazo tan corto, cuando en otras Comunidades han ofreci-

do dos o tres meses de plazo. El nuevo texto respeta los términos acordados con el resto de Comunidades, siendo el cambio más relevante el aumento del importe a garantizar. Siempre y cuando se opte por la garantía individual, la cifra será la correspondiente a un 5% del volumen de negocios derivado de los ingresos por venta de viajes combinados, con un mínimo de 100.000 euros.

✉ **Escapate en pág. 9**

Paseo de Diciembre

POLITOURS
www.politours.com

Laponia desde 2.005€ ESTANCIA: 5D/4N SALIDA: 5 de diciembre desde VALLADOLID, MADRID, BARCELONA y ZARAGOZA HOTEL: Cat. Primera*, AD	Edimburgo desde 795€ ESTANCIA: 4D/3N SALIDA: 6 de diciembre desde MADRID HOTEL: Cat. Tursita, régimen AD	Praga desde 595€ ESTANCIA: 4D/3N SALIDA: 5 de dic. desde SCQ y SEVILLA. 6 de dic. desde BCN, VITORIA, ZARAGOZA y PALMA HOTEL: 3*, régimen AD	Eslovenia desde 744€ ESTANCIA: 5D/4N SALIDA: 5 de diciembre desde MADRID HOTEL: 3*, régimen AD + visita Ljubljana	Lisboa desde 360€ ESTANCIA: 4D/3N SALIDA: 6 de diciembre desde MADRID, BARCELONA, MÁLAGA, VALENCIA y OVIEDO HOTEL: 3*, régimen AD
--	---	---	--	--

Precios base por persona en habitación doble. Avión y tasas aéreas incluidas. Consultar condiciones en www.politours.com

■ CLAVES

¿Qué Turismo queremos? (I)

NUESTROS POLÍTICOS NACIONALES quieren números para sacar pecho, quizá estadístico, en los organismos internacionales. Pero la cosa es bastante complicada según quien lo piense.

Las autoridades municipales (si tienen puerto), como Barcelona, quieren que muchos buques de crucero atiborren sus muelles y que les traigan un gran número de pasajeros y que paguen derechos de atraque, pero que el pasaje no moleste, a poder ser en las calles de su hermosa ciudad.



☞ ANTONIO CABALLOS

Otras autoridades municipales, que no saben qué hacer para someter a los visitantes, de modo que no utilicen sus calles ni servicios o para que no entorpezcan a los viandantes locales. Unos, como Florencia, les prohíben comer en la calle; otros, como Venecia, pretenden que les visite un exacto de turistas diario, cuando dentro de su peculiar casco urbano vive poquísima gente y no más poniéndoles para ello contadores en los accesos principales de la Ciudad de los Canales; en Bolzano (Tirol Italiano) se prohíbe la venta de casas y propiedades a extranjeros; y en Roma utilizar con nuestras posaderas uno de sus hitos mundialmente famosos: la escalera monumental de la Plaza de España.

Algunas ciudades, como Madrid, obligarán al turista a acatar absurdas reglas municipales, en su "almendra central" que se está blindando poco a poco. En la Gran Vía y su entorno, por ejemplo, donde hay un número elevadísimo de hoteles, ello entorpecerá la carga y descarga de pasajeros por su estrechamiento vial ocupado en una gran parte esos vendedores llamados "manteros" a los que algunas ciudades italianas castigan multando a sus compradores. No sé si los ediles madrileños pretenderán que las Navidades ciudadanas se celebren en agosto, temporada media en la ciudad de modo que las vías de la villa y corte queden expeditas en Navidad, Nochevieja y Reyes.

Todas las urbes y destinos aspiran al Turismo de elite, a la desestabilización de temporadas, pero ¿quién le puede poner puertas al campo? Turismo sí, pero que no moleste, sí o no ¿en qué quedamos? Ya que las compañías aéreas llamadas de 'bajo coste', son bienvenidas sin límite a los aeropuertos ciudadanos europeos e incluso se las incentiva con fondos públicos, en algunos casos, para ello.

☞ Antonio Caballos García es agente de viajes.

‘Hay que apostar decididamente por un Turismo de calidad, que comporte mayores ingresos para mejorar nuestra economía para todas las empresas de nuestro Sector y de la generación de empleo de los trabajadores’, explica el presidente de ACAVE

TRIBUNA



☞ MARTÍ SARRATE

La evolución del Turismo en Cataluña

EN LOS MESES de julio y agosto se ha registrado un incremento moderado en Barcelona del 4,6% y del 0,66% de las estancias hoteleras, comparativamente con el año 2017 y recordemos que fue un año excelente en crecimiento turístico. La ciudad mantiene niveles de crecimiento desde hace años por la reputación de la marca Barcelona y la calidad de los servicios ofrecidos. La ciudad ha realizado muchos esfuerzos para recuperarse después de un año marcado por el atentado y la inestabilidad política y se ha recuperado más rápidamente que otras ciudades, y si al principio de 2018 fue inferior que en años anteriores, en la temporada de verano ha habido una recuperación.

El Turismo representa el 12% del PIB de Cataluña y es muy necesario que la ciudadanía tome conciencia de su potencial y valor turístico y se debería de hacer una campaña de sensibilización para poder encontrar la armonía visitante/residente. Según las cifras del INE, 2,27 millones de turistas se alojaron en hoteles con un total de 5,93 millones de pernoctaciones y si le añadimos otro tipo de alojamiento hacen un total de 4,64 millones de turistas hasta la fecha.

Cataluña lidera el gasto turístico, con un 25,6% del total de todas las Autonomías de España. Entre enero y septiembre ha habido una reducción del 0,8% sobre todo porque la Semana Santa fue muy floja en número de visitantes, pero Cataluña se sitúa en una cuota de mercado del 24,5% y está casi igualada con Canarias que obtiene el 24,8%. En cuanto al nivel de gasto, se obtiene uno de los mejores registros históricos con una media de 1.150 euros, que representa un incremento del 10% y el gasto medio diario en 198 euros, sobre todo en los meses de febrero y marzo coincidiendo con el Mobile World Congress.

La llegada de turistas extranjeros con un incremento del 1,3%, sobre todo los británicos y alemanes, porque empiezan a recuperar la confianza en destinos del norte de África. Tengamos en cuenta que Egipto y Turquía están teniendo un 30% de crecimiento y Túnez un 20%, recuperando cuota de mercado. Y que parte de nuestro crecimiento se debía a un Turismo prestado y que en estos momentos están aplicando unos precios supercompetitivos.

Cataluña tiene un decrecimiento al mes de agosto del -2,7%, no obstante representa un 23,5% de las llegadas

de turistas internacionales a España, cifra superior al año 2017 que fue del 23,4%. El 84% de Turismo procede de países extranjeros obteniendo en los tres meses del verano un incremento del 5,59% y del Turismo nacional un decrecimiento del 0,44%. Los merca-

rando mucha concentración en nuestro mercado, y que hasta el momento representan una cuota de mercado en nuestro país del 53,9% con unos crecimientos del 6,2%.

Ryanair, Easyjet y Vueling representan el 64% del total de pasajeros



dos más significativos de estos crecimientos son EE UU, Brasil y China. Se vislumbra una bajada de las tarifas hoteleras de un 8% en el mes de agosto y también en la reducción de los días de estancia.

Actualmente los viajeros puntúan con un 8,2% la seguridad, siendo un parámetro fundamental a la hora de elegir un destino.

Otro de los datos importantes es el crecimiento del 9,91% de cruceristas como puerto base en Barcelona; y el aeropuerto de El Prat con un crecimiento del 5,4%; y el alojamiento en pisos turísticos legales, con un crecimiento del 0,95%, pero también con un descenso en menos pernoctaciones un 5,47%.

Asimismo, Cataluña ha sido el segundo destino elegido por los residentes españoles, detrás de Andalucía. Todos los indicadores de gasto de estos turistas son muy superiores que los del resto del Estado, aumentando un 6,7%, el gasto medio de un 9,6% y que evidencia un posible cambio de modelo, marcándonos como objetivo una promoción más digital y fundamentada en lo cultural, la gastronomía, ferias, congresos, etc. En el resto del Estado ha sido de un 1,6% y del 0,9%. Asimismo estamos viendo cómo las low cost están acele-

que viajan en aerolíneas de 'bajo coste' y que tienen una gran base en el aeropuerto de Barcelona y que acapara el 24,1 % de la totalidad de los viajeros de esta modalidad hacia España y con unos crecimientos del 7,4% llegando a la cifra de 9,2 millones de pasajeros, por lo que después de lo sucedido este verano de las huelgas, cancelaciones de vuelos y los retrasos de estas compañías afectan a la imagen y a la credibilidad de los servicios ofertados en detrimento de los pasajeros que las utilizan.

Por este motivo, reclamamos a la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, que debido a estas continuadas huelgas una vez más, una regulación del derecho de huelga en determinados servicios estratégicos, como son los de transporte. Debería establecerse un plan de contingencias, con unos servicios mínimos garantizados que garanticen de manera efectiva el derecho de transporte y de desplazamiento de los pasajeros.

Esta situación de constantes huelgas se repite cada verano, causando importantes perjuicios a los pasajeros y a las agencias de viajes, pues las mismas en caso de los vuelos afectados forman parte de un viaje combi-

nado, tiene que responder frente a sus clientes y en caso de servicios sueltos. Asimismo, los derechos de los pasajeros contemplan compensaciones para el supuesto de que la huelga sea de la propia compañía aérea, pero no cuando la huelga es de controladores aéreos o de personal de Aena. En este caso, se trata de una circunstancia extraordinaria para las aerolíneas y no están obligadas a compensar a los pasajeros solo a prestarles asistencia.

Cataluña es el destino líder con los mayores flujos de pasajeros internacionales de 'bajo coste' y que en el mes de septiembre recibió un 26,5% del total, suponiendo un crecimiento del 7,1% y en el total acumulado llega al 26,8%, que son un total de 10,21 millones de pasajeros representando un incremento del 6,9%. Según estudios que se están realizando para los años 2019 y 2010, y en referencia a nuestro mercado que es muy maduro, se marcan unas tendencias de incrementos aproximadas del 3%, siendo las tendencias a ciertos estancamientos y a crecimientos moderados.

Hay que apostar decididamente por un Turismo de calidad, que comporte mayores ingresos para mejorar nuestra economía para todas las empresas de nuestro Sector y de la generación de empleo de los trabajadores. Es muy importante mejorar la calidad de nuestra oferta, combatiendo la masificación turística,

El objetivo es una promoción más digital y basada en lo cultural, la gastronomía, ferias, congresos...

mejorando la sostenibilidad del Turismo, y que es un elemento que se cuestiona en nuestra sociedad. De esta manera se podrían minimizar los posibles impactos de redimensionamiento y continuar con la desestacionalización.

Todas las estrategias que creamos y que sean aplicables deben tener un consenso y colaboración público-privado para un mayor éxito. El modelo no está agotado, pero debemos ofrecer nuevos atractivos a nuestros visitantes, para poder seducirlos y fidelizarlos continuamente.

Referente al Turismo emisor, la inestabilidad no ha afectado para nada y las cifras según la encuesta a nuestros asociados están siendo muy positivas, con un crecimiento del 10% y como características más importantes a destacar son: que el consumidor cada vez más está planificando y dedicando más presupuesto a sus vacaciones.

☞ Martí Sarrate es presidente de Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE).

OPINION

NEXOTUR

PERIODICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZ

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

DIRECTOR ADJUNTO: CARLOS ORTIZ RODRIGO
COORDINADORA GENERAL: MARGA GONZÁLEZ

SECCIONES: MIGUEL PRAGA LÍBANO (ESCAPARATE Y MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA BÁEZ (REUNIONES), DANIEL GALLEGU ALÍAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), PAULA VACAS (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), GERGAÑA ORLINOVA (EVENTOS), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN), MAMEN MARTINEZ (DISEÑO) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR).

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

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

NEXO
editores s.a.

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

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

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

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

SERVICIOS EDITORIALES: ABORDA (ASESORÍA), NEXOPUBLIC (CONSULTORÍA), NEXO CREATIVO (CREATIVIDAD PUBLICITARIA), TURNEXO Y NEXOBUSINESS (FERIAS), NEXOTEL (COMUNICACIÓN), NEXODATA (BASES DE DATOS), GRÁFICAS DE PRENSA DIARIA (IMPRESIÓN, PAPEL Y EMBLÍSTADO) Y CORREOS (DISTRIBUCIÓN)

NEXOTUR, PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA AGENCIA DE VIAJES, ES UN SEMANARIO INDEPENDIENTE DE LOS INTERESES DEL SECTOR TURÍSTICO

® NEXOTUR ES UNA MARCA REGISTRADA DE NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)
© COPYRIGHT: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO) / DERECHOS RESERVADOS

DEPÓSITO LEGAL: M-8043-2012 / IMPRESO EN ESPAÑA
ISSN (INTERNACIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966
TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Elogio a Ramón Estalella

EL HOMBRE DE LA HOTELERÍA EN BRUSELAS. La reelección del secretario general de CEHAT, Ramón Estalella Halffter, como miembro de la Ejecutiva de HOTREC, gran lobby hotelero en Bruselas, es una excelente noticia. La Hostelería europea, representada por la treintena de Federaciones de Hostelería y Restauración que conforman la HOTREC, tiene en Estalella uno de los mejores exponentes del Asociacionismo.

Brillante e inteligente, observador y curioso, educado y polifacético, incansable y pertinaz... Ramón Estalella ha hecho de la defensa de los legítimos intereses generales de la Hostelería un fructífero proyecto de vida. Gracias a sus buenos oficios en HOTREC, al alimón con Joan Gaspart (el hotelero español más conocido y querido en Europa), el secretario general de CEHAT ha dado la vuelta a la falsa economía colaborativa y las cláusulas abusivas, a los derechos de los consumidores y las relaciones con los trabajadores, a la categorización hotelera y la propiedad intelectual, a la higiene alimentaria y la seguridad contra incendios... Logrando que, desde Bruselas, se legisle entendiendo —y respetando— a la Hostelería, en un ejercicio de lobby blanco verdaderamente ejemplar.

Dio una de las muchas muestras de la generosidad y grandeza que le caracterizan cuando, en 2004, impulsó la unidad sectorial, desde la gerencia de la influyente Agrupación Hotelera de las Zonas Turísticas de España (ZONTUR), siendo uno de los artífices de la exitosa unificación asociativa, que integró ZONTUR y la Federación Española de Hoteles (FEH), en la actual Confederación Hotelera.

Estalella atesora una cultura tan vasta como ecléctica, que le lleva a hacer compatible su condición de melómano —que lleva hasta en su segundo apellido— con su pasión por la caza y, por ende, del conservacionismo y la preservación del medioambiente.

Ha logrado compatibilizar su prolífica actividad como secretario general de la Confederación Española de Hoteles y del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), con su brillante actividad académica como docente del prestigioso Instituto de Empresa, donde dirige (desde hace ya siete años) el Programa Superior de Dirección de Empresas Turísticas del madrileño IE Business School.

Como el *marketiniano* de raza que es, ha sido director comercial y de *marketing* de corporaciones tan dispares como la cadena de hospitales de zonas turísticas Hospiten o el fabricante líder de neumáticos para automóviles Bridgestone-Firestone. Pero, por encima de todo, Ramón Estalella es un caballero, una persona de palabra, respetado y querido por su carácter dialogante y sensible, que ha hecho de las relaciones personales y de la amistad un arte, del que él es un maestro. Pese a esa inveterada modestia, que acrecienta todavía más su valía.

La presencia de Ramón Estalella en HOTREC es una garantía de dedicación y eficiencia en la defensa de la Hostelería española en Bruselas. Por eso, su reelección en la Ejecutiva de la Federación y lobby hotelero europeo es una buena noticia para todos. Enhorabuena. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

La presencia de Ramón Estalella en HOTREC es una garantía de dedicación y eficiencia en la defensa de la Hostelería española en Bruselas. Por eso, su reelección en la Ejecutiva de la Federación y lobby hotelero europeo es una buena noticia para todos. Enhorabuena. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

▲ CHECK-IN / ARRANCA TOURMUNDIAL

El turoperador de todos

Por fin, Tourmundial ultima su esperada apertura a todas las agencias, con la vocación de ser "el turoperador de todos", habiendo cerrado acuerdos con la mayoría de Grupos comerciales y redes minoristas de agencias de viajes de España: más de 5.000 puntos de venta. De hecho, los agentes ya pueden consultar su producto en la web de Tourmundial.

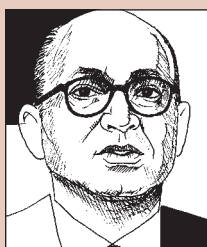
NEXOTUR fue el primero —hace ya 20 años— en informar del osado plan del por entonces recién nombrado director general de Viajes El Corte Inglés, Jesús Nuño de la Rosa (hoy presidente del gigante español de la distribución), de abrir la programación de la mayorista de la agencia líder a la venta en todas las agencias de viajes españolas. Una iniciativa que permitiría a cualquier agencia disponer del mismo producto mayorista que Viajes El Corte Inglés y en las mismas condiciones. Y que, como es de imaginar, contó con resistencias en la agencia (empezando por el consejero y director general Carlos Delgado), que veían en la salida de Tourmundial la pérdida de uno de sus principales atributos de calidad y exclusividad.

Han pasado 20 años y, al fin, el proyecto de Jesús Nuño se hace realidad y, con él, la turoperación española crece, mejora y gana un nuevo actor que nace destinado a convertirse en una verdadera estrella.

Tourmundial rompe el reduccionismo al que se había abocado la turoperación emisora española por la obsesiva carrera hacia la concentración a golpe de talonario. Y brinda a todos los agentes, desde la gran red al independiente, un nuevo proveedor cuya calidad y solvencia está fuera de toda duda. Y lo hace con una gran herramienta tecnológica. Bienvenido.

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Jesús Nuño

El presidente del Grupo El Corte Inglés ha encomendado a Luis López Hita la dirección de su antiguo anhelo: convertir Tourmundial (la mayorista de Viajes El Corte Inglés) en el "turoperador de todos", abriendo su programación a todas las



minoristas. Bajo la experta gestión comercial de Luis Mata, cualquier agente de viajes dispondrá del mismo producto (y servicio) de la agencia líder española. Una iniciativa que dota al mayorismo español de un proveedor nuevo y solvente.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / COMUNIDAD DE MADRID

¿Improvisación o ineficacia?

El incremento de los avales a las agencias también llega a Madrid, que se convierte así en la undécima Comunidad autónoma en actualizar su normativa sectorial, cumpliendo así con los requerimientos a los que está obligada por la Comisión Europea.

El problema es la improvisación de la que hace gala la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid, que llega tarde y mal, pese a ser una de las Comunidades autónomas con mayor número de agencias de viajes del Estado español.

El pasado 23 de octubre se publicaba en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid la modificación del decreto que regula el ejercicio de las actividades de las empresas del Sector en Madrid (unas 800 casas centrales y 2.000 puntos de venta). El importe mínimo a garantizar casi se duplica, pasando de 60.000 euros anteriores, a 100.000.

El texto respeta los términos acordados con el resto de Comunidades, siendo el cambio más relevante el aumento del importe a garantizar. Siempre y cuando se opte por la garantía individual (también existen garantías colectivas o por viaje combinado), la cifra será la correspondiente a un 5% del volumen de negocio derivado de los ingresos por venta de viajes combinados, con un mínimo de 100.000 euros. Hasta ahora, en la práctica totalidad de las Comunidades se requerían avales por importe de 60.000 euros al minorista, 120.000 al mayorista y 180.000 a la agencia minorista-mayorista.

Un golpe al Sector, por el exiguo tiempo que concede para llevar a cabo la actualización del aval: el decreto entra en vigor el 19 de noviembre.

