



JESÚS
NUÑO

Prócer del Turismo

PÁG. 3 / El presidente del Grupo El Corte Inglés, Prócer del Turismo



ALEXANDRE
DE JUNIAC

Un nuevo sistema

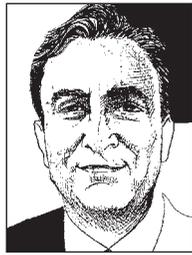
PÁG. 8 / Las aerolíneas empiezan a probar la solución IATA Pay



MARK
TANZER

Un mensaje tranquilizador

PÁG. 11 / ABTA tranquiliza a sus clientes ante un Brexit duro



GUSTAVO
HANI

Medida extrema

PÁG. 9 / Indignación en Argentina con la dureza de IATA



FINA
MUÑOZ

Nueva victoria

PÁG. 6 / La justicia falla a favor de IAG7 y la exime del pago a Spanair

CEAV tacha de 'imprudente' la aprobación exprés de la nueva ley

La Ley de Viajes Combinados no supondrá el ahorro que estima el Gobierno

CEAV califica de imprudente que, tras tres años para transponer la Directiva de Viajes Combinados, el Gobierno no haya dado plazo alguno a las agencias de

viaje para adaptarse a la recién aprobada Ley de Viajes Combinados. Igualmente, también niega que la nueva legislación vaya a generar grandes ahorros.



Santos García dirige Grupo Nexo.

Nexo: 'Nuestra ambición es aumentar la calidad'

"Por ahora no tenemos necesidad de aumentar ese número de 500 puntos de venta", señala el director general de Nexo. Pág. 4

Los pagos por Turismo aumentan en un 15%

Los pagos por Turismo vuelven a aumentar a doble dígito. En octubre, ascienden a 2.257 millones de euros, un 14,7% más. Pág. 7

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 23

"Desde CEAV siempre se pidió a la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (Aecosan), organismo encargado de la redacción de la nueva normativa, un plazo de adaptación de seis meses", recuerda su gerente, Mercedes Tejero. Por ello, considera "imprudente" el hecho de que el Gobierno no haya dado plazo a las agen-

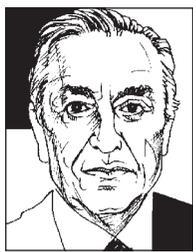


Mercedes Tejero

cias para adaptarse a la recién aprobada Ley de Viajes Combinados. "Son muchas las agencias con catálogos ya publicados que ahora deberán ser readaptados", lamenta. Además, respecto al supuesto ahorro para las empresas del Sector de 655 millones de euros, según estimaciones del Gobierno, afirma que "esto nos es cierto". Escapate en pág. 6

Los ingresos