Tourmundial venderá exclusivamente a través de las agencias de viajes / Ofrecemos a las agencias de viajes 'comisión sin sorpresas' / Nos avalan más de 35 años de experiencia / No tenemos prisa, queremos hacer las cosas poco a poco y bien hechas / El equipo humano de Tourmundial lo forman más de 200 profesionales con una gran experiencia

Llegó el esperado día. Tras más de 35 años nutriendo en exclusiva a Viajes El Corte Inglés, Tourmundial se abre a todas las agencias de España.

P.- Tourmundial ya ha dado el gran paso abriendo ventas a todas las agencias de viajes. Al final ha llegado ese momento. ¿Cómo se ha vivido dentro del grupo?

R.- Efectivamente, todos sabíamos que era una asignatura pendiente que, a lo largo de los años, tenía Tourmundial y que al final la vemos aprobada desde este 5 de noviembre. Siempre ha habido un gran interés dentro del grupo por abrir Tourmundial al resto de agencias y este proceso se ha vivido con mucha ilusión, entusiasmo y al mismo tiempo responsabilidad dentro de todo el Grupo El Corte Inglés.

P.- ¿Esperan hacerse un hueco entre las agencias españolas?

R.- Esperamos que poco a poco vayamos ganando la confianza de las agencias de viajes. Estamos seguros que así será porque nos avalan más de 35 años de experiencia. Nuestro objetivo es ganarnos las cosas con nuestro trabajo bien hecho día a día, sabiendo que nadie te regala nada y reconociendo que salimos a competir con grandes empresas. No tenemos prisa, lo importante para nosotros es que lo que decimos que vamos a hacer es lo que estamos seguros que haremos y eso el tiempo será el que lo ratifique. Por otra parte, estamos convencidos que nuestra apertura al mercado será buena para las agencias de viajes minoristas.

P.- ¿Confían en colocarse en un corto periodo de tiempo entre los cinco grandes turoperadores del país?

R.- Bueno, Tourmundial, como ya decía antes, lleva más de 35 años ofreciendo producto y operando para la mayor red de distribución de nuestro país. El último año ha operado más de 400.000 pasajeros, con una facturación cercana a los 300 millones de euros. Eso significa que si a esta facturación vamos añadiendo la que el mercado nos confíe, pues no me cabe ninguna duda que ya en estos momentos Tourmundial estará entre los primeros turoperadores del país. De todas formas, como decía, nuestro objetivo no es estar preocupados por el ranking de los turoperadores si no por hacer cada día las cosas bien. Si lo hacemos así, seguro que un día Tourmundial estará el primero del ranking o si no, de los primeros.

P.- ¿Cuáles son las fortalezas de su marca frente a otros competidores?

R.- Nuestras principales fortalezas podríamos decir que son: la gran gama de productos que Tourmundial ofrece al mercado, pues va desde islas, costas, nieve, escapadas, circuitos, estancias en Europa, grandes via-

«Los productos y precios serán iguales en todas las agencias sin excepción»

Luis Mata / Director general comercial de Tourmundial y Club de Vacaciones



jes por los cinco continentes o vueltas al mundo; la calidad de nuestros productos y servicios al cliente, pues siempre hemos estado orientados a ofrecer la calidad del producto que un cliente muy exigente requiere; la nueva herramienta Team que, sin duda, será la más ágil y configurable del mercado, confeccionando cualquier tipo de viaje y en solo tres pasos (además podrá ofrecer el presupuesto que desee el agente de viajes online); y nuestro equipo de más de 200 profesionales al servicio de los agentes, con una larga experiencia y gran profesionalidad.

P.- ¿Con qué equipo humano cuenta Tourmundial?

R.- Como he mencionado anteriormente, una de nuestras fortalezas sin lugar a dudas es nuestro equipo humano. En Tourmundial trabajan más de 200 profesionales con muchos años de experiencia. La antigüedad media supera los 12 años y la edad media se sitúa en 36. Tiene una plantilla fija que alcanza el 90% y el 72% son titulados de Turismo o áreas afines. Esta plantilla ha visitado y valorado turísticamente más de 136 países.

P.- En las fortalezas nos comentaba que ofrecían una nueva herramienta de reservas.

R.- Sí, la venta de todos estos productos no sería posible si no pudiéramos a disposición de las agencias una gran herramienta que hemos denominado Team. Desde ella, que no deja de ser una B2B para el agente de viajes, se tendrá acceso a toda la oferta de nuestros produc-

tos, pues está conectado en tiempo real a nuestros proveedores y eso hace que en tres pasos se puede realizar una reserva, aunque la misma tenga alguna extensión o se trate de un viaje de larga distancia, así como la realización de presupuestos online.

P.- ¿Qué nivel de comisión ofrecen?

R.- Aquellas agencias que se comprometan con la venta de nuestros productos podrán adquirir una buena rentabilidad. Nosotros vamos a ofrecer "una comisión sin sorpresas"; esto quiere decir que la comisión que damos a una agencia será la misma por la venta de todos los productos, bien sean catálogos generales, ofertas, venta antici-

pada, mayores, jóvenes, etc. Eso hace que el agente, al ofrecer un destino y venderlo, no tenga esa preocupación y duda por la comisión.

P.- ¿Alguna novedad en producto?

R.- Sí, como novedad en Tourmundial sacamos un folleto de Novios con una validez hasta el 31 de diciembre de 2019. También otro de venta anticipada, aplicando descuentos de entre el 7% y el 40% para reservas realizadas hasta 30 de abril. Además, en Tourmundial se siguen haciendo los folletos de costas y nieve con una excelente oferta de hoteles.

P.- ¿Los precios y folletos serán en las agencias los mismos que tiene la red de Viajes El Corte Inglés?

R.- Rotundamente sí. Uno de nuestros compromisos es ese y ya lo demostramos con Club de Vacaciones cuando hace tres años salimos con este mismo compromiso. Los precios y folletos con la marca Tourmundial serán igual en todas las agencias de viajes sin excepción.

P.- ¿Quién se favorecerá más de esta apertura, la red de Viajes El Corte Inglés o el mercado?

R.- Es una realidad que hasta la fecha Viajes El Corte Inglés tenía la exclusividad de Tourmundial. En estos momentos esta ventaja la ha perdido en favor de todas las agencias de viajes que ahora pueden ofrecer el mismo producto.

P.- ¿Con qué área comercial cuenta Tourmundial? ¿Va a ser la misma que la de Club de Vacaciones?

R.- El área comercial se ha unificado para dar servicios a los dos turoperadores, tanto a Club de Vacaciones como a Tourmundial. Con la apertura hemos nombrado a un subdirector comercial en la persona de Luis Ortiz de Vallejuelo, quien lleva toda una vida dedicada a Tourmundial. Por otra parte, a los cinco comerciales que ya tenía

Club de Vacaciones hemos sumado otros cinco más. De esta manera, podemos atender las necesidades de todo el territorio nacional. Para el futuro, el proyecto contempla seguir creciendo en efectivos comerciales además de estos diez actuales.

P.- El paso dado por Tourmundial en España ya lo dio dado en otros países, como Chile o México. ¿Cómo fue esta experiencia?

R.- La experiencia ha sido muy buena, pero los mercados son totalmente diferentes y no lo podemos extrapolar al nuestro.

P.- El grupo ya dispone de Club de Vacaciones y Tourmundial. ¿Habrá más lanzamientos?

R.- Para nosotros lo importante es seguir consolidando la marca de Club de Vacaciones como el turoperador líder en mayores de 60 años e ir posicionando poco a poco también la marca de Tourmundial. Así que en principio no tenemos previstos a corto plazo más proyectos de turoperación.

Tourmundial ofrecerá la mayor gama de productos del mercado con una sola marca comercial

La nueva herramienta B2B, llamada Team, es la más ágil y configurable del mercado

Más de 5.000 puntos pueden vender Tourmundial

Ya hemos cerrado acuerdos con la mayor parte de los Grupos de gestión y también con las redes de agencias. Eso significa que más de 5.000 puntos de venta ya pueden vender nuestros productos.

Tourmundial ofrecerá al mercado la gama más amplia de productos que un turoperador nacional

ofrece con una sola marca comercial pues editamos folletos a nuestras islas, costas, nieve, salud y belleza, escapadas, trenes del Norte de España, circuitos nacionales, Europa, circuitos internacionales, grandes viajes por África, Asia y Oceanía, así



LUIS MATA

como Norteamérica y Caribe o Centroamérica y Sudamérica, entre otros muchos más. Podríamos decir que nuestros destinos más destacados serían los viajes de larga distancia por los cinco continentes y, en particular, nuestros más de 200

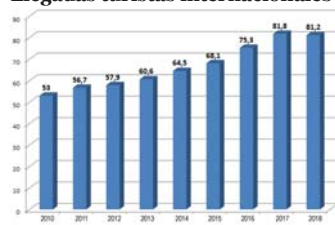
combinados entre Norteamérica y Caribe, y también con gran crecimiento nuestras estancias combinadas en Europa. El contenido de todos estos folletos no representa ni el 30% de nuestro producto ofertado que sí está en Team y todos se pueden consultar y reservar nuestra web.

ESCAPARATE

Menos turistas, pero que gastarán más en 2018

España cerrará 2018 con 81,2 millones de turistas, la segunda mejor cifra de la historia. Pese a retroceder un 0,8% las llegadas, el gasto efectuado por éstos aumentará un 2,8%, rebasando los 89.000 millones de euros. **Pág. 32**

Llegadas turistas internacionales

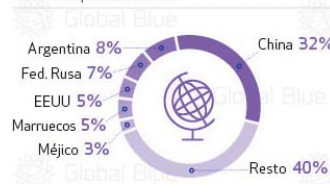


El Turismo de compras se resiente en España

Los grandes mercados emisores de turistas extracomunitarios experimentan caídas interanuales entre enero y septiembre en España. China, primera potencia con una cuota de mercado del 32%, cae un 6% en gasto. **Pág. 6**

Mercados emisores

Enero - Septiembre 2018



Las pernoctaciones se mantienen en septiembre

Las pernoctaciones en hoteles en septiembre se mantienen, con un 0,4% menos, superando así los 37,8 millones. Las de los residentes en España aumentan un 0,5% y las de no residentes caen un 0,8%. **Pág. 24**

PRONTUARIO

Libro del MICE

UN LIBRO QUE hace historia. La presentación del libro Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España, con motivo de los 20 años de CONEXO, contó con una asistencia excepcional: más de 250 participantes. Tras mi repaso a vuelapluma de algunos de los principales hitos del MICE, que recoge esta obra, tuvo lugar un animado debate, moderado por Claudio Meffert, entre los presidentes de las Organizaciones sectoriales de ámbito estatal: AEGVE (travel managers), APCE (palacios de congresos), Federación OPC (organizadores de congresos), GEBTA (agentes especializados) y AEVEA (agencias de eventos). La obra, dividida en dos volúmenes repasa lo acontecido en el Sector en las dos últimas décadas, en más de 700 páginas, a través de las portadas y opiniones editoriales de 230 ediciones del periódico. Que le sea útil. Es nuestro mayor interés.



© EUGENIO DE QUESADA

© Eugenio de Quesada es director de CONEXO y presidente del Grupo NEXO.

CEAV tranquiliza al Sector y minimiza el impacto de la responsabilidad solidaria

Mundosenior y Mundiplan tienen una especial responsabilidad de cara al usuario

"La responsabilidad solidaria lleva aplicándose en España desde hace muchos años, por lo que el impacto económico creemos no será tan preocupante

como se ha estado publicitando". Así explica la gerente de CEAV la posición de la Confederación sobre la problemática de la responsabilidad solidaria

y su supuesta afectación a la comercialización de los viajes del Imsero tras la próxima entrada en vigor de la nueva Ley de Viajes Combinados.

CEAV intenta tranquilizar a las agencias tras las noticias publicadas sobre la problemática de la responsabilidad solidaria y su supuesta afectación a la comercialización de los viajes del Imsero tras la próxima entrada en vigor de la nueva Ley de Viajes Combinados, en fase de tramitación parlamentaria.

En declaraciones al periódico NEXOTUR, su gerente, Mercedes Tejero, recuerda, en primer lugar, que "la responsabilidad solidaria lleva aplicándose en España desde hace muchos años, por lo que el impacto económico creemos no será tan preocupante como se ha estado publicitando".

Por ello, afirma "no entender que la preocupación se centre en la viabilidad del programa del Imsero, pues precisamente en este tipo de viajes las mayoristas, en este caso Mundosenior y Mundiplan, tienen una especial responsabilidad de cara al usuario, que pertenece a un colectivo protegido por el Imsero".

"En ningún caso las quejas se van a dirigir a las minoristas, como así nos lo confirmó la subdirectora general de gestión del organismo dependiente del Ministerio de Sanidad, Amelia García, en la reunión mantenida con ella el pasado día 19 de octubre", prosigue.

Pedirá una retribución justa

Pese a criticar el alarmismo suscitado, recuerda que se ha opuesto desde el primer momento al establecimiento de una responsabilidad solidaria para las agencias de viajes vendedoras y organizadoras del viaje, medida recogida en el proyecto de transposición de la Directiva de Viajes Combinados. Si bien aclara que "en este punto las autoridades comunitarias sí dan margen a los Estados miembros para solicitarla", lo cual reduce las posibilidades de tumbarla.

Por otro lado, en relación a la comisión que perciben las agencias por



En ningún caso las quejas se van a dirigir a las minoristas.

la venta del programa del Imsero, CEAV considera que "es claramente insuficiente", y así se lo ha hecho saber a la subdirectora general de gestión del Imsero, quien les ha confirmado que son los adjudicatarios del programa quienes las fijan. "Sin embargo, desde CEAV solamente podemos tratar el conjunto de datos de

interés en beneficio de los consumidores y agencias, pero no temas comerciales", aclara, detallando que esta cuestión debe ser abordada "por las empresas adjudicatarias, que a la fecha de hoy son Mundiplan y Mundosenior, y las agencias de viajes que quieran participar en la venta del programa Imsero".

HOLA LAURA

Nuevas normas en destinos turísticos inteligentes

La Asociación Española de Normalización, UNE, ha publicado dos nuevas normas que permiten distinguir a los destinos turísticos inteligentes. Estos estándares, pioneros en el mundo, han sido impulsados por Segittur que preside el grupo de trabajo responsable de la elaboración de estas normas en el seno del Comité Técnico de Normalización CTN 178 sobre Ciudades Inteligentes de UNE.

Cathay Pacific refuerza su presencia en España

"España es un mercado fundamental para Cathay Pacific", ha subrayado el Country Manager Italy & Spain, Justin Chang, con motivo del primer vuelo de su primer A350-1000 en la ruta Madrid-Hong-Kong. Con esta incorporación, "a partir de ahora vamos a ofrecer solo aviones de última generación en España, ya que en Barcelona también contamos con con tecnología con el A350-900".

Sunweb nombra a W2M su agente en la Península

Sunweb Group ha elegido a W2M World2Meet como su agente en Península a partir del verano 2019. Gracias a ello, el Grupo de origen holandés incrementará sus operaciones en España. "Este acuerdo es el resultado de un ejercicio estratégico que busca reforzar nuestros destinos y nuestro enfoque de producto", subraya el responsable de Estrategia de Sunweb, Marc Vanderval.

FlixBus España, buenas expectativas de futuro

El 25 de octubre de 2017, FlixBus abrió su primera oficina en España, con cuatro trabajadores. Ahora son 25 los que se reparten por la geografía peninsular. Además, hace unos tres meses, dejó de depender de la matriz francesa, para tener mayor autonomía. Pablo Pastega es, desde entonces, el director general para la península ibérica. "Es un reto apasionante", asegura.

Oliver: 'Cuando llegamos nos encontramos una Secretaría de Estado aletargada'

Considera 'injustificable el parón' que se ha producido en la segunda legislatura

La Secretaría de Estado de Turismo trabaja a marchas forzadas para lanzar "una estrategia turística para el medio y largo plazo". Así lo afirma la titular del departa-

mento, Isabel Oliver, que insiste en que "no es normal que España no tenga una estrategia desde que finalizó en 2015 la ejecución del Plan Nacional e Integral de Turismo".

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, insiste: el Gobierno socialista situará al Turismo como una prioridad política. En su intervención en un desayuno informativo organizado por Executive Forum y Vózpuli, ha revelado que su departamento trabaja a marchas forzadas para lanzar "una estrategia turística para el medio y largo plazo". "No es normal que España no tenga una estrategia desde que finalizó en 2015 la ejecución del Plan Nacional e Integral de Turismo", lamenta Oliver.

En esta línea, considera "injustificable el parón" que se ha producido en la segunda legislatura de Mariano Rajoy, recordando que "el Turismo no puede crecer solo". En el caso concreto de la Secretaría de Estado de Turismo, afirma que "cuando llegamos nos encontramos con un departamento aletargado". Por eso, nada más aterrizar

en el cargo "pusimos en marcha una maquinaria que hasta entonces había tenido escasa actividad". "Han sido 120 días de trabajo muy intenso, en contraste con la parálisis de años anteriores", prosigue.

Nuevo modelo turístico

En relación a la próxima hoja de ruta del Turismo español, la secretaria de Estado avanza que tendrá tres vertientes: económica, social y medioambiental. Con el plan, en cuya elaboración participarán las Comunidades autónomas y el sector privado, se intentará contribuir a cambiar el modelo turístico, promoviendo mediante el mismo la diversificación de la oferta, la sostenibilidad y la innovación, entre otras muchas cuestiones.

"No podemos seguir haciendo lo mismo y en estos momentos de prosperidad turística debemos cambiar



La secretaria de Estado, Isabel Oliver.

el modelo", remarca la secretaria de Estado, para quien "los buenos datos nos deben animar a crecer más y mejor". Si bien aclara que "sería un error seguir basando el éxito turístico en términos de visitantes". "Más no es siempre mejor", incide.



Fuente: Global Blue.

© NEXOTUR

Las políticas de Trump impactan en el emisor ruso

El Turismo de compras se resiente en España. Por unas razones u otras, los grandes mercados emisores de turistas extracomunitarios experimentan caídas interanuales en el periodo comprendido entre enero y septiembre del presente año. China, primera potencia con una cuota de mercado del 32%, sufre un retroceso del 6% en términos de gasto.

El mayor desplome corresponde a Rusia, cuya economía se ha visto claramente perjudicada por las sanciones impuestas por el Gobierno de Estados Unidos, según revela Global Blue. El desembolso en compras *tax free* de estos visitantes re-

trocede un 21% en los nueve primeros meses del año. También registran bajadas de dos dígitos mercados como Argentina y Marruecos, con tasas del -16% y -10%.

EE UU y México registran descensos más moderados, con un -2% en el caso del primer país y del -4% en el segundo. El resto de mercados, que representan el 40% del Turismo de compras *tax free* en España, caen un 12%. En conjunto, el Turismo de compras cierra los nueve primeros meses del año con una tasa negativa del 11%, tendencia totalmente opuesta a la observada en los últimos años.

La doble garantía supondrá un sobre coste mínimo para las agencias de viajes, según InterMundial

De esta manera lo afirma su subdirector general, que envía un mensaje tranquilizador a las agencias de viajes

La doble garantía de la Ley de Viajes Combinados, que se encuentra en fase de tramitación parlamentaria, supondrá un sobre coste mínimo para las agencias de viajes. Así lo asegura InterMundial, que envía un mensaje tranquilizador al Sector, explicando que la transposición de la Directiva de Viajes Combinados "beneficiará enormemente a los clientes de las agencias". En este sentido, afirma que, con la nueva normativa, la protección de los viajeros "se verá fortalecida", ya que se preservan determinadas garantías tales como la insolvencia y la responsabilidad por incumplimiento de los contratos tanto de las agencias mayoristas como de las minoristas.

Para InterMundial, la garantía solidaria que establece la Directiva de Viajes Combinados "conllevará una

doble protección para los viajeros, que se beneficiarán de una garantía adicional en sus contrataciones". Así, menciona dos escenarios en los que los consumidores se verán mejor protegidos. Por un lado, en caso de que una minorista quiebre antes de haber transferido las cantidades adelantadas por el cliente, el seguro se lo devolvería, mientras que con la normativa actual perdería el dinero.

Otro ejemplo es en el caso de la quiebra de un grupo vertical (mayorista y minorista simultáneamente): al existir ahora dos pólizas quedaría cubierto el doble de capital por viaje combinado. Por lo tanto, existirán más garantías de que los clientes cobren la totalidad de las cantidades que reclamen.

El subdirector general de InterMundial, Francisco Javier del

Nogal, explica que hay que tener en cuenta que la nueva Ley de Viajes Combinados "exigirá un mayor esfuerzo a las aseguradoras ya que tendrán que hacer frente a mayores riesgos por la obligación de aumentar sus garantías, en pequeñas y medianas agencias minoristas, de 60.000 a, al menos, 100.000 euros".

Sobre coste

Respecto a las estimaciones de la Comisión Europea que señalan un coste para el organizador de entre 7,5 y 9,5 euros por viaje para dar cumplimiento a los requerimientos de la Directiva, InterMundial aclara que "este coste se deriva exclusivamente de los gastos administrativos de la implementación de la Directiva y, en ningún caso, para atender a la doble garantía".

InterMundial, que cuenta con más de 5.000 agencias colaboradoras en España, ha querido arrojar luz ante la situación de incertidumbre que existe en torno a la nueva ley matizando que el incremento de los costes asociados al seguro de viaje serán mínimos para las agencias. Tomando como ejemplo el caso de Cataluña, donde ya es obligatorio cubrir el 5% de la facturación para la protección ante insolvencia, el sobre coste en la póliza de caución anual, para la mayoría de las agencias, respecto de la existente durante la normativa anterior, es de aproximadamente 200 euros.

Ello supone que, para las agencias que gestionen un número aproximado de 2.000 viajes combinados o servicios de viaje vinculados de 1.000 euros coste medio, el sobre coste es de apenas diez céntimos por viaje.



El subdirector general de InterMundial, Francisco Javier del Nogal.

En el caso de aquellas que solo alcancen los 1.000 viajes combinados, el sobre coste sería de tan solo 20 céntimos por viaje. Y, en el caso de algunas mayoristas y mayoristas-minoristas, el coste será incluso menor que el que actualmente vienen abonando.

Europcar suprime los 902 de su 'call center'

Europcar España deja de utilizar en su *call center* los 902, números de teléfono de tarificación especial. A partir de ahora, todas las líneas de atención al cliente las sustituye por números con el prefijo 91, que están incluidos en las tarifas planas de la mayor parte de los usuarios. La compañía responde a su compromiso con la filosofía Customer Centric.

ACEVIN renueva con la Secretaría de Estado

La Secretaría de Estado de Turismo y la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) han renovado el convenio de colaboración por el que ambos organismos seguirán trabajando conjuntamente en el desarrollo del proyecto de Turismo enogastronómico Rutas del Vino de España, permitiendo seguir desarrollando la oferta de destinos de este club de producto.

Una cita con el Congreso Nacional de Ecoturismo

Del 13 al 15 de noviembre, el Parador de Corias en Cangas del Narcea acoge el III Congreso Nacional de Ecoturismo. Con el fin de dar a conocer el Ecoturismo como segmento turístico y exponer la situación del sector Ecoturismo en España y conocer casos singulares de éxito, el congreso sirve de espacio para el debate de las claves y factores para la consolidación del Sector.

Nueva edición del Premio de Turismo Responsable

Fundación InterMundial, en colaboración con FITUR, convoca una nueva edición del Premio de Turismo Responsable. Este galardón, que nace para reconocer la implicación de las empresas turísticas que trabajan por el desarrollo y activación de un Turismo responsable con el medioambiente, la economía y la sociedad local, recibió, en su primera edición en 2017, 56 candidaturas de 13 países.

El PP acusa al Gobierno de dar la espalda al Turismo

El portavoz de Turismo del Grupo Parlamentario Popular, Agustín Almodóbar, asegura que "los Presupuestos Generales del Estado que pretenden aprobar el tándem Sánchez-Iglesias van a restar competitividad turística a España". "Este texto pactado entre el Gobierno y Podemos perjudicará al Turismo con una subida generalizada de impuestos y, además, no introduce ninguna medida de apoyo al Sector", lamenta.

Reclama que se le preste "mayor atención para mantener viva esa capacidad locomotora del Turismo en este periodo de inflexión". Además, advierte que las cargas fiscales contempladas en el acuerdo "pueden frenar las inversiones turísticas".

"Tras años de crecimiento, de récords, del trabajo y sacrificio de empresarios, trabajadores y destinos, Sánchez y el PSOE pueden tirarlo todo por tierra en muy poco tiempo por su única obsesión de mantenerse en la Moncloa a cualquier precio", sostiene. Avanza que van a "exigir al Gobierno que se pongan en marcha políticas que potencien el Sector, con mayores recursos para invertir en formación de los trabajadores, que tienen que adaptarse a la transición a una economía más globalizada y digitalizada".

Las compañías de cruceros punteras coinciden: la venta directa es marginal

‘Las ventas a través de la web siguen siendo muy bajas’, reconoce Pullmantur Cruceros

Pullmantur Cruceros, Costa Cruceros, Norwegian Cruise Line y MSC Cruceros reconocen el peso marginal de la venta directa

online e insisten en su apuesta por la agencia de viajes. La complejidad del producto, unido a la capacidad de asesoramiento del agente, hace que

se trate de un segmento refugio para la agencia de viajes. Por lo general, los clientes tienen muchas dudas antes de contratar un crucero.

La venta directa del sector cruceros sigue sin despegar en España. Pronto se cumplirán ocho años desde que Pullmantur diese el polémico paso de habilitar esta opción en su página web, lo que desembocó en un durísimo enfrentamiento con el canal de agencias de viajes, especialmente con los principales Grupos comerciales. Poco después se fueron sumando las principales compañías de cruceros con presencia en el mercado español. Sin embargo, las agencias continúan arrasando en el que podría ser considerado su producto refugio.

Preguntado por esta cuestión, el presidente y CEO de Pullmantur Cruceros, Richard J. Vogel, reconoce que "a día de hoy, las ventas a través de la web siguen siendo muy bajas". En su opinión, "en la comercialización de los cruceros sigue siendo fundamental la labor de los agentes de viajes, grandes conocedores de las diferentes propuestas que existen en el mercado". "Por lo general, los clientes tienen muchas dudas antes de contratar un crucero: qué naviera escoger, tipo de cabina, horarios, régimen del alojamiento, etc., lo que hace que su labor de asesoramiento sea sumamente necesaria", argumenta.

Vogel remarca que "los agentes de viajes son nuestros principales socios en el mercado, y así seguirá siendo en el futuro". En este sentido, resalta que "no sólo hemos acercado las nuevas tecnologías al B2C (Business to Consumer), también al B2B (Business to Business), con el lanzamiento de una web dirigida a los agentes".

Representación marginal

El vicepresidente de Costa Cruceros para el Norte de Europa, Raffaele D'Ambrosio, también reconoce que la venta directa "es absolutamente marginal", si bien sostiene que "debemos estar presentes en cualquier canal en el que el usuario quiera interactuar". Al igual que Vogel, explica que "el crucero es un producto con cierta complejidad, donde es necesario elegir múltiples detalles, comparar y tener mucha información a la hora de decidir". "Ante esta situación, la labor de un prescriptor que escuche, atienda y aconseje de manera cercana al cliente es clave", sentencia. En esta línea, subraya que "en Costa tenemos claro que el futuro del Sector viene marcado por una colaboración cercana y útil con las agencias".



Las compañías de cruceros destacan la capacidad de asesoramiento de la agencia.

Como publicó NEXOTUR, el presidente de MSC Cruceros, Emiliano González, reveló recientemente que la venta directa en España "supone el 2,7% de nuestras ventas". Según apuntó, "nuestro principal y más importante canal de venta son las agencias de viajes; así lo ha sido, lo es y lo será en el futuro". No obstante, aclara que "MSC Cruceros ofrece, a través de su web, venta directa a los clientes que así lo deseen porque existe una pequeña parte del mercado que le gusta reservar con el proveedor".

Por su parte, el director general para Europa de Norwegian Cruise Line, Kevin Bubolz, detalla que "solo un pequeño porcentaje de nuestros cruceros (en un rango de un dígito) se reserva a través de canales directos". Al respecto, indica que "reservar directamente con una compañía de cruceros es una elección del pasajero, que por supuesto respetamos". "Sin embargo, nos enfocamos en trabajar con agencias de viajes, formarlas y mantenerlas al día sobre nuestro producto", recalca.

HOLA MARÍA

Oliver convoca grupos de 'marketing' y estadística

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, se ha reunido con dos de los grupos de trabajo reactivados el pasado julio, el de estadística y el de *marketing*, para coordinar las acciones que se llevarán a cabo. La desagregación de las estadísticas, así como la mejora de los indicadores del perfil de turistas de los mercados lejanos y de los datos de gasto, han sido los temas centrales.

Enaire opera casi un 4% más de vuelos este verano

Enaire ha gestionado este verano entre el 1 de julio y el 30 de septiembre un total de 632.731 vuelos IFR (Instrumental Flight Rules, es decir, vuelos instrumentales), un 3,9% más que en el mismo trimestre de 2018. Además, como destaca el gestor nacional de la navegación aérea en España, en 19 días se ha superado la cota máxima histórica de 7.066 vuelos/días que se registro el año pasado.

Emirates Skywards tendrá servicio de taxi

CarTrawler ha anunciado el lanzamiento del primer servicio conjunto de taxi para Emirates Skywards, el programa de fidelidad de Emirates y flydubai. Con este servicio, los miembros de Emirates Skywards tienen acceso a taxis bajo demanda en más de 100 ciudades en todo el mundo. Además, los miembros de este programa de fidelidad pueden acumular Millas Skywards.

El personal de transporte es 'agente de autoridad'

Para la asociación de transporte público Atuc la condición de agente de la autoridad de los empleados de las empresas de transporte de viajeros se ha visto reforzada por la reciente sentencia del Tribunal Constitucional. Y es que reconoce que pueden ser habilitados para ejercer funciones de "policía administrativa" sobre los usuarios del servicio cuando detecten infracciones.

La información, el asesoramiento legal y la defensa de los intereses del Sector, lo más valorados de una Asociación

El informe elaborado por Observatur 'pone de manifiesto el valor que otorgan las agencias al Asociacionismo'

Las agencias de viajes ponen en valor el Asociacionismo, siendo la información, el asesoramiento legal y la defensa de los intereses del Sector, los servicios a los que confieren mayor importancia.

La cuota, en cambio, figura en último lugar. Así se desprende de los testimonios de profesionales recogidos por Observatur. "Entienden que colectivamente les confiere una posición de fuerza

más sólida para afrontar los nuevos retos que impone un mercado en continua transformación", concluye el socio de ReiniciaT y miembro fundador de Observatur, Marcos Franco.

La información, el asesoramiento legal y la defensa de sus intereses son, en este orden, los servicios de las Asociaciones que más valoran las agencias de viajes a la hora de formar parte de éstas. De acuerdo con los testimonios de profesionales recogidos por Observatur, el más apreciado es el relativo a la obtención permanente de información (65 puntos). Le siguen los servicios de asesoramiento legal, especialmente en lo que concierne al marco normativo (49,6 puntos), mientras que la defensa de los intereses comunes figura en tercer lugar (38,9 puntos).

Otros servicios reconocidos por las agencias son la formación (22,1

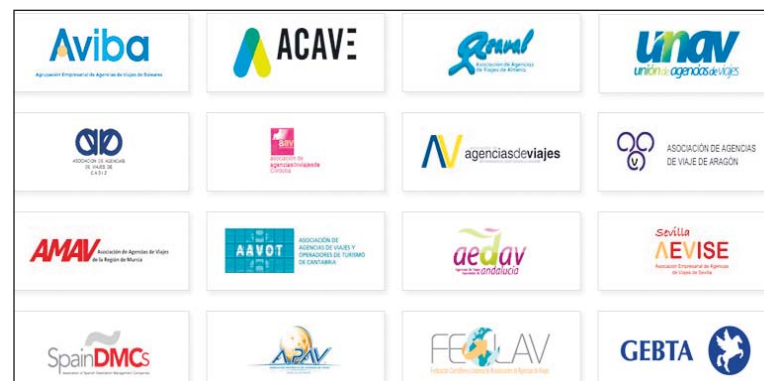
puntos), la celebración de congresos y jornadas (21,2) y la convocatoria de sesiones de networking con otros socios (16,8). En menor medida también valoran positivamente la publicación de estudios e informes de utilidad, con casi 15 puntos.

La cuota figura en último lugar

En el caso concreto de las agencias de viajes que no forman parte en estos momentos de una Asociación, sus preferencias difieren. Para incorporarse a una Organización empresarial, el servicio que más valorarían sería la defensa de los intereses frente a otras instituciones (38 puntos), casi diez puntos

más que las acciones formativas y el asesoramiento legal y normativo, ambos con aproximadamente 28 puntos. También citan, entre otras cuestiones, la mejora de la relación con los proveedores, la elaboración de estudios y la organización de sesiones de networking, con 27,5, 16,3 y 10,6 puntos. La cuota a abonar es, según la encuesta, lo que menos importa a los agentes que no forman parte de una Asociación.

En opinión del socio de ReiniciaT y miembro fundador de Observatur, Marcos Franco, "más allá de que se destaque un servicio u otro, este informe pone de manifiesto el valor que otorgan las agen-



El servicio más apreciado es el relativo a la obtención de información.

cias de viajes al Asociacionismo". "Entienden que colectivamente les confiere una posición de fuerza más

sólida para afrontar los nuevos retos que impone un mercado en continua transformación", concluye.

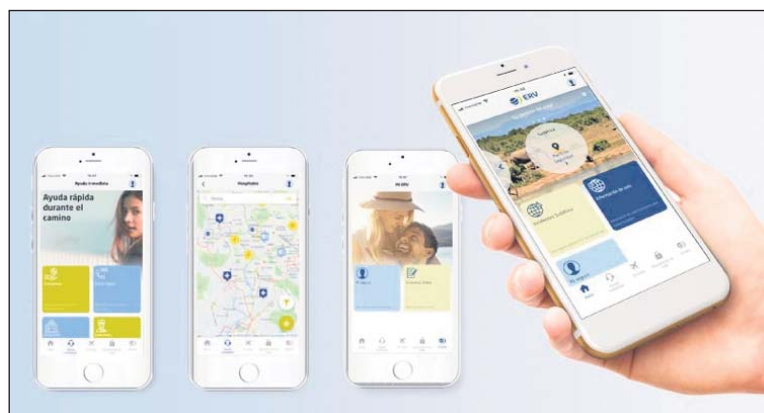
ERV renueva su seguro de viaje para las empresas y lanza ERV Business Star

Amplía la cobertura de asistencia ante eventos de terrorismo y la flexibilidad de contratación

ERV ha mejorado su seguro para los viajes corporativos, el ERV Business Star. Las novedades de su producto mejoran la protección de los trabajadores desplazados buscando soluciones globales y adaptadas a las necesidades de cada compañía y a la legislación local de cada país.

Entre las principales novedades, destacan una mayor cobertura de asistencia ante eventos de terrorismo, no solo en países de riesgo o en guerra, sino para cualquier país; y una mayor flexibilidad en la contratación, con nuevos tramos de duración de viaje para las pólizas temporales. Asimismo, se ha ampliado la cobertura de equipaje (hasta 5.000 euros), se han reducido las sobreprimas para destinos de riesgo y por riesgo profesional (reclasificación de actividades profesionales), y se ha incluido el concepto de 'soluciones globales', es decir, ERV buscará la mejor solución global para la empresa, garantizando el cumplimiento de la legislación local.

Por otro lado, ERV Business Star sigue ofreciendo gastos médicos ili-



La aplicación ERV Travel & Care.

mitados, repatriación, gastos médicos del acompañante desplazado, adelanto de fondos en el extranjero, cobertura de accidentes durante el viaje o indemnización por accidentes del medio de transporte, robo, pérdida o demora de equipaje, retraso del medio de transporte, indemnización por secuestro, responsabilidad civil, asistencia jurídica, o servicios como protección de tarjetas y extensión de la cobertura en caso

de finalización de viaje por hospitalización del asegurado.

Además, la compañía ofrece su aplicación móvil ERV Travel & Care, que incluye información y recomendaciones para viajar a más de 200 países, proporciona alertas de seguridad en tiempo real a los empleados y servicios como localización de hospitales o embajadas, y otras funcionalidades para mejorar la experiencia de los viajeros.

Las agencias de viajes de TAG aumentan sus ventas en 2018

La presidenta de Travel Advisors Guild (TAG), Julia Franch, ha anunciado la buena evolución de las ventas de sus agencias asociadas en lo que va de año. Según ha destacado, de enero a septiembre de 2018 las ventas han crecido un 12,8%. Hay que recordar que la facturación de las agencias TAG en 2017 fue de 654 millones de euros.

Franch ha realizado este anuncio durante la celebración de la vigésima edición del Encuentro entre Amigos de TAG, en Santander, y que reúne a más de un centenar de profesionales del Sector, entre ellos, directivos y CEO de las agencias asociadas, y directivos de los principales proveedores turísticos, como aerolíneas, hoteles, turoperadores o compañías de *rent a car*.

En una comparecencia ante la prensa, Julia Franch ha destacado a la ciudad anfitriona, que "se ha posicionado como una de las ciudades preferidas para organizar eventos, convenciones, congresos y encuentros profesionales con la innovación como punto estratégi-



Julia Franch

co en su modelo de ciudad". La concejala de Turismo de Santander, Miriam Díaz, ha señalado que "es una gran satisfacción para nosotros recibir este significativo evento sectorial dada la calidad de los prescriptores". Además, ha añadido que el Sector MICE creció el año pasado un 28% en la ciudad, con un impacto económico superior a los 36 millones de euros.

Temas para la asamblea

Franch ha repasado varios de los asuntos que se han abordado durante la asamblea de la asociación, como la incorporación de Abramam Viajes y BMC Promoviatges —con efectividad a 1 de enero de 2019—, la presentación de su nueva aplicación móvil My TAG —se activará en noviembre— o la reciente puesta en marcha de su Plataforma de Formación. También han hablado del nuevo proyecto de creación de un grupo de agencias, bajo el paraguas de TAG, especializadas en el segmento Tailor Made de lujo.

Nueva apertura de una tienda B the travel brand

B the travel brand inaugura su primera tienda premium en Málaga. Con su apertura, la división minorista de Ávoris continúa con la expansión de esta línea de negocio, contando actualmente con siete tiendas bajo la marca B the travel brand & Catai. Como publicó NEXOTUR, ya disponía de este tipo de espacios en Madrid, Barcelona, Bilbao, Zaragoza, Lisboa y Oporto.

Sepla y Ryanair firman la paz tras meses de conflicto

Sepla y Ryanair han firmado un acuerdo de reconocimiento que incluye el compromiso de la compañía aérea de aplicar, antes del 31 de enero de 2019, la legislación laboral española a todos los pilotos que trabajan en España. Así lo han explicado en rueda de prensa representantes del sindicato y de la propia aerolínea, que han rubricado posteriormente el texto.

Ifema destina casi tres millones al nuevo pabellón

La Feria de Madrid (Ifema) ha incorporado un nuevo pabellón a los 12 existentes. Esta nueva infraestructura ya ha sido inaugurada con la celebración de la mayor feria de la industria farmacéutica del mundo, CPhI Worldwide, del 6 al 11 de octubre. El nuevo pabellón, denominado 5.1, es diferente a los que configuraban el recinto y ha costado 2,8 millones de euros.

IBTM Americas cambia de fechas de celebración

Tras la IBTM Americas 2018, la mayor feria de Turismo de Congresos y Reuniones de América Latina, que se ha celebrado en Ciudad de México los días 5 y 6 de septiembre, ya se conoce la fecha de la edición del año que viene. IBTM Americas 2019 se celebrará los días 29 y 30 de mayo de 2019, también en Ciudad de México, con la intención de mantener y superar los números de este año.

Facua pide más inspecciones en las agencias de viajes

Facua espera que casos como el de la agencia Wiajera (Córdoba), cuyo cierre ha dejado a decenas de personas sin poder viajar y con los billetes pagados desde hace meses, sirvan para que la Junta de Andalucía "realice inspecciones periódicas a las agencias de viajes exigiendo los requisitos mínimos que establece la ley para el desarrollo de su actividad". "Podrían evitarse casos en los que los responsables de estas empresas desaparecen con el dinero de los afectados, dejándoles sin la posibilidad de realizar sus viajes", argumenta.

Según detalla, el modus operandi de Wiajera "consistía en cobrar a los afectados por la reserva de los billetes, llegando incluso a entregar un justificante para dar más credibilidad a la compra, aunque la empresa nunca llegó a pagar y formalizar con la compra de los pasajes con la compañía aérea o la mayorista". La mayoría de los afectados son migrantes latinoamericanos, que habrían llegado a pagar hasta más de 1.500 euros.

Facua Córdoba advierte que la agencia tenía la obligación de tener un seguro de, como mínimo, 100.000 euros, ya que todas las empresas del Sector tenían de plazo hasta el pasado mes de junio para adaptarse a la revisión al alza de las garantías establecidas por la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía. Además, la



Reacciona tras el cierre de Wiajera.

menta que la Administración "todavía no haya informado a los afectados por el cierre de Wiajera de que tienen la posibilidad de acogerse a este seguro y así recuperar su dinero, ni tampoco del protocolo a seguir".

Su recomendación es que los damnificados dirijan a la Delegación de Turismo de la Junta de Andalucía en Córdoba aportando la documentación que dispongan del viaje contratado. Por último, espera que la Delegación de Turismo haya exigido el aval a Wiajera, como forma de garantizar la protección de los consumidores. De lo contrario, la asociación deja constancia de que podría ocurrir algo parecido al reciente caso de iDental, donde la Delegación de Salud no comprobó que la clínica de Córdoba tuviera seguro de responsabilidad civil durante los dos últimos años, provocando que, tras el cierre del centro, muchos de los afectados hayan quedado indefensos.

Las agencias de viajes de Madrid están obligadas a revisar sus avales

El importe mínimo a garantizar pasa de 60.000 a 100.000 euros

La revisión al alza de los avales también llega a Madrid, que se convierte en la undécima Comunidad autónoma en actualizar su normativa de agencias, cumpliendo así

con los requerimientos de la Comisión Europea. Este decreto entrará en vigor a los 20 días de su publicación en el Boletín Oficial, es decir, el 19 de noviembre.

Según ha podido comprobar NEXOTUR, el pasado 23 de octubre se publicó en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid la modificación del decreto por el que se regula el ejercicio de las actividades de las empresas del Sector (unas 800 casas centrales y 2.000 puntos de venta). El importe mínimo a garantizar pasa de 60.000 a 100.000 euros.

El texto respeta los términos acordados con el resto de Comunidades, siendo el cambio más relevante el aumento del importe a garantizar. Siempre y cuando se opte por la garantía individual (también existen garantías colectivas o por viaje combinado), la cifra será un 5% del volumen de negocios derivado de los ingresos por venta de viajes combinados, con un mínimo de 100.000 euros. Hasta ahora, en la práctica totalidad de las Comunidades se requería avales por importe de 60.000 euros a las minoristas, 120.000 a las mayoristas y 180.000 a las minoristas-mayoristas.

Más allá del fondo, la nueva normativa aprobada por Madrid podría suponer un contratiempo para las agencias de viajes como consecuencia del exiguo tiempo que concede para llevar a cambio la actualización de los avales. Y es que, frente a los dos o tres meses de plazo que han



Afectará a los cerca de 2.000 puntos de venta ubicados en la Comunidad de Madrid.

dado la mayoría de Comunidades, este decreto entrará en vigor a los 20 días de su publicación en el Boletín Oficial, es decir, el lunes 19 de noviembre.

Una vez entre en vigor, las agencias de viajes "estarán obligadas a constituir con carácter previo al ejercicio de la actividad y mantener de forma permanente una garantía para responder con carácter general del cumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación de sus servicios frente a los contratantes de viajes combinados, en especial en los casos de insolvencia y repatriación", informa. "En el momento en que el viajero efectúe el primer pago a cuenta

del precio del viaje combinado, se le facilitará un certificado que acredite el derecho a reclamar directamente al que sea garante en caso de insolvencia, el nombre de la entidad garante y sus datos de contacto", prosigue.

Hasta el momento, como ha ido publicando este periódico, la revisión de avales ya se ha llevado a cabo en Andalucía, Aragón, Baleares, Canarias, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Extremadura y La Rioja. Todas cumplen con lo acordado en la Mesa de Directores de las Comunidades autónomas, en la que los Gobiernos autonómicos pactaron un texto común.

HOLA DAVID

Globalia Corporate Travel gana la cuenta de Sener

Globalia Corporate Travel se ha hecho con la cuenta de viajes de la compañía Sener (empresa internacional de ingeniería y construcción) por un valor estimado de 10 millones de euros anuales. El contrato se firma hasta el 31 de diciembre de 2019, con opción de prorrogarlo otro año. Se ofrecerá a través de dos *inplants*, uno en Tres Cantos (Madrid) y el otro en Las Arenas (Bilbao).

Norwegian Cruise Line amplía oferta en Europa

Norwegian Cruise Line presenta su nuevo catálogo con las salidas hasta abril de 2020. Como novedad destacan las nuevas rutas del Norwegian Pearl, que se posicionará en verano como su sexto buque en aguas europeas. De este modo, la naviera ofrece la mayor oferta de su historia en el viejo continente. A partir del 11 de mayo de 2019 hará cuatro salidas desde/hacia Ámsterdam.

El destino Canarias 'se juega mucho con el Brexit'

"Aunque parece que el acuerdo para la salida del Reino Unido es complejo, el escenario en el que se paralice la movilidad con la Unión Europea es improbable". Así lo ha asegurado el consejero de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno autonómico, Isaac Castellano, quien aclara que "desde Canarias estamos muy atentos sobre lo que puede ocurrir en los próximos meses".

Éxito de inscripción para IBTM World 2018

Los organizadores de la feria IBTM World 2018, que se llevará a cabo en Fira Barcelona del 27 al 29 de noviembre, han anunciado un fuerte reclutamiento de *hosted buyers* para la edición de este año, con un aumento de los compradores que acuden primera vez al evento. Hasta el momento, se han confirmado compradores que representan a 72 países.

Grandes redes y agencias de viajes 'online' se vuelcan con el día Black Friday 2018

Los viajes son el tercer producto más solicitado por los clientes en esta fecha

Las agencias de viajes calientan motores ante la proximidad de una de las fechas que, pese a su reciente aparición, se ha posicionado entre las más importan-

tes del año. Grandes redes y agencias de viajes online ya han comenzado a anunciar las promociones especiales con motivo del Black Friday (23 de noviembre).

El 23 de noviembre es el Black Friday, que a pesar de su reciente aparición, se ha posicionado entre las citas más importantes del año. Así, las grandes redes y agencias online ya anuncian sus promociones. La campaña de algunas de ellas durará un único día, si bien lo más habitual será que se extiendan hasta el 26 de noviembre.

Parece lógica esta apuesta por el Black Friday si se tiene en cuenta que los productos y servicios turísticos son la tercera categoría más contratada, solo por detrás de la moda y la electrónica. Según datos recabados por Black-Friday.sale en 2017, los españoles gastaron una media de 272,16 euros la pasada campaña, lo que supuso un fuerte crecimiento del 36,7% en comparación con los 199 euros que desembolsaron un año antes.

Si nos centramos en las agencias de viajes convencionales, las acciones promocionales son variopintas. Halcón Viajes, por ejemplo, pondrá a la venta, con salidas desde Madrid, un total de 1.000 plazas con "precios

únicos para viajar durante todo el año". Sus propuestas estrella son Riviera Maya y República Dominicana, si bien también ofrece descuentos de 300 euros en viajes por Europa, Península, grandes viajes y Caribe.

Diferentes promociones

Viajes El Corte Inglés, cuya campaña se extenderá hasta el 26 de noviembre, avanza que ofrecerá "espectaculares descuentos" en vuelos, hoteles, vuelo más hotel, cruceros y viajes multidesino. Aunque no da muchas pistas sobre los destinos que incluirá, sí incide en que pondrá a la venta viajes a Caribe, Europa y Emiratos Árabes. B the travel brand, por su parte, aplicará rebajas a una amplia variedad de productos: Caribe, costas, islas españolas, Europa, Turismo urbano, cruceros y esquí. La división minorista de Ávoris alargó hace un año su campaña hasta los cinco días, si bien no especifica si en esta ocasión tendrá la misma extensión.



Página web de Logitravel.

Al igual que las grandes redes convencionales, las agencias de viajes online tienen todo listo para el inicio del Black Friday. Destinia, por ejemplo, aplicará descuentos de hasta el 5% en hoteles y de hasta el 10% en viajes a reservas realizadas entre el viernes 23 y el lunes 26 de noviembre. Logitravel irá todavía más allá. Según adelanta en su web, pondrá a disposición de sus clientes ofertas exclusivas, con descuentos de hasta el 50%, siendo posible realizarlas del lunes 19 al lunes 26 de noviembre.

Ryanair Rooms: una estrategia agresiva y aumento de la oferta

Ryanair refuerza su apuesta por el negocio de las reservas de hotel. Su plataforma Ryanair Rooms, lanzada a mediados de 2016 mediante la alianza con Hotels.com y Hotelopia, ha ampliado de forma significativa su portafolio gracias a los



Michael O'Leary

acuerdos rubricados con otros tres grandes proveedores de alojamiento: Eviivo (B & Bs), Hostelsclub y HRS. En total, la web pone a disposición de sus clientes más de diez millones de habitaciones que van desde hostales hasta hoteles de cinco estrellas, "todo un logro tecnológico para una aerolínea", resalta CarTrawler en un informe sobre los servicios complementarios de las compañías aéreas.

Además de la creciente oferta, la aerolínea ha trasladado su agresividad comercial a Ryanair Rooms, introduciendo a principios de año un crédito de viaje. Por las compras en su plataforma de alojamiento los clientes reciben una comisión del 10%, crédito acumulable durante un periodo máximo de seis meses que se pue-

de canjear por billetes de avión reservados únicamente en Ryanair.com (con un límite de 500 euros por operación y 1.000 euros por año).

Incluso el propio CEO de la compañía aérea, Michael O'Leary, reconoce que "estamos vendiendo de manera más

agresiva en todo el sitio web y en la aplicación móvil". "Si reserva un hotel en Ryanair Rooms, sea o no cliente de Ryanair, le devolveremos una comisión del 10% en forma de créditos de viaje, que podrá utilizar para viajar nuevamente en Ryanair en los próximos seis meses", explica el directivo, que se muestra convencido del potencial de esta línea de negocio. "Esperamos que los hoteles crezcan con fuerza", apunta.

Riesgo de deficiencias

En su informe, CarTrawler indica que el rápido crecimiento protagonizado por el 'portal' también aumenta el riesgo de deficiencias en la prestación de servicios, como por ejemplo créditos de viaje que nunca llegan y dificultades para resolver problemas en reservas.

SPV, CCOO y UGT denuncian el Convenio Colectivo Estatal de Agencias de Viajes

La mesa negociadora con la participación de ambas partes se constituirá a mediados de diciembre

Los sindicatos acuerdan denunciar el Convenio Colectivo Estatal de Agencias de Viajes, el cual caduca el próximo 31 de diciembre. Con el paso dado por la parte social, compuesta por el Sindicato Profesional de Viajes (SPV), Unión general de Trabajadores (UGT) y Comisiones Obreras (CCOO), se garantiza la negociación de unas nuevas condiciones laborales para el periodo 2019-2021.

Según ha podido saber NEXOTUR, a mediados de diciembre, previsiblemente el día 12, los sindicatos se reunirán por primera vez con CEAV para constituir la mesa negociadora. Una vez creada, a partir de enero de 2019 comenzarán las reuniones para intentar definir el próximo Convenio Colectivo, a las que los sindicatos lle-

varán "propuestas e iniciativas encaminadas a garantizar los máximos avances y progresos para mejorar las condiciones laborales de los agentes de viajes".

La pretensión de la parte social, al menos del sindicato mayoritario (SPV), es que se apliquen subidas salariales superiores a las pactadas en el anterior, que fueron del 1% en el primer año y del 1,5% en cada uno de los dos siguientes. "Después de años de moderación salarial debido a la crisis económica, una vez que se está recuperando la economía de nuestro país, es el momento de que los salarios empiecen a repuntar progresivamente", afirmó en una entrevista concedida a NEXOTUR su secretario general, José Alberto Morales. Tam-

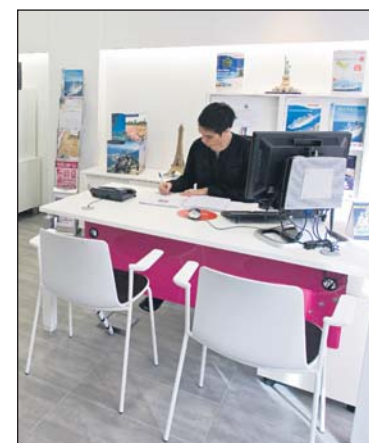
bién se dará especial relevancia a cuestiones como la conciliación de la vida laboral y familiar, la prevención de riesgos laborales y las políticas de igualdad.

CEAV deja clara la postura

CEAV, por su parte, ya ha dejado clara su postura, advirtiendo que modificar las condiciones "pondría en peligro la contratación y la competitividad de las empresas". "Sería peligro e irresponsable", ha llegado a afirmar, recordando que "las previsiones para 2019 ya son a la baja". "No se esperan cambios sustanciales porque el actual Convenio ya es lo suficientemente completo en cuanto a formación y derechos sociales", concluye.

El actual Convenio, vigente de 2016 a 2018, fue acordado en septiembre de 2016 después de cerca de ocho meses de intensas negociaciones, con incluso una suspensión temporal de las mismas por parte de los sindicatos SPV, UGT y CCOO. Como publicó NEXOTUR, los agentes de viajes se beneficiaron en 2016 de un incremento salarial del 1% en el primer año, así como de nuevos aumentos del 1,5% en los dos años siguientes.

Aunque la intención inicial de los sindicatos era llegar al 4,5% en los tres años de vigencia del Convenio (frente al 4% finalmente conseguido), el aumento salarial acordado fue todo un éxito si se tiene en cuenta que el planteamiento inicial de la parte empresarial era congelar los



Se negocian nuevas condiciones.

saldos en 2016 por segundo año consecutivo y aplicar tímidas subidas del 0,5% en 2017 y 2018.

Europcar facilita alquiler a clientes corporativos

Europcar lanza un servicio *online* para facilitar a cualquier empresa, tanto pymes como multinacionales, el registro de sus servicios. Esta herramienta tiene como objetivo que los clientes corporativos puedan realizar el proceso de manera rápida y sencilla. Este servicio de la compañía de movilidad consiste en el registro en la página web de Europcar a través de cualquier dispositivo o aparato.

Eurowings permite la navegación gratuita

Eurowings facilita a sus pasajeros la conexión gratuita a Internet los primeros 10 minutos con el patrocinio de Deutsche Telekom. Los pasajeros pueden conectarse en pleno vuelo con Wings Connect y de esta forma utilizar los servicios de comunicación y *streaming*. Eurowings ha empezado por un total de 72 aviones Airbus A319 y Airbus A320 con esta tecnología.

Room Mate ha integrado Amazon Pay en sus hoteles

Room Mate Hotels se convierte en la primera cadena de hoteles *boutique* en España en desplegar Amazon Pay en su web para todos sus hoteles a nivel global. Así, los clientes podrán reservar su estancia en cualquiera de los hoteles que la cadena hotelera internacional opera en todo el mundo, empleando tan solo sus credenciales de Amazon, de una forma rápida y sencilla.

Enaire estrena canal de venta para sus productos

Enaire continúa avanzando en su transformación digital, dentro del plan estratégico 'Plan de Vuelo 2020'. Por ello desde este verano ofrece a todos los usuarios de información aeronáutica la posibilidad de adquirir directamente los productos de Enaire a través de su página web. Tiene un diseño web adaptado y es accesible desde cualquier dispositivo.

Finnair quiere aumentar su rentabilidad con Amadeus

Finnair ha contratado Amadeus Network Revenue Management, solución que permitirá a la aerolínea prever con mayor precisión la demanda de los viajeros y optimizar su red de rutas origen-destino (O&D). La herramienta aprovecha conjuntos de datos procedentes de diversas fuentes a través de big data y aplica algoritmos de computación científica para determinar el comportamiento de compra del consumidor y su predisposición a pagar. Basándose en estas informaciones, recomienda los mejores precios y 'paquetes'.

El acuerdo no se centra únicamente en soluciones tecnológicas. Un equipo de consultores expertos de Amadeus ha trabajado en estrecha colaboración con Finnair para acometer una transformación completa del negocio de O&D y garantizar que la compañía aérea cuente con todas las herramientas necesarias para beneficiarse al máximo de sus características competitivas, impulsando así la rentabilidad. El responsable de aerolíneas de Amadeus en el norte y oeste de Europa, Manuel Midon, explica que "nuestra tecnología se cimienta sobre una contrastada excelencia operativa, así como en una prestación de servicios y consultoría empresarial de primer orden".

El sector hotelero pide al Congreso la prohibición de las cláusulas de paridad

CEHAT considera 'fundamental que el legislador español siga el ejemplo de otros países'

Los hoteleros españoles urgen a las fuerzas políticas a ilegalizar las cláusulas de paridad impuestas por las grandes plataformas de

distribución *online* (OTA) en los contratos. "Es fundamental que el legislador español siga el ejemplo de los países europeos, como Francia,

Italia, Bélgica y Austria, que ya las han prohibido", subrayan desde la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

El sector hotelero presiona al Gobierno para conseguir la ansiada prohibición de las polémicas cláusulas de paridad impuestas por las OTA a las empresas de alojamiento. En el marco de una jornada organizada por CEHAT, el *lobby* ha pedido al Congreso de los Diputados que "apruebe una ley mercantil que las declare ilegales" en los contratos de distribución entre hoteles y agencias de viajes *online*.

Como principal conclusión de la jornada, el director del Gremi d'Hotels de Barcelona y responsable de la Comisión de Distribución Online de CEHAT, Manel Casals, ha remarcado que "es esencial que el hotelero español recupere el control sobre su producto". "Para ello, será fundamental que el legislador español siga el ejemplo de los países europeos, como Francia, Italia, Bélgica y Austria, que ya han prohibido por ley estas cláusulas abusivas en los contratos de distribución entre hoteles y OTA, mediante una ley mercantil aprobada por el Congreso de los Diputados que las declare ilegales".

Cabe recordar que en su última entrevista concedida a NEXOTUR, el presidente de CEHAT, Juan Molas, explicó que las cláusulas de paridad "son nulas de facto en España, pero

ahora falta que se plasme en la legislación". "Nuestra petición reiterada es que el Gobierno adopte pronto las medidas necesarias" y que "sea aprobado por el Congreso de los Diputados", para lo cual "nos hemos reunido con diferentes partidos políticos", detalló. "Entendemos que el hotelero tiene que tener la libertad de establecer el precio que considere más oportuno en función de sus posibilidades y del mercado", argumentó.

Libre competencia

En el arranque de la jornada, el secretario general de CEHAT y miembro de la ejecutiva de la Organización Empresarial Europea de Hostelería y Restauración (HOTREC), Ramón Estalella, ha lamentado que las cláusulas abusivas que las OTA imponen en los contratos con los hoteles, obligan a mantener una paridad de tarifas y oferta comercial en todos los canales *online*, incluida la web propia del hotel, limitando totalmente la libertad en la venta por Internet de los hoteleros. "Si bien estas cláusulas fueron firmadas en su día por los hoteles, estos nunca tuvieron la posibilidad de eliminarlas o renunciar a la distribución de estos operadores, debido a su posición dominante en el mercado de



CEHAT ha organizado una jornada en Barcelona para abordar esta problemática.

reservas hoteleras", añade Estalella, quien recuerda que "vulneran la libre competencia y limitan la capacidad comercial del propio hotelero en detrimento de mejores condiciones para los usuarios finales".

El evento también ha contado con la participación del director general de Synhorcat (asociación francesa de hoteleros), Franck Trouet, quien ha hablado sobre cómo ha influido la ley Macron, aprobada en julio de 2015 y por la cual se invalidan todas las cláusulas abusivas de las OTA. Según revela, "la prohibición de las cláusulas abusivas en Fran-

cia, hace tres años, ha propiciado que más de dos tercios de los hoteles ofrezcan mejores condiciones en su propia web". Además, el porcentaje de reservas directas online "es un 50% superior a la media europea".

Como avanzó NEXOTUR, Suecia se convirtió el pasado mes de septiembre en el sexto país que declara ilegales las cláusulas de paridad. Sigue así los pasos de Alemania, Austria, Bélgica, Francia e Italia, donde sus respectivos gobiernos —salvo en Alemania, donde fueron las autoridades de Competencia— fueron pioneros.

HOLA MUNDO

Tourmundial abre su mundo a todas las agencias de viajes. Ahora tienes a tu disposición la mayor gama de productos del mercado con miles de viajes sorprendentes que podrás configurar rápidamente gracias a TEAM: nuestra herramienta exclusiva diseñada para hacer más fácil tu día a día. Además podrás contar con el respaldo y experiencia de los más de 200 profesionales que formamos Tourmundial.

ABIERTOS AL MUNDO. ABIERTOS A TI.

www.tourmundial.es



TOURMUNDIAL
Hello world

El Grupo Accor mejora el diseño de su 'website'



Accor Hotels presenta una nueva versión *responsive* de su web que, renovando su diseño y estructura, mantiene la información sobre el grupo y los hoteles de todas sus marcas, así como un sistema de reservas para cualquier tipo de usuarios.

Nueva web de Tunisair con cambios en su diseño



Tunisair presenta una nueva versión de su página en la que, con nueva presentación, algunos cambios en su estructura y una nueva gestión de redes sociales, mantiene un sistema de información y reservas semejante a la versión anterior.

Gran cambio en la web de Turismo en California



La nueva web de Turismo en California ofrece al viajero su información con un diseño atractivo basado en pantallas de gran tamaño, pero poco útil para encontrar temas concretos y sin el sistema de reservas turísticas de la versión anterior.

IFA ofrece nueva página sobre eventos en Alicante



IFA presenta una página *responsive* que ofrece una descripción general de sus espacios para eventos y muy limitada sobre sus servicios y tarifas, mientras incluye una agenda de ferias por sector y mes y otra de eventos pasados y futuros.

Toprural y HomeAway facilitan la reserva 'online'

Toprural se integra en HomeAway para que viajeros de todo el mundo puedan reservar y pagar *online* casas rurales. El proceso, que será progresivo, comenzará el 6 de noviembre de 2018 y concluirá en noviembre de 2019. Toprural responde así a la creciente demanda de los viajeros que desean que las casas rurales se puedan reservar de forma fácil y segura como en otras modalidades de alojamiento turístico.



'Portal' Toprural.

La integración de Toprural en HomeAway aporta importantes novedades y ventajas tanto para propietarios como para viajeros. Los propietarios tendrán acceso a nuevas herramientas para gestionar sus reservas, estadísticas para gestionar su negocio respecto a otras propiedades similares, canales seguros para comunicarse con los viajeros y un seguro de responsabilidad civil, entre otras mejoras. Asimismo, los viajeros podrán realizar la reserva y pago online de forma segura, beneficiarse de la 'Garantía Reserva con Confianza' (que les cubre ante posibles incidencias relacionadas con su reserva), una atención al cliente ininterrumpida, así como una aplicación móvil para realizar las reservas en cualquier momento y lugar.

Según una encuesta que realizó el 'portal' en España, el 70% de los viajeros que se alojaron en una casa rural en los 12 últimos meses consideran que la seguridad en el proceso de reserva y en los pagos *online* es una de las tres características más valoradas. Y según el 62% de los encuestados es la reserva *online*.

Toprural realizará una campaña de comunicación *online* para anunciar la migración entre sus clientes. Éstos dispondrán de atención telefónica las 24 horas, los siete días de la semana, para hacer cualquier consulta relacionada con el proceso. Además, los perfiles de HomeAway en redes sociales también estarán disponibles para cualquier consulta.

La hotelería clama contra el cambio en la política de marcas comerciales de Google

'Muchas empresas perderán el control sobre sus marcas', denuncia HOTREC

Para HOTREC, que Google modifique su política de protección de marcas comerciales en sus anuncios provocará que "muchas empresas europeas pierdan

completamente el control sobre sus marcas", lo que a su vez se traducirá en todavía mayor dominio de las grandes plataformas que operan en la Red.

La decisión de Google de modificar su política de protección de marcas comerciales en sus anuncios supondrá un duro golpe para la industria hotelera. El motivo es que los intermediarios, en este caso las grandes plataformas online (OTA), podrán usar el nombre de los hoteles en sus anuncios en las mismas condiciones que el propietario de la marca.

Para la Organización Empresarial Europea de Hotelería y Restauración (HOTREC), la medida anunciada por Google provocará que "muchas empresas europeas pierdan completamente el control sobre sus marcas", lo que a su vez se traducirá en todavía mayor dominio de las grandes plataformas que operan en la Red.

Es por ello que pide al Parlamento Europeo y al Consejo de la Unión Europea que adopte las medidas necesarias para reforzar la protección de los derechos de las empresas. Asimismo, advierte que el citado cambio es "un ataque a la autonomía de las em-



El CEO de HOTREC, Christian de Barrin, y el presidente, Markus Luthe.

presas", cuyas marcas sufrirán "una enorme disminución de valor".

El CEO de HOTREC, Christian de Barrin, pide a las autoridades europeas que aprovechen la actual negociación del reglamento sobre plataformas online para "aumentar la protección de la marca de las empresas europeas". Por su parte, el presidente de distribución del lo-

bby hotelero, Markus Luthe, avisa que la nueva política de publicidad "traerá consigo costes de publicidad más altos que aumentarán las ganancias de Google, sin aportar beneficio alguno a empresas o consumidores". "También hará que muchas sociedades no tengan la oportunidad de aparecer en los anuncios de Google", añade.

Travelport se convierte en el primer operador GDS que ofrece contenido New Distribution Capability

La primera versión será utilizada por un número cada vez mayor de agencias de viajes y compañías aéreas

Travelport se convierte en el primer operador de GDS en gestionar la reserva de vuelos utilizando el nuevo estándar tecnológico New Distribution Capability (NDC) de la Asociación Internacional del Transporte (IATA). La agencia británica Meon Valley Travel realizó el pasado 19 de octubre la primera transacción con este tipo de conexión, a través de la solución Travelport Smartpoint, para un vuelo *low cost* de Londres a Milán. La nueva tecnología, que tan solo es el primero de una serie de productos que Travelport está desarrollando, permite efectuar reservas de cualquier servicio de la aerolínea sin sufrir un recargo.

Durante los próximos meses, la primera versión de la solución será utilizada por un número cada vez mayor de agencias y aerolíneas

como parte de la implementación del NDC. También será seguido por una serie de mejoras del producto, incluida una versión para agencias online en 2019. Dada la complejidad, Travelport se ha comprometido a continuar desarrollando estos productos en colaboración con una amplia gama de agencias y aerolíneas a nivel mundial.

Labor de Travelport

En palabras de su presidente y CEO, Gordon Wilson, se trata de "un momento histórico para la distribución aérea". "Estamos encantados de haber tomado la iniciativa de dar vida a la era NDC", lo cual "ha requerido una cantidad extraordinaria de habilidad y experiencia", subraya. No obstante, aclara que "to-

davía estamos en las primeras etapas de la implementación del NDC" y que "su evolución llevará tiempo". "Mientras tanto, continuamos ofreciendo una plataforma global de comercio de viajes capaz de gestionar grandes volúmenes de contenido que se puede buscar y reservar, a la velocidad de los proveedores y agentes de viajes del mundo", sentencia.

Por su parte, el vicepresidente senior de servicios de distribución y finanzas de IATA, Aleks Popovich, reconoce que "es un paso significativo hacia la nueva era de la distribución de aerolíneas". "Esperamos seguir trabajando con Travelport a medida que avancen los productos compatibles con NDC en los próximos meses y años", agrega.



La agencia británica Meon Valley Travel realizó la primera transacción.

NO HAY NADA
MEJOR QUE VIAJAR.

BUENO SÍ,
LA PALABRA **GRATIS**.

Tarjeta de Fidelización +Renfe

*Acumula puntos y viaja gratis
donde quieras.*



**Viaja gratis
solo por viajar**
Solicítala en [renfe.com](https://www.renfe.com)

renfe

EXPO

GALERIA

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

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

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

Filatelia
Numismática
Coleccionismo

fundada en 1964

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





INFOGEA

IR SIEMPRE POR DELANTE ES UNO DE NUESTROS OBJETIVOS

GEA APUESTA POR LA COMUNICACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS AGENCIAS

El grupo negocia para sus agencias condiciones especiales para las próximas campañas, aportando todo un material audiovisual para facilitar la comunicación con el cliente.

El objetivo principal de Grupo GEA, es mejorar la rentabilidad y competitividad de las agencias asociadas. Es por este motivo por el que mantiene una negociación y comunicación continuada con sus principales proveedores, obteniendo así no solamente unas buenas condiciones en la venta estándar, sino optimizando aún más las ventas en productos y periodos específicos, llegando incluso a ofrecer **varias campañas con ventajas exclusivas para las agencias de Grupo GEA.**



El reto de la comunicación al cliente final

Grupo GEA, no se limita a la negociación de buenas condiciones para la venta, sino que coordina unas estrategias de marketing que faciliten a las agencias asociadas su comunicación con el cliente final. Un conjunto de soportes que complementan las acciones que cada agencia implementa en su mercado local con el objetivo de hacer llegar la oferta a los consumidores.

A lo largo del año comercial GEA distribuye a sus asociados un material gráfico y promocional relacionados con las grandes oleadas de comunicación al cliente. Desde la venta anticipada de Puente de Otoño, Cruceros, Estudiantes, Disney, Lunas de Miel, Semana Santa, venta anticipada de verano, etcétera, este ciclo favorece la comunicación del agente desde el escaparate de su agencia hasta los soportes digitales y redes más populares. Desde el escaparate de la tienda, como primer punto de referencia física con el cliente, las agencias proyectan en papel o desde sus pantallas de TV, imágenes exclusivas GEA con las campañas relacionadas, incluyendo material audiovisual sobre

el mercado de Puentes, Cruceros o Novios, que permite a las agencias proyectarlos y publicarlos en aquellas redes sociales desde las que interactúan con sus clientes y viajeros potenciales.



Todo este material aportado por Grupo GEA distribuido digital y físicamente, es un valor añadido para facilitar la comunicación de la agencias, y **se complementa con las herramientas de elaboración de cartelería personalizada y de presupuestos interactivos** disponibles en la intranet del grupo.

“El objetivo de todo este material es ayudar a nuestras agencias a despertar interés en sus clientes y consumidores por sus servicios durante todo el año”, asegura David Cáceres Delfín, director comercial y de marketing de GEA, además de “dirigir promociones a los clientes, recordarles su oferta y las principales ventajas de reservar sus vacaciones en periodos concretos”. De este modo, las agencias publicitan las campañas desde todos los canales disponibles, ya sean desde el punto de ventas, su pie de firma en los emails, o los boletines de clientes que, personalizados con el contacto de cada agencia, les permite comunicarse desde las herramientas facilitadas de una forma personalizada. Comunícate, llegarás a más. Es el lema utilizado por GEA.

Visualiza los vídeos de las campañas de GEA en el canal de GEA TRAVEL MEDIA.



GRUPO GEA MÁS Y MEJOR

GEA PROMUEVE LA FORMACIÓN EN TURISMO SOSTENIBLE

contacto@formacionsostenible.org

[INICIO](#)[QUIÉNES SOMOS](#)[NUESTROS CURSOS](#)[NOTICIAS Y MATERIALES](#)[AULA VIRTUAL](#)[🔍](#)[🛒 0](#)

CURSO ONLINE

TURISMO SOSTENIBLE Y NUEVOS EMPLEOS VERDES

"El Turismo, como el fuego, puede servir para cocinar o te puede quemar la casa". Descubre las oportunidades que te ofrece el turismo sostenible al ser gestionado minimizando sus impactos y propiciando nuevas formas de negocio

[Ver más](#)

La 7ª edición del curso online "Turismo Sostenible y Empleos Verdes" ha comenzado el 17 de octubre y cuenta con el reconocimiento de la Universidad Complutense

Desde hace ya unos años el Grupo GEA viene fomentando modelos más justos de comercialización y consumo en el sector turístico, a través de su Fundación Turismo y Cooperación. Entre algunos de los proyectos y actividades desarrolladas en el pasado por esta entidad sin ánimo de lucro, se cuentan la elaboración de un "Decálogo del Viajero Responsable" (y su distribución a clientes de Agencias de Viajes), el desarrollo de un certamen literario de Turismo Sostenible, el lanzamiento de un pequeño Observatorio de Turismo Responsable o la puesta en marcha de un proyecto de Turismo Comunitario en un municipio rural, al norte de Perú.

Todas estas acciones han dado paso al impulso y mantenimiento de un portal formativo de cursos online en materia de Turismo y Desarrollo Sostenible: la plataforma Formación Sostenible www.FormacionSostenible.org desde la que, entre otros cursos, se imparte la 7ª edición del curso online "Turismo Sostenible y Nuevos Empleos Verdes".

Un curso online que aborda los retos del Turismo Sostenible

Esta formación pretende ampliar la visión del turismo, entendiendo sus problemáticas actuales, enfrentando sus contradicciones y explorando soluciones de mano de las últimas tendencias. Profundizando para ello en aquellas medidas que minimizan el impacto ambiental, respetan las culturas locales y proporcionan un reparto más justo de los ingresos; y abordando asimismo distintos perfiles laborales que han venido definiéndose a propósito de las diversas vertientes del Turismo Sostenible.

En el pasado mes de octubre comenzó la 7ª edición del curso; bagaje que ha posibilitado que desde el año pasado este título formativo se encuentre avalado por la Universidad Complutense de Madrid, incluyéndose como Diploma Oficial en su oferta de Cursos de Formación Permanente, y vinculado a la Escuela de Especialización Profesional de Relaciones Laborales de dicha Universidad. No en vano el curso está dirigido por un catedrático en Sociología de la Empresa y de los Recursos Humanos de la Universidad Complutense, Lorenzo Fernández, e impartido por otros dos profesores de dilatada experiencia.



TRAVELGEA TOURS CONSOLIDADOR DE ÉXITO EN GRUPO GEA

El consolidador aéreo de Grupo GEA ofrece sus servicios a 450 agencias del grupo.



En 2013, momento en el que una oleada de agencias del sector decidieron prescindir de su licencia IATA, surge Travelgea Tours (con nombre comercial Mundigea Vuelos), con el principal objetivo de ofrecer una solución de reservas aéreas para aquellas agencias del Grupo GEA que no disponían de su propia licencia para la emisión de vuelos.

Tras 5 años de su andadura, Mundigea vuelos **que en el 2017 superó los 38.000 tkts emitidos**, está dotado de las mejores herramientas para dar más facilidades a la agencia de viajes. A día de hoy cuenta con un buscador de vuelos, con multigds y producto lowcost, emisión automática 24 horas 365 días al año, permitiendo acceder a las tarifas aéreas disponibles en el mercado a tiempo real con la posibilidad de reservar y emitir vuelos. A estas herramientas, hay que añadir un servicio de calidad con un equipo de profesionales de gran experiencia y especialización en billetes aéreos, en diferentes GDS y con una formación de continua actualización; lo cual permite al consolidador ofrecer un servicio rápido y efectivo. Mundigea Vuelos, no solo se especializa en la venta de reservas individuales, sino que también ofrece la cotización personalizada de Grupos con las principales compañías aéreas.

Este potencial de venta que adquiere el consolidador, cuyo crecimiento actual se sitúa alrededor del 15%, no solamente le permite **acceder a un gran abanico de tarifas negociadas** con las compañías aéreas, sino que también **aumenta el poder de negociación de Grupo GEA**, que junto al gran número de agencias IATAS de GEA donde se incluye al consolidador TurFly que también ofrece servicio a las agencias Gea, permite al Grupo de Gestión situarse con buenos acuerdos de rapeles entre las compañías aéreas, aportando así mayor rentabilidad a las agencias Gea IATA (**"Gea vuelve a superar los 1,7 millones de euros en rapeles"**).

Por todo esto, Mundigea Vuelos, forma parte imprescindible de los servicios que Grupo GEA ofrece a sus agencias, incluso para las agencias IATAS que quieren acceder a más producto y mejores tarifas. Jose Ruiz, responsable de Mundigea Vuelos añade "nuestro objetivo prioritario es convertirnos en un referente para las agencias GEA, ofreciendo un producto profesional que permita a nuestras agencias competir en un mercado cada día más complicado como es el sector aéreo".

Paralelamente, Grupo GEA, instaura el mismo modelo de consolidación de vuelos en el mercado portugués, con similar éxito, ofreciendo así a las agencias de GEA Portugal un consolidador exclusivo con las mejores herramientas, tarifas negociadas y servicio personalizado. Esta dimensión internacional, que también tiene proyectado su inicio para agencias de GEA Argentina y GEA Perú, permite una vez más **aumentar las sinergias y el potencial del Grupo entre los diferentes mercados**, redundando así en un mayor beneficio para las agencias asociadas.

GANADORES DE LA CAMPAÑA HAZTE TU PROPIA VISA GEA

En colaboración con AirEuropa, AEGEAN Airlines, Vueling y CofreVIP, GEA ha repartido pasajes de avión y cofres de experiencias como premios del sorteo realizado entre empleados y empresarios de las agencias asociadas que se han tramitado su propia VISA GEA gracias al reciente acuerdo con BBVA.

Las agencias ganadoras del sorteo son:

VIAJES IBIO

VIAJES AVALON

VIAJES TETIAROA

VIAJES TURMAR

VIAJES NARÓN

VIAJES TULAND



ENTREVISTA A LOLA REBOLLEDA

VIAJES KARITOURS



- ¿Qué te impulsó a ser agente de viajes o dedicarte al turismo?

Recuerdo desde pequeña las "batallitas" que contaba mi padre (Director de Viajes Kontiki -Madrid desde 1976) cuando venía de sus viajes. En gran parte fue él quien hizo que me enamorara de este trabajo y sin pensarlo hice Turismo y me encontré trabajando primero de guía y luego en la agencia de viajes

- ¿Y a montar tu propia agencia de viajes?

Fue toda una oportunidad, nos quedarnos en la misma agencia en la que trabajábamos mis padres mi hermana

Carmen y yo, solo fue un cambio de sociedad y nombre pero con la ayuda de los socios de Viajes Kontiki y de los proveedores todo fue muy rápido y fácil, ¡hasta IATA nos lo puso fácil!. Y en 2004 empezamos con el nombre de Viajes Karitours.

¿Cuántos países calculas haber visitado en tu vida?

Hoy en día es más fácil calcular los países visitados con las aplicaciones para ello.... En la que tengo yo, me pone que conozco 62 países, dice que un 25% del mundo jajajaja... no está mal no?

¿Tu último viaje...?

El último ha sido este verano a Escocia, aunque también este año he viajado por Japón y he realizado un crucero por el Danubio.

¿Cuál dirías que es el producto más demandado por tus clientes en el último año?

Yo diría que Japón un destino que hace unos años era difícil viajar por el alto precio, pero que ahora los viajes combinados a un precio más asequible además de la gran publicidad, ha hecho que crezca la venta a este país único en Asia.

¿El viaje más extravagante que te ha pedido un cliente?

Quizás no por su lejanía pero sí por ser diferente, un viaje de ida y vuelta en el día a esquiar a Sierra Nevada, le llevamos en avioneta hasta el aeropuerto de Granada, allí estaba un coche esperándole para subirle a Sierra Nevada, esquís, forfait, comida.... Y vuelta a casa en helicóptero, de aquí loextravagante del viaje. Con ésto vimos que todo lo que el cliente pida se puede hacer.

¿Cuánto tiempo llevas en GEA?

Ya con Viajes Kontiki éramos de Gea y ni lo pensamos, directamente el 01 de enero de 2004 entramos como Viajes Karitours así que podría decir que desde los inicios de Gea formamos parte de esta familia.

¿Cuáles son los mayores beneficios que te aporta pertenecer a GEA?

Muchos son, nosotras valoramos mucho el tiempo... algo que hoy en día es difícil comprar, y GEA hace muchas de las gestiones que teníamos que hacer con toda la confianza y garantía como si nosotras mismas lo hiciéramos... contratación con proveedores, gestión de rappels, pagina web y sobre todo saber que no estamos "solas" que somos un grupo grande con más de 1.300 oficinas y juntos podemos conseguir lo que nos proponamos.

¿Alguna anécdota en tus años de agente de viajes...?

Alguna que otra haydespués de tantos años, pero algo curioso y que los jóvenes agentes no han vivido era hace años cuando a la hora de cerrar por la tardehabía gente haciendo fila para la venta del lmserso del día siguiente, venían con sus sillas de playa y sus mantas a pasar la noche, nosotras volvíamos a las cinco de la mañana listas con bizcocho y café y a las 9 en punto se abrían las ilusiones para viajar, para muchos eran la primera vez que montaban en avión e incluso su primera vez de conocer el mar. La televisión vino en varias ocasiones a hacer alguna que otra entrevista y a grabar las colas que se formaban que daban la vuelta a la Iglesia que tenemos al lado.

ENTREVISTA A JUAN CARLOS RIVERO

DELEGADO ZONA CENTRO Y ASTURIAS



¿Qué te impulsó a dedicarte al turismo y en que empresas has trabajado?

Mi experiencia dentro del sector se remonta muy atrás; concretamente comencé mi andadura en el Departamentos Comercial de Iberojet en 1982. ¿Por qué comencé ahí? Circunstancias de la vida.... Yo estudiaba Derecho y mi camino era hacia la abogacía; sin embargo, se cruzó este mundo tan apasionante del turismo, que me enganchó desde el primer momento y aquí sigo. Mi siguiente reto fue crear la Oficina de Iberojet en Asturias; en aquel momento el turismo era

un trabajo "casi artesanal", muy diferente al que se desarrolla en la actualidad; allí nació mi primera hija, en esos años conocí grandes profesionales y establecí buenas amistades dentro del sector, que hoy en día aún mantengo. Recuerdo con mucho cariño los años vividos allí. Después de un tiempo, vuelvo a Madrid como Director Comercial de Viajando, durante un corto periodo, ya que, muy pronto vuelvo a "mi antigua casa", para abrir la Oficina de Solplan, en la zona Centro. A continuación, desarrollo durante unos años un proyecto empresarial propio que me ha permitido entender un poco mejor los retos que afrontan los Empresarios Agentes de Viaje. La amistad entre Nano y yo se mantuvo todos estos años ofreciéndome la incorporación como delegado de GEA, en el año 2000.

¿Cuál es tu experiencia visitando las Agencias GEA?

La relación con las agencias de viaje ha sido siempre muy cercana, construyendo vínculos muy sólidos con las personas, más allá del plano meramente profesional. Por esta razón, el trabajo ha resultado siempre muy gratificante, a pesar de las vicisitudes, vaivenes y cambios de tendencias, que hemos vivido a lo largo de estos años. Es un sector en constante cambio por lo que es de admirar la profesionalidad y capacidad de adaptarse de las Agencias que componen nuestro grupo.

Tu último viaje Fam Tryp con las Agencias

Durante este tiempo he compartido con muchas Agencias, viajes fantásticos: Finlandia; Polonia; Salvador de Bahía; Jamaica, etc.. Todos ellos me han aportado una gran riqueza personal y de conocimiento de los países y me han permitido consolidar, aún más, mi relación con los Agentes de Viaje.

¿Qué es lo que más satisface a las Agencias de tu zona entre las ventajas que aporta GEA?

Considero que nuestra gran aportación de valor es la cercanía y capacidad de resolución de problemas ante las dificultades que encuentran las Agencias en su día a día; sin olvidar, los avances tecnológicos que estamos impulsando en los últimos tiempos y que nos reforzarán aún más, como líderes de los Grupos de Gestión.

Según lo que te transmiten las Agencias, ¿cómo está funcionando la venta este año?

Aunque ha habido altibajos hemos de ser optimistas y confiar que a final de año, el resultado general será positivo.

Alguna anécdota en tu experiencia profesional.

Me remito a mi primera experiencia en el sector: nada más incorporarme, realice con un grupo un viaje de fin de año a Roma. Como era mi primera vez montando en avión, un compañero me dio una pastilla contra el mareo, para estar activo vendiendo las excursiones. Aquella pastilla me durmió la lengua y fue muy complicado expresarme con nitidez...alguno todavía se ríe al recordarlo; ¡Cosas que pasan!

MOSTRADOR

American Airlines facilita el vuelo con nuevos servicios

American Airlines como miembro de la alianza One World ha puesto en marcha el servicio de ayuda al pasajero Global Support. De esta manera, cuando el tiempo de conexión es muy corto el pasajero recibe a la salida del avión una Tarjeta Naranja de Express Connection, que le da prioridad en el acceso de seguridad agilizando estos tramites, así como los procedimientos de inmigración y prioridad en el traslado de equipajes.

Los pasajeros con una conexión muy justa o ya perdida deben acudir, a la salida del avión, al personal con chalecos de color morado, que les proporcionará información actualizada sobre sus próximas conexiones, nuevas tarjetas de embarque y asistencia con alojamientos, cuando corresponda. Este servicio está operativo en los aeropuertos Londres Heathrow, Madrid Adolfo Suárez-Barajas JFK en



Oferta nuevos servicios.

Nueva York, Miami, Dallas/Fort Worth, Chicago O'Hare, Los Ángeles, Tokio Narita y Hong Kong.

También ofrece el programa International to International (ITI) que permite a los pasajeros viajando vía Dallas/Fort Worth y Miami, facturar su equipaje hasta su destino final, cuando su origen y destino estén fuera de Estados Unidos. Con excepciones, como viajar con animales o armas de fuego.

✉ www.aa.com

CroisiEurope propone un crucero por el Danubio en el puente de diciembre

Recorre Viena, Budapest y Bratislava para conocer sus mercadillos navideños

CroisiEurope lanza su crucero fluvial por el Danubio para el puente de diciembre, una época del año especial debido a que algunas ciudades europeas, además

de mostrar sus encantos naturales visibles a lo largo de otras estaciones, cuentan con espectaculares mercados de Navidad que llenan de magia el ambiente.

CroisiEurope cuenta para este puente de diciembre con dos cruceros, de cuatro días y tres noches o cinco días y cuatro noches, con salidas garantizadas en castellano, en régimen de pensión completa, en el que se ofrece una cuidada gastronomía, una atención al detalle por parte de una experimentada tripulación, y wifi gratuito. El itinerario comienza en Viena, capital europea de los mercados de Navidad por excelencia. Navegando por el Danubio, se llega a Budapest, la perla del Danubio. El siguiente destino es Bratislava, con su espectacular casco viejo

que aloja un mercado de Navidad en su plaza iluminada y decorada, con más de 100 puestos.

Los cruceros fluviales cuentan con un excepcional paquete de excursiones que pueden contratarse con antelación. Además del paquete clásico, que permite conocer con detalle los distintos destinos, se ofrece la posibilidad de visitar el Balneario de Gellert en Budapest, uno de los baños termales más prestigiosos de Europa. CroisiEurope ofrece también la posibilidad de contratar el paquete aeroterrestre disponible desde Madrid o Barcelona.

✉ www.croisieurope.es



Mercadillo navideño en Viena.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

Siempre Cálida

Por su extraordinario clima, la amabilidad de sus gentes, su completa oferta, el magnífico trato de sus profesionales. Un destino en el que vivir extraordinarias experiencias todo el año.

#ViveCostadelSol

visitacostadelsol.com

Futuralia

XI Foro para la **Sostenibilidad Medioambiental** del Turismo en España

Martes 13 de Noviembre de 2018 | *Hotel Eurostars Madrid Tower. Madrid*



En colaboración con



Foro Profesional del



■ CLUB NEXOTUR

Husa Hoteles ofrece hasta un 45% de descuento a agentes

Los agentes de viajes miembros del Club NEXOTUR

podrán beneficiarse de descuentos de hasta el 45% sobre tarifa oficial con HUSA Hoteles. La promoción, sujeta a disponibilidad de los alojamien-

Club NEXOTUR

Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 27**

tos, incluye el Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y el Husa Alarde Algeciras. Puede ampliar la información y realizar reservas llamando a los siguientes números de teléfono: 952 54 72 46 y 956 66 04 08.

■ FAM TRIP



Han participado agentes de viajes británicos e italianos.

Ibiza muestra su oferta a agencias

El Ibiza Convention Bureau (ICB) ha organizado con el apoyo de las Oficinas Españolas de Turismo dos viajes de familiarización para mostrar in situ su oferta para la organización de congresos, reuniones y viajes de incentivo. Han participado agentes de viajes de Reino Unido e Italia.

Swiss refuerza su apuesta por España con un aumento de capacidad del 21%

La aerolínea operará 276 frecuencias semanales desde 14 aeropuertos españoles

Swiss International Air Lines reforzará su operativa en el mercado español durante la temporada de invierno. La aerolínea perteneciente a Lufthansa Group contará con 276 frecuencias semanales entre 14 aeropuertos españoles y las ciudades de Zúrich y Ginebra, lo que supone un incremento del 21%.

Para el director general de Lufthansa Group para España y Portugal, Carsten Hoffmann, "es una gran satisfacción poder anunciar esta fuerte apuesta de Swiss por un mercado tan relevante como es el español". "Ampliamos todavía más las posibilidades para que los pasajeros de Lufthansa Group en España conecten de manera aún más rápida y sencilla con la extensa red de destinos de Swiss y disfruten de unos servicios y productos premium, que marcan nuevas pautas tanto en el aire como en tierra", añade.

Aumento del 94% en Barajas

La principal novedad de la compañía aérea de Lufthansa Group es la inclusión de un cuarto vuelo



La gran novedad es el cuarto vuelo diario entre Madrid y Zúrich

diario entre la capital española y la ciudad de Zúrich, pasando de 30 a 50 semanales. Swiss también introduce una nueva frecuencia diaria entre Madrid y Ginebra y contará con 20 vuelos por semana entre ambos aeropuertos. En

total, las operaciones de la compañía aérea en el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas pasarán de 36 a 70 vuelos semanales de ida y vuelta, lo que representa un aumento interanual del 94%.

✉ www.swiss.com

GEA

**1.600 AGENCIAS DE VIAJES
EN TODO DEL MUNDO**

GEACENTRAL@GRUPOGEA.COM

952376655

APORTAMOS BENEFICIOS

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

TurNexo

100% Agentes

Madrid

HOTEL
MAYORAZGO
★★★★

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

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

Jueves 15 de Noviembre de 2018
HOTEL MAYORAZGO

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



■ **BREVES**

Aerolíneas Estelar abre oficina al público en Madrid
Aerolíneas Estelar ha abierto al público su nueva oficina en Madrid en la calle Velázquez 105. La aerolínea opera desde Madrid a Caracas, con conexiones a Buenos Aires, Santiago de Chile, Lima, Miami, Panamá, y en breve a Quito. También ha anunciado la puesta en marcha de una frecuencia semanal, desde el 22 de noviembre, Caracas-Roma-Caracas.

APG representará en España a Westjet

APG Spain ha anunciado que la aerolínea Westjet les ha nombrado como su agente general (GSSA) para España. Westjet es una compañía aérea canadiense que está en el BSP de España con el código WS/838. Desde sus hubs europeos de París y Londres tiene vuelo directo a Halifax, Calgary y Toronto, enlazando con una amplia red doméstica.

Ya a la venta los billetes de GNV para 2019

Desde el pasado 29 de octubre GNV ha abierto las reservas de billetes para 2019, permitiendo así adquirir desde ahora los viajes que se efectúen hasta septiembre del año que viene en todas las conexiones que operada. Otorgará un descuento del 30% a quien reserven antes del próximo 12 de noviembre para todos los viajes de junio a septiembre.

Air Europa amplía su flota de largo radio

Air Europa sumará un total de 27 Dreamliners en su flota de larga distancia. Incorporará entre abril y diciembre de 2019 cinco nuevos Boeing 787-9, y se trabaja con el objetivo de que los 12 restantes se sumen paulatinamente entre 2020 y 2021. Todos ellos se sumarán a los diez Dreamliners (ocho B787-8 y dos B787-9) con los que ya cuenta la aerolínea.

Qatar Airways presenta su segundo destino en Kenia

Qatar Airways ha anunciado vuelos directos desde Doha a la segunda ciudad de Kenia, Mombasa, conectando la hermosa costa keniana a los pasajeros de la aerolínea. Desde el 11 de diciembre, volará cuatro veces a la semana entre Doha y Mombasa con un Airbus A320, equipado con 12 asientos en Clase Business y 120 asientos en Clase Turista.

El hotel Barceló Montecastillo propone pasar la última noche del año en un 'green'

El establecimiento también prevé condiciones especiales para familias 'extra large'

El gaditano hotel Barceló Montecastillo dispone de un paquete para disfrutar del fin de año desde 205 euros por persona. Incluye, además de la estancia,

un cóctel de bienvenida, cena de gala con uvas de la suerte en el Green, fiesta con música en directo, brunch el 1 de enero y animación infantil.

El hotel Barceló Montecastillo, en Cádiz, ha preparado una velada que permitirá a sus huéspedes recibir el 2019 tomando las uvas en un *green* a medianoche. Para ello el hotel lanza un paquete de Nochevieja que incluye estancia, cóctel de bienvenida, cena de gala con uvas de la suerte en el Green, fiesta con música en directo, brunch el 1 de enero y animación infantil. Todo desde 205 euros por persona. Además, ha previsto condiciones especiales para familias *extra large*. Padres, hijos, abuelos, nietos, cuñados y cuñadas, podrán disfrutar de estas fechas en familia y beneficiándose de un 50% de descuento para niños entre 0 y 11 años.

Como explican desde el establecimiento, unas Navidades para entregarse al ocio saludable disfrutando también de empezar el año en forma, entrenando en familia en un *resort* que incluye instalaciones y servicios a medida



La cena de la Nochevieja se realizará en el *green*.

para los amantes del deporte y la vida sana. Así, el Barceló Montecastillo brinda la posibilidad a sus huéspedes de disfrutar de la naturaleza en un hotel completamente renovado en el corazón de Andalucía, haciendo uso

de instalaciones y servicios a medida para los amantes del deporte. Como un campo de golf de 18 hoyos diseñado por Jack Nicklaus; y tres campos de fútbol de diseño profesional.

✉ www.barcelo.com

Booking Consolidador AVASA

Todas nuestras agencias asociadas disponen en exclusiva del consolidador de Avasa con acceso a las mejores tarifas del mercado.

avasa
viajes

○ Departamento de reservas con el mejor asesoramiento profesional.

○ Tarifas especiales negociadas de Turoperador de compañías aéreas, tren y barco. Negociación y gestión de grupos.

○ 2 herramientas de auto reserva (entorno web y entorno Amadeus) para que sus agencias sean 100% autónomas, permitiéndoles consultar, reservar, emitir, voidar, reembolsar y remitir billete sin necesidad de ser IATA.

○ Servicio exclusivo de ATENCIÓN 24 HORAS para aéreo, tren, barco, hotel y rent-a-car.

Únete a nuestro grupo y
apuesta sobre seguro



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

HOTELERIA

Las pernoctaciones hoteleras disminuyen un 0,4% en septiembre respecto a 2017

El mercado británico, que representa el 27%, ha bajado un 0,5% y el alemán, con el 21,9%, un 7%

Las pernoctaciones en hoteles en septiembre prácticamente se mantienen, con un 0,4% menos, superando así los 37,8 millones. Las de los

residentes en España aumentan un 0,5%, mientras que las de los no residentes disminuyen un 0,8%. Por su parte, la estancia media se sitúa en

3,4 pernoctaciones, con lo que baja un 1%. En el acumulado, las pernoctaciones caen un 0,6%, según el Instituto Nacional de Estadística.

En septiembre las pernoctaciones en establecimientos hoteleros han superado los 37,8 millones, un 0,4% menos que en el mismo mes de 2017. Las pernoctaciones de viajeros residentes en España aumentan un 0,5%, mientras que las de los no residentes disminuyen un 0,8%. La estancia media baja un 1% respecto a septiembre de 2017, situándose en 3,4 pernoctaciones por viajero. Durante los nueve primeros meses de 2018 las pernoctaciones disminuyen un 0,6% respecto al mismo periodo del año anterior.

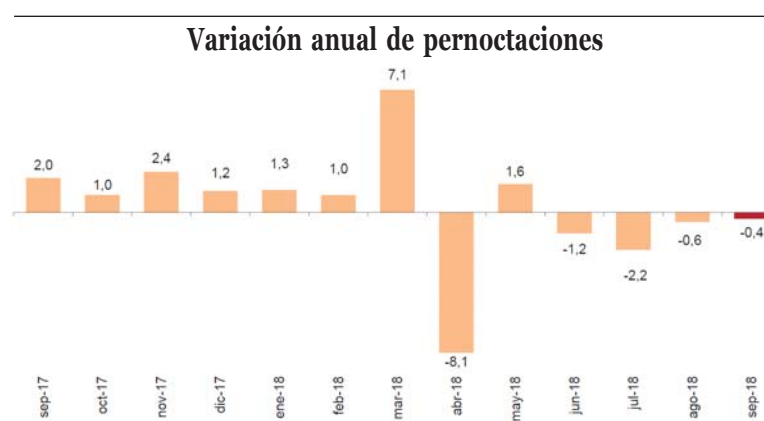
Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), Andalucía, Comunidad Valenciana, Cataluña, y Comunidad de Madrid han sido los destinos principales de los viajeros residentes en España en septiembre, con tasas anuales de variación en el número de pernoctaciones del 6%, -1,6%, -5,0% y 6,6%, respectivamente. El principal destino elegido por los viajeros no residentes ha sido Islas Baleares, con un 32,7% del total de pernoctaciones. Los siguientes destinos de los no residentes son Cataluña (con el 19,2% del total de pernoctaciones y un crecimiento del 0,4%)

y Canarias (con el 18,7% del total y una disminución del 3,1%).

Plazas ofertadas

En septiembre se han cubierto el 68,1% de las plazas ofertadas, con una disminución anual del 1,4%. Islas Baleares presenta el mayor grado de ocupación por plazas durante septiembre (83,0%). Le siguen Canarias (76,9%) y Comunidad Valenciana (71,3%). Por zonas turísticas, las islas de Ibiza y Formentera han alcanzado el mayor grado de ocupación por plazas (83,8%) y Palma-Calviá la mayor ocupación en fin de semana (86,7%). La isla de Mallorca ha registrado el mayor número de pernoctaciones, con más de 6,7 millones.

Según el país de origen, los viajeros procedentes de Reino Unido y Alemania han concentrado el 27% y el 21,9%, respectivamente, del total de pernoctaciones de no residentes en establecimientos hoteleros en septiembre. El mercado británico ha bajado un 0,5% y el alemán un 7%. Las pernoctaciones de los viajeros procedentes de Francia, Países Ba-



Fuente: INE.

© NEXOTUR

jos e Italia (los siguientes mercados emisores) han registrado unas tasas anuales del 2,4%, -4,8% y 2,8%, respectivamente.

La tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH) se sitúa en el 0,6% en septiembre, la misma que la del mes pasado y 5,7 puntos por debajo de la registrada hace un año. Islas Baleares, Cataluña, Andalucía y Canarias son las Comunidades con mayor ponderación en el IPH en septiembre (suponen el 74,8% del peso total). Los precios hoteleros suben

un 1,6% en tasa anual en Andalucía, un 1,5% en Islas Baleares y un 0,5% en Canarias. Por el contrario, bajan un 1,1% en Cataluña.

La facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada (ADR) ha sido de 90,3 euros en septiembre, un 0,8% más. Por su parte, el ingreso medio diario por habitación disponible (RevPAR), que está condicionado por la ocupación registrada en los establecimientos hoteleros, ha alcanzado los 68,6 euros, con un descenso del 0,2%.

Bahía Príncipe Hotels lanza la marca Fantasía para el segmento familiar

El 1 de noviembre, la compañía hoteera ha abierto las puertas del Fantasía Bahía Príncipe Tenerife

Bahía Príncipe Hotels & Resorts, la división hotelera de la unidad de negocio 'Living Resorts' de Grupo Piñero, con 24 establecimientos en República Dominicana, México, Jamaica y España, acaba de lanzar la marca Fantasía, adicional a las ya existentes Luxury, Grand y Sunlight. Los hoteles de la marca Fantasía serán además el referente de experiencia Family & Friends: una de las cuatro en que Bahía Príncipe estructura su oferta, junto a los establecimientos Treasure, Escape y Homy Lodgings.

Los hoteles Fantasía Bahía Príncipe se caracterizarán por su enfoque familiar y tematizado. Toda la familia podrá disfrutar de momentos inolvidables gracias a su amplia oferta de actividades y entretenimiento. Sus establecimientos, de cinco estrellas, contarán con instalaciones y restaurantes tematizados, espectáculos nocturnos, ser-

vicio *family concierge* y wifi gratuito. Entre sus equipamientos, destacan las amplias habitaciones de hasta cinco personas, las piscinas con parque acuático y las áreas pensadas para niños y las dirigidas al público adolescente.

Dos ya en funcionamiento

Este noviembre, la costa tinerfeña de San Miguel ha sido el lugar elegido para inaugurar el primer hotel de la marca Fantasía en España y el vigesimoquinto de Bahía Príncipe Hotels & Resorts, Fantasía Bahía Príncipe Tenerife, que ofrecerá a sus clientes una experiencia única en que las familias se sumergirán y podrán conocer la cultura y leyendas tinerfeñas. También este mes, la compañía hotelera rebautizará el actual Luxury Bahía Príncipe Fantasía, situado en Punta Cana (República Dominicana) e inaugurado



Luxury Bahía Príncipe Fantasía pasa a ser Fantasía Bahía Príncipe Punta Cana.

en 2016, como Fantasía Bahía Príncipe Punta Cana.

La vicepresidenta de Marketing y Comunicación de Grupo Piñero, Isabel Piñero, ha explicado que "Fantasía es mucho más que una

marca, detrás de ella hay todo un concepto pensado por y para la familia con el que nos presentamos al mercado como una de las cadenas más innovadoras en la categoría *all-inclusive*".

■ PRODUCTO

Fergus Hotels abrirá su primer hotel fuera de Baleares en Cádiz

Fergus Hotels ha incorporado a su portafolio el hotel Conil Park, que se convertirá en el primer hotel de la cadena fuera de Baleares. El nuevo Fergus Conil Park se modernizará para adaptarse a los estándares de servicio de la hotelería. Ubicado a escasos 700 metros del centro de Conil de la Frontera y en primera línea de playa, Fergus Conil Park contará con 130 habitaciones, tanto junior suites como espaciales suites, piscina, sala de reuniones, snack bar, Pongus Minicluby zonas de solárium con tumbonas y sombrillas. Desde su terraza de la piscina, el hotel ofrece las vistas de la costa gaditana.

El edificio de Vincci Capitol celebra el 85º aniversario de su creación

El edificio Carrión, desde hace 14 años, es uno de los buques insignia de Vincci Hoteles. Coincidiendo con su 85 aniversario, todos los secretos de este emblemático edificio verán la luz durante visitas guiadas que permitirán un recorrido por su historia. Además, el establecimiento ha creado una propuesta gastronómica especial, un menú degustación 85º aniversario, que se podrá encontrar en su Capitol Bar&Lounge. El hotel mantiene diversos elementos originales del momento de su inauguración, algunos de ellos protegidos por Patrimonio, como por ejemplo la escalera o la barra del Capitol Bar&Lounge, y dispone de 143 habitaciones.

El Gremi d'Hotels de Barcelona participa por primera vez en Hotrec

El Gremi d'Hotels de Barcelona (GHB) ha participado por primera vez como miembro de pleno derecho en una Asamblea de la Organización Empresarial Europea de Hotelería y Restauración (HOTREC), que se ha celebrado en Cracovia. "HOTREC es la gran asociación europea de la hostelería y formar parte de ella nos permite participar de manera muy activa en la definición de las estrategias de la patronal del Sector a nivel europeo", ha señalado el director general del Gremi d'Hotels, Manel Casals, que ha formado parte de la delegación barcelonesa, juntamente con el responsable de Asuntos Europeos del GHB, Didac García.

Las tarifas hoteleras en el segmento corporativo crecen un 2% en España

Destacan el crecimiento de los precios en Bilbao y S'Arenal, y las caídas de Alicante y Barcelona

En el tercer trimestre del año, las tarifas para el segmento corporativo en España han registrado un incremento del 2,1%, según se

desprende del último 'Hotel Price Radar' de HRS. El proveedor de soluciones hoteleras señala que se ha pasado de los 105 euros de media

en el mismo periodo de 2017 a los 108 euros actuales. El ranking nacional está encabezado por Palma de Mallorca, con 152 euros por noche.

El proveedor de soluciones hoteleras HRS ha hecho público su estudio 'Hotel Price Radar' del tercer trimestre de 2018, donde destaca un crecimiento de las tarifas para el segmento corporativo del 2,1% en España, pasando de los 105 euros de media en el mismo periodo de 2017 a los 108 euros actuales.

Las ciudades donde más han aumentado los precios han sido Bilbao, con 144 euros por noche (+33,3%); S'Arenal (Mallorca), con 100 euros (+14,9%); y Valencia, con 99 euros (+12,5%). Por el contrario, las localidades donde más han caído las tarifas han sido Alicante, con 80 euros (-20%); y Barcelona, con 131 euros (-14,3%). Esta reducción de precios en la ciudad condal se debe, según HRS, a la situación política que vive Cataluña.

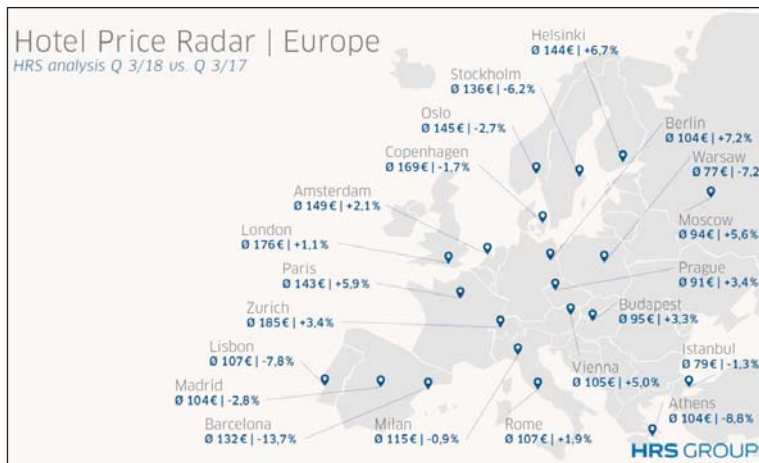
El ranking nacional de precios de HRS para este periodo está encabezado por Palma de Mallorca, con 152 euros por noche, seguida de Bilbao

(144 euros), Barcelona (131 euros), Madrid (104 euros) y S'Arenal (100 euros). Los precios más bajos están en Granada y Alicante (80 euros).

Ranking europeo y mundial

En Europa, la clasificación está liderada por Zúrich, con 185 euros (+3,4%); seguida de Londres (176 euros), Copenhague (169 euros), Ámsterdam (149 euros) y Oslo (145 euros). En cuanto a la evolución de precios, destacan las subidas de los precios en Berlín (+7,2%), hasta los 104 euros de media; Helsinki (+6,7%), con 144 euros; y París (+5,9%), con 143 euros. Por el lado contrario, están la citada caída de Barcelona, así como la de Atenas (-8,8%), con 104 euros; Lisboa (-7,8%), con 107 euros; Varsovia (-7,2%), con 77 euros; y Estocolmo (-6,2%), con 136 euros.

A nivel mundial, resaltan los crecimientos de las tarifas hoteleras en



Mapa de precios de Europa de HRS.

Pekín (+21,5%), hasta los 96 euros, y Bangkok (+13,3%), hasta los 85 euros, aunque se sitúan entre las ciudades más baratas del mundo. Este ranking está encabezado por Nueva York, con 250 euros (-1,6%); Washington, con 192 euros (-8,1%);

Toronto, con 189 euros (+6,8%); Tokio, con 173 euros (-1,1%); y Singapur, con 166 euros (+1,8%). Entre las ciudades con precios más baratos, destacan Kuala Lumpur, con 49 euros por noche; y Río de Janeiro, con 78 euros.

PRODUCTO

Nhow incorpora dos nuevos establecimientos en Bélgica e Italia

Los actuales hoteles NH Brussels Bloom y NH Collection Vittorio Veneto, ubicados en Bruselas y Roma respectivamente, serán convertidos a la marca nhow tras una profunda renovación. Las 305 habitaciones del actual NH Brussels Bloom se convertirán en un Art Hotel, a mitad de camino entre un hotel y una galería de arte contemporáneo que prevé reabrir la segunda mitad de 2019. Tras el hotel nhow de Milán, el grupo sumará su segundo establecimiento de la marca en Italia con la apertura a principios de 2020 de un nuevo nhow en Roma. El céntrico hotel NH Collection Vittorio Veneto verá cómo sus 199 habitaciones y espacios son reconvertidos con un concepto de diseño que pretende reinterpretar la ciudad imperial. En la actualidad, la marca nhow es ya un punto de referencia de los movimientos culturales, sociales y artísticos más innovadores de cuatro grandes ciudades internacionales, globalizadas y en constante cambio: Milán, Berlín, Róterdam y Marsella.

FORMACIÓN CONTINUA PARA LAS AGENCIAS ASOCIADAS

Física y virtual

Más de 2 formaciones físicas mensuales en diferentes ciudades

Más de 130 tutoriales online disponibles
Y además...

¡Únete EN VIVO a nuestros webinars semanales!



DITGESTION

Más que un grupo de gestión

info@ditgestion.com

943 219 732

f DIT Gestión

@DITGestion

NEXOTUR

GRUPO
Nexo

NEXO

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

NEXOTUR®

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

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

EDICIÓN

1000

ESPECIAL



**HISTORIA
DEL TURISMO
EMISOR EN ESPAÑA**

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

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

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

CLUB NEXOTUR



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

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

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

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

BOOKING

NEXOTUR

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING

Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

**91 369 41 00**

**91 369 18 39**

Mayoristas	
VIAJES ABREU	☎ 902-101049-91-7004421
Génova, 16 MADRID	Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES	☎ 902-355444/968-355444
Avda. Real Academia de Medicina, 1º 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 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES	☎ 93-425.30.66
Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	Fax 93.425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES	☎ 91-5427933
Silva, 2 6º 2ª MADRID	Fax 91-5422071
HVALATRAVEL.COM	☎ 93-4827100
Diputacio, 238 BARCELONA	Fax 93-4827131
INTERMUNDOS	☎ 91-5320413
Fuencarral, 9 1ºB MADRID	Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS	☎ 91 308308
Arequipas, 1 MADRID	Fax 91-3821664
MUNDICOLOR	☎ 902-361926
Mahonia, 2 MADRID	Fax 93-4827131
NIZA TOURS-VIAJES NIZA	☎ 902-995950
Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)	Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM	☎ 902-510120
Diputacio, 238 BARCELONA	Fax 91-4568686

NUESTROS CAMINOS	☎ 91-5472509
C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	Fax 91-5471792
OKATOUR	☎ 91-1417960/61
Albasanz, 16 4º MADRID	Fax 91-1417895
ORBIS	☎ 91-5612373
Av. Doctor Arce, 25 MADRID	Fax 91-5614242
POLITOURS	☎ 91-5416200/902-877778
San Bernardo, 17 MADRID	Fax 91-5597889
POLITOURS	☎ 93-3175099/902-877778
Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	Fax 93-3181683
POLITOURS	☎ 945-245500/902-877778
Av. Gasteiz, 53 VITORIA	Fax 945-3220396
POLITOURS	☎ 96-3944004/902-877778
Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	Fax 96-3944618
POLITOURS	☎ 95-2305323/902-877778
Río Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS	☎ 91-5484600
C/ Princesa 90,2º,2 MADRID	Fax 91-5419826
PROTEL	☎ 91-5096101-902-196100
Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	Fax 91-3729198
SOLAFRICA	☎ 91-3532740
Federico Salmón, 1 MADRID	Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE	☎ 971-070435
Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE	☎ 93-5100710
Valencia, 231 2º BARCELONA	Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE	☎ 91-2960101 / 902239644
Julio Camba, 1 7º MADRID	Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE	☎ 96-3944625
Luis Vives, 7 VALENCIA	Fax 96-3942381
TOURALP	☎ 91-5768445
Príncipe de Vergara, 47 MADRID	Fax 91-4359088
TOURING CLUB	☎ 902-100456/94-4277381
Gran Vía, 81 2º BILBAO	Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES	☎ 902 164102/91-7242422
Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	Fax 91-6239817
TRAPSATUR	☎ 902-211024 91-5480000
San Bernardo, 5 MADRID	Fax 91-5427855
TRAVELPLAN	☎ 971-178100
Carretera Arenal – Lluçmajor km, 21,5 Lluçmajor	
TURAVIA CLUB	☎ 902 354355
Edf. Barajas C/ 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 5ºC BARCELONA	Fax 93-4906479
UNIPLAYAS	☎ 91-5401840
C/ Cartagena, 27 Enptta. 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, 6º drcha MADRID	Fax 91-5481527
ALITALIA	☎ 91-1217401
Pl. Descubridor Diego de Ordas, 3-3º MADRID	Fax 91-4414956
ALITALIA	☎ 902-100323
Av. Diagonal, 403 BARCELONA	Fax 93-4158379
AIR EUROPA	☎ 971-178100
Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER	☎ 91-3083444
Almagro, 19, Madrid	Fax 91-3198440
FINNAIR	☎ 901888126
Tarragona, 161, 15º BARCELONA	Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING	☎ 91-5421323
Luisa Fernanda, 2 MADRID	Fax 91-5423710
IBERIA	☎ 91-5878787-5877592
Velázquez, 130 MADRID	Fax 91-5877502
LAN	☎ 91-4544140
Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID	Fax 91-5560933
LOT	☎ 91-5481373/91-5487353
Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	Fax 91-5595365
AMERICAN AIRLINES	☎ 902-011737
Plaza del Callao, 5 - planta 8 MADRID	

Compañías Marítimas

BALEARIA	☎ 902-160180
Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS	☎ 91-5558550
Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID	Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS	☎ 93-4875685
Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	Fax 93-4874770
CRUISEUROPE	☎ 91-2952497
C/General Oraa, 5, 1ºMADRID	✉reservas@croisieurope.com
EUROFERRYS	☎ 956-651178-507070
Estación Marítima ALGECIRAS	Fax 956-653379
P60 PORTSMOUTH	☎ 94-4234477
Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	Fax 94-4235496
SPANISH CRUISE LINE	☎ 91-5317102
Alcalá, 54 MADRID	Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA	☎ 902-454645
www.trasmediterranea.es	
VISION CRUCEROS	☎ 91-7896400
www.visioncrueros.com	☎ 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	☎ 902-300022
Pza. España, 5 1º OVIEDO	Fax 985-273487
INST.BALEAR PROMOCION TURIST.	☎ 971-176191
Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA	Fax 971-176185
UNAV (Unión de Agencias de Viajes)	☎ 91-5796741
Rosario Pino, 8 3ºB MADRID	Fax 91-5799870

Transporte por Carretera

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

Servicios

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

Cadenas hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



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

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



Nuevo diseño de la página de Accor compatible para terminales móviles

Accor Hotels presenta una nueva versión *responsive* de su página que, renovando diseño y estructura, mantiene la información sobre el grupo y los hoteles de todas sus marcas, así como un completo sistema de reservas para cualquier tipo de usuarios.



www.accorhotels.com

El Grupo Accor sustituye la última versión de su página *web*, ahora compatible para terminales móviles que, con un nuevo formato de sus pantallas, mantiene la información del grupo, sus marcas y de sus hoteles en gran parte del mundo, cuya descripción ha agrupado en una pantalla. Incluye una gestión de reservas de estancias para clientes, empresas, grupos y agencias de viajes, y el alquiler de coches y de otros servicios en destino, de los que ofrece sus guías turísticas. Presenta versiones para distintos países, una de ellas para España en castellano.

INFORMACIÓN

Ofrece una amplia descripción del hotel, de todas sus características y de sus tarifas en la misma pantalla seleccionando por destino, por preferencia o en el sistema de mapas activos. El sistema presenta los hoteles de todas las marcas de Accor que encajen en la selección.

RESERVA

Dispone de un sistema de reservas en seis pasos, con una completa información de sus tarifas, que permite la anulación y la modificación *online*, con áreas para agencias de viajes, empresas, grupos, gestión de reuniones y condiciones especiales para los profesionales de Turismo.

GENERAL

Ofrece una amplia información sobre el Grupo Accor, su gestión de franquicias, todas sus marcas con el acceso a su *web*. También incluye una completa guía de sus destinos, con la posibilidad de reservar otros servicios complementarios a la estancia en su hotel.

▲ Lo Mejor / Gestión Integral

Sigue ofreciendo una gestión muy completa a cualquier tipo de usuario y desde cualquier tipo de terminal.

▼ Lo Peor / Idiomas

Presenta diferentes versiones para cada país en su idioma, por lo que desde un país sólo se puede utilizar su idioma.

ACCOR / Hoteles

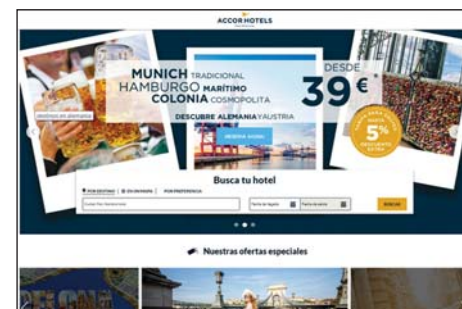
Ponderación de los Valores

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

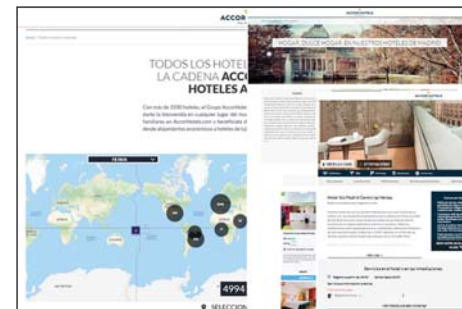
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva *web* del Grupo Accor sigue siendo de gran utilidad para las agencias ya que, además de disponer de un sistema muy completo y de fácil uso de gestión de reservas de hoteles en todo el mundo, ahora tiene un diseño más amigable y compatible para cualquier tipo de terminal.

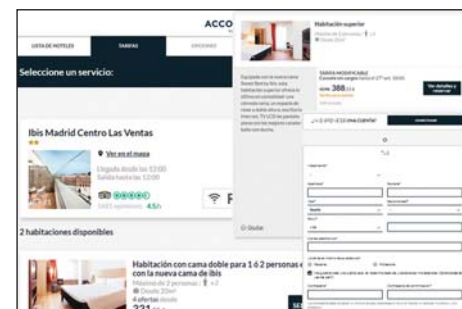
9.2



Entrada / Presenta el acceso al menú general, el buscador de hoteles en un mapa o por destino, sus ofertas y recomendaciones.



Producto / Accediendo por destino, preferencia o desde un mapa activo, presenta una amplia descripción del hotel.



Reserva / Ofrece desde cualquier terminal un completo sistema de reservas válido para clientes, agencias, empresas y grupos.

La nueva página 'web responsive' de la Institución Ferial de Alicante

IFA presenta una página *responsive* que ofrece una descripción general de sus espacios para eventos y muy limitada sobre sus servicios y tarifas, mientras incluye una agenda de ferias por sector y mes y otra de eventos pasados y futuros.



www.feria-alicante.com

La Institución Ferial de Alicante presenta una página compatible para cualquier tipo de terminal que, con un diseño amigable, informa sobre las características y los planos de sus espacios para eventos, pero sin incluir los servicios asociados ni sus tarifas, aunque sí enumera en su dossier de instalación la información sobre otros proveedores externos de servicios para eventos. También incluye agendas de ferias y de eventos por tipo y año, con acceso a su descripción y su página *web*. Por otro lado, la página presenta únicamente una versión en castellano.

INFORMACIÓN

Presenta la relación de sus instalaciones por tipo, con un buscador por aforo, acceso a su descripción, a una galería de fotos y a un formulario de reserva. Además, permite descargar los planos detallados de cada espacio y ofrece una descarga de equipación no disponible.

SERVICIOS

Ofrece a los organizadores la ayuda de sus departamento de asesoramiento y asistencia para los organizadores de eventos y permite la descarga de un amplio dossier de instalación que incluye la relación de las empresas de servicios colaboradoras con IFA.

EVENTOS

Dispone de dos agendas: una de ferias, con un buscador por sector y por mes; y otra de eventos próximos y pasados. En ambos casos se puede acceder a su descripción, agenda y otras características específicas y al enlace con su página *web* cuando existe.

▲ Lo Mejor / Amigable

Tiene una clara estructura de accesos que permite acceder fácilmente a la información que ofrece a los organizadores.

▼ Lo Peor / Servicios

Ofrece una relación de empresas colaboradoras, pero no informa sobre los servicios generales ni sobre los de cada espacio.

IFA ALICANTE / 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	INFORMACIÓN A EXPOSITORES									
10	INFORMACIÓN A VISITANTES									
10	INFORMACIÓN DEL ENTORNO									
6	OTROS SERVICIOS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

La *web* de IFA ofrece a los organizadores de eventos, con un diseño amigable y compatible, una información adecuada sobre sus espacios y sobre sus ferias y eventos programados, pero muy limitada sobre los servicios que ofrecen a los organizadores y ninguna sobre sus tarifas.

6.3



Entrada / En un diseño *responsive*, presenta sus eventos próximos y el acceso a todas sus áreas de información.



Servicios / Informa sobre sus espacios, con acceso a su descripción, sus planos y a un formulario de reserva.



Eventos / Ofrece calendarios de ferias y de eventos, por sector y mes, con acceso a su descripción y a su página.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Un buen nivel de inglés, requisito imprescindible para encontrar empleo en el Sector

La **web www.nexotur.com** recoge casi un millar de ofertas y demandas de empleo en el Sector, de las que NEXOTUR ofrece cada semana una breve muestra. Para establecer contacto con las empresas debe acceder al 'portal'.

■ **Viajes Paraíso.** Madrid. Se busca agente de viajes para jornada completa. Requisitos: imprescindible conocimientos básicos de Amadeus, inglés e informática. El candidato también deberá contar con un mínimo de un año de experiencia en agencia.

■ **Viajes Cometa.** Barcelona. Esta oficina minorista de Barcelona busca un agente de viajes corporativo responsable. Los interesados deberán contar con conocimiento del programa Amadeus.

■ **Consultia Travel.** Valencia. Consultia Travel, agencia de viajes especializada en la gestión y asesoramiento de viajes de empresa, precisa gestor de viajes de cuentas de empresa para trabajar desde la sede central ubicada en Sedaví (Valencia). Requisitos: experiencia demostrable en *business travel*, amplio manejo de Amadeus e inglés oral y escrito. Horario de 17:00 a 21:00 horas de lunes a viernes.

■ **Nautalia Viajes.** Badajoz. Los propietarios de una oficina de Nautalia Via-

jes en pleno centro de la ciudad extremeña de Badajoz traspasan su negocio por jubilación. La sucursal está actualmente en pleno rendimiento y cuenta con una consolidada cartera de clientes.

■ **Mapa Tours.** Madrid. El turoperador selecciona personal para su nuevo departamento de contratación, especializado en destinos de Europa. Imprescindible experiencia. Inglés nivel medio/alto hablado y escrito. Se valorarán conocimientos del sistema de gestión Dometour y Amadeus.

■ **Halcón Viajes.** Almería. La agencia de viajes busca agente de viaje con experiencia para mostrador. Zona Vera (Almería). Incorporación inmediata.

■ **Diwo Travel S.L.** Madrid. Esta empresa tecnológica necesita un administrativo con experiencia contrastada en Turismo. El trabajador seleccionado deberá trabajar en el control de tesorería y préstamo, facturación, contacto con gestoría y asesoría legal, gestión de personal, control de reservas, control de proveedores y clientes e informes mensuales.

■ **Consultia Travel.** Madrid. La agencia de viajes busca agente de viajes de cuentas de empresa en la Comunidad de Ma-

drid. Se analizarán currículos de otros territorios de España, existiendo la posibilidad de trabajar desde el domicilio particular. Se requiere experiencia demostrable en *business travel* y amplio manejo de Amadeus.

■ **Proyecto Europa Servicios Turísticos.** Madrid. Esta asesoría de viajes busca un candidato que debe reunir estos requisitos: conocimientos contables-administrativos e inglés hablado y escrito fluido.

■ **Viajes Globus, S.A.** Valencia. Esta agencia, con más de 40 años en el Sector, busca a un agente de viajes con experiencia, para el mostrador de la empresa. Se ofrece jornada completa y salario fijo más variable. Además, es imprescindible al menos cinco años de experiencia y un buen nivel de inglés.

■ **Viajes Redondo.** Madrid. Agencia de Viajes familiar especializada en Turismo cultural y con producto propio en viajes culturales y de experiencias con 30 años en el mercado, selecciona una persona para su oficina de Madrid. Requisitos: Buena presencia, facilidad en la atención telefónica al cliente, resolutive, buena disposición para con los clientes, que sepa hacer presupuestos, elaboración 'paquetes' de viajes, destinos largas distancias, itinerarios, reservas, adaptación a la empresa, con buena pre-

disposición al aprendizaje y al trabajo. Conocimientos de Amadeus, Office y buen nivel de Inglés, dispuesto a viajar y acompañar grupos. Experiencia mínima de dos a cuatro años. Se valora: experiencia en acompañar grupos y conocimiento de destinos y producto de Asia y América. Ofrecemos: jornada completa de lunes a viernes. 9:30-13:30 y 16:30-19:30 hrs.

■ **Platinum Travel Tour Operator.** Madrid. Esta agencia de viajes busca a un profesional con experiencia demostrable de, al menos, tres años para su departamento de Reservas en Europa y Medio Oriente. De igual manera, la empresa valora positivamente el conocimiento de inglés, informáticos y formación superior relacionada con el Sector.

■ **Quest Corporate Travel.** Málaga. Esta agencia especializada en el segmento de los viajes corporativos precisa incorporar un profesional con experiencia de un mínimo de dos años en este nicho de mercado. Pide, además, un conocimiento demostrable mínimo de dos o tres años y valorará conocimientos de Sabre, del entorno Windows (Excel, Word o PPT) y de inglés nivel conversación. Por su parte, esta agencia ofrece una retribución variable en función de la consecución de objetivos, así como un salario bruto anual.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles baratos en España

↑ B&B Hotels presenta una **web** compatible en la que, con un nuevo diseño, **informa** sobre el grupo y sus hoteles en España, incluyendo un sencillo sistema de reservas, con áreas específicas para empresas y grupos, pero sin reserva de agencias.

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

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



<http://www.hotel-bb.es>

Servicios a empresas

↑ La nueva página de Sixt, dedicada a **informar** sobre todos los tipos de servicios corporativos que ofrece a las empresas, presenta un formulario para la solicitud de presupuesto mientras para el resto de temas enlaza con la página general de Sixt.

→ Por su objetivo es una página de **utilidad** para las empresas.

↓ Para la gestión de **reservas** enlaza con otra página.



<http://corporate.sixt.com>

Transporte en La Coruña

↑ Tranvías de La Coruña presenta una nueva versión de su página que, con una nueva presentación, amplía la completa **información** de sus servicios de línea regular de autobuses en La Coruña, y de su tranvía turístico que ofrecía la versión anterior.

↑ Ofrece una información **útil** sobre sus líneas y tarifas.

↓ En el área de **reservas** sólo informa sobre la recarga de tarjetas.



<http://www.tranviascoruna.com>

Turismo en Portugal

↑ La página actual de Turismo en Portugal ofrece un completo cambio de presentación y estructura, que permite acceder fácilmente a su amplio conjunto de **información** sobre el país, aunque para reservar sigue enlazando con la página de cada alojamiento.

↑ Por su estructura y amplio contenido es una **web** de **utilidad**.

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



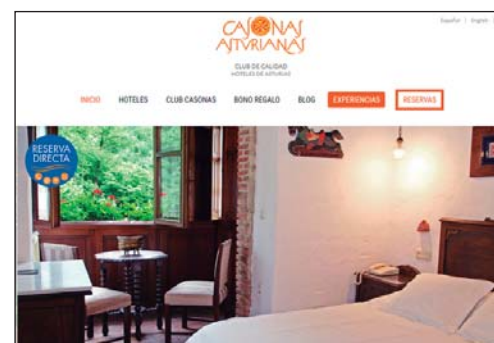
<http://www.visitportugal.com>

Casonas en Asturias

↑ El Club de Calidad Casonas Asturianas presenta una nueva versión de su página, con un cambio completo de su presentación, más amigable, manteniendo una completa **información** de sus establecimientos y la gestión de reservas de parte de ellos.

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

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



<http://www.casonasasturianas.com>

Eventos en A Coruña

↑ La versión actual de la página de Palexco ofrece un nuevo diseño, ampliando su **información** sobre espacios y eventos, aunque no sobre sus servicios, incluyendo un buscador de espacios para los organizadores de eventos y el enlace con redes sociales.

→ Resulta de **utilidad** por su información y adecuado diseño.

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



<http://www.palexco.com>

LEGISLACIÓN

Interés turístico

Valladolid y Cantabria

✓ Resolución de 9 de octubre de 2018, de la Secretaría de Estado de Turismo, dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, por la que se concede el título de Fiesta de Interés Turístico Nacional a la fiesta Bajada y Subida de Nuestra Señora de la Concepción: Virgen de los Pegotes, de Nava del Rey (Valladolid).

✓ Orden INN/35/2018 de 16 de octubre de 2018 de la Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio de Cantabria, por la que se concede a la celebración denominada Fiesta de Nuestra Señora del Moral la declaración de Fiesta de Interés Turístico de la Comunidad autónoma de Cantabria.

✓ Anuncio de 24 de octubre de 2018 realizado por la Consejería de Empleo, Industria y Turismo del Principado de Asturias. Se publica la relación de expedientes a los que se han concedido ayudas destinadas a pymes del Sector Turístico para el 2018.

Diario Oficial de la G.V.
www.dogv.gva.es

CURSO

Gestión de viajes de empresa

Nuevo curso de la UNED en colaboración con AEGVE

La Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE) colabora un año más en la organización del 'Curso de Experto Profesional de Gestión de Viajes de Empresa', impartido por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Esta formación, de 30 créditos, se desarrollará entre los meses de enero a diciembre de 2019.

Esta acción formativa, dirigida tanto a estudiantes de Turismo como a profesionales que se encuentren en activo, pretende que

los alumnos se especialicen en la gestión de los viajes de empresa, un segmento con gran potencial. Para ello, se enseñarán conocimientos básicos y generales de las técnicas, normativas, gestión y relaciones con el entorno y el medio ambiente en el sector del *business travel*. También se ofrecerán tecnologías aplicadas al viaje corporativo y la gestión y organización de eventos en las empresas. La matrícula ya está abierta y se puede solicitar a través de la página web de la Universidad.



LIBROS

Estrategia de una empresa turística

'Organización de Empresas Turísticas'. Edita: Síntesis

'Estrategia de una empresa turística', publicación editada por Síntesis y escrita por Isabel García, muestra los pasos que debe seguir la dirección de una empresa cuando decide implantar un plan estratégico. La decisión de implantar una estrategia empresarial obliga a la dirección a reflexionar sobre la complejidad del mundo empresarial en el que se desenvuelve y a evaluar las posibilidades reales con las que se cuenta, si se quiere competir con éxito en un entorno cada día más competitivo para mantener o mejorar un posicionamiento en el mercado. Los conceptos teóricos que se explican y desarrollan a lo largo del libro se complementan con actividades prácticas al final de cada capítulo.



CALENDARIO

Jornadas de Amadeus y Avasa

● El 15 de noviembre de 2018, en el Hotel Mayorazgo, Salón TurNexo Madrid. Además de propiciar el encuentro entre expositores y agentes de viajes, el evento acogerá tres jornadas de trabajo. La primera será el tradicional Foro AgentLab, en el que representantes de Asociaciones, Grupo comerciales y proveedores darán a conocer sus perspectivas para la temporada de invierno y harán un balance del ejercicio. Esta sesión, celebrada a puerta cerrada, arrancará a las 9.00 horas y concluirá coincidiendo con la apertura del Salón, a las 11.00 horas. A las 11.30 comenzará una acción formativa de Amadeus en la que se dedicará especial atención al funcionamiento de la solución Amadeus cytric Travel & Expense. Una hora más tarde, a las 12.30 Avasa celebrará un encuentro con sus asociados de la Comunidad de Madrid. Para asistir a alguno de los Salones TurNexo es necesario realizar la preinscripción a través de la página web www.turnexo.com.

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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



Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

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

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

SUBEN

▲ Eduardo Montes

El que fuera, entre otros cargos de relevancia, vicepresidente y miembro del comité ejecutivo de Siemens, además de presidente de la patronal de las eléctricas (Unesa), Eduardo Montes, ha sido nombrado presidente de Wamos.



▲ Fernando Eiroa

Procedente de Parques Reunidos, donde ejercía como CEO desde febrero del año 2016, llega Fernando Eiroa a Wamos Group, designado consejero delegado. Este cargo estaba vacante desde la marcha de José Manuel Muriel en el verano de 2016.



▲ Luis Maroto

El presidente y consejero delegado de Amadeus, Luis Maroto, entra en la lista de los 100 mejores ejecutivos del mundo, elaborada por Harvard Business Review (HBR). También figuran otros españoles como Pablo Isla (Inditex), Florentino Pérez (ACS) e Ignacio Galán (Iberdrola).



SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Jesús Nuño de la Rosa	3
Entrevista / Luis Mata	4
Escaparate	5-12
InfoGEA	15-18
Mostrador	19-23
Hotelería	25
Club	27
Booking	28
Evaluanet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 29 DE OCTUBRE AL 4 DE NOVIEMBRE



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

Las agencias 'pinchan' tras diez meses al alza

El volumen de negocio de las agencias de viajes experimenta en agosto un retroceso interanual del 1,2%. Con esta caída, que se produce en un mes clave para las empresas del Sector, se pone fin a un largo periodo positivo en términos de facturación. Hasta ahora, el último descenso correspondía a septiembre de 2017, cuando la cifra de negocio de minoristas y turoperadores bajó un 1,3% en relación al ejercicio anterior. A pesar de este comportamiento negativo, los niveles de ingresos del Sector de agencias son, en el global del año, muy superiores en comparación con el mismo periodo de 2017. En concreto, el INE estima que se ha producido un incremento interanual del 4,3%.



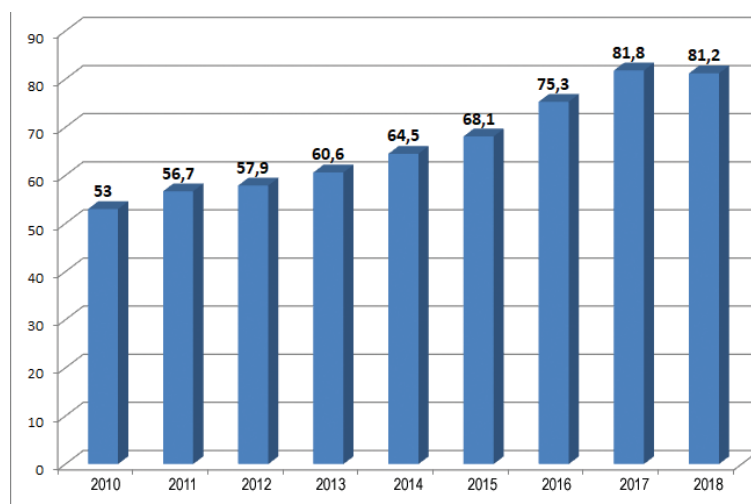
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

Menos turistas pero más gasto en 2018

España cerrará 2018 con 81,2 millones de turistas, la segunda mejor cifra de la historia. Pese a sufrir un retroceso del 0,8% en las llegadas, el gasto efectuado por éstos aumentará un 2,8%, rebasando los 89.000 millones de euros. La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, precisa que "la estabilización de los flujos internacionales se ha compensado con un mayor volumen de turistas residentes".

Llegadas de turistas internacionales



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

© NEXOTUR

Norte de Europa debido a la debilidad del emisor británico, que se verá compensada en parte por el crecimiento de los países nórdicos. En el caso de Centroeuropa, a pesar de que los datos de capacidad aérea son positivos, se espera una leve retracción provocada por la norma-

lización de los flujos turísticos hacia el Mediterráneo oriental. También se producirá una ralentización en los países de Europa del Este, mientras que los del sur de Europa mostrarán un buen comportamiento, destacando Portugal. En relación a América, todo apunta a que Esta-

dos Unidos permanecerá en la senda expansiva de los últimos meses. También se prevé una evolución favorable en los principales mercados de Iberoamérica. Finalmente, en el caso de Asia-Pacífico, los datos de capacidad aérea hacen presagiar una evolución positiva, especialmente en China.

Creación de empleo

Durante la presentación de estos datos, la ministra Maroto ha revelado que más de 11.000 trabajadores del sector de la hostelería han visto reconocidos sus derechos y mejorada la calidad de su empleo tras el envío de comunicaciones a empresas en el marco del Plan Director por el Trabajo Digno puesto en marcha por el Gobierno. Según detalla, se han enviado 20.310 comunicaciones a empresas a fin de clarificar la situación de 38.950 trabajadores con contrato temporal o a tiempo parcial. Hasta el 30 de septiembre, se han transformado 7.265 contratos temporales a contratos indefinidos (55% del total). Se ha incrementado la jornada en 3.800 contratos a tiempo parcial (15% del total). La ministra ha ofrecido también datos de afiliación a la Seguridad Social en el Sector Turístico, que continúa siendo motor de creación de empleo y contribuyen al fortalecimiento de la economía española, dado que supone el 12,3% del total de afiliados del país. Según datos recogidos por TurEspaña, el número de afiliados en septiembre de 2018 ascendió a 2.508.184 personas, lo que supone un 3,7% de incremento respecto a septiembre del año pasado (2.418.241).



Date de alta
en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana
en tu email

AGENCIAS DE VIAJES

Ciudadanos quiere hacer una Carta del Turismo Sostenible

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

Las huelgas de controladores europeos cuestan 12.000 millones de euros

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

Fomento sugiere a las aerolíneas que bajen los precios

¿Cuál es el mejor momento para reservar vuelo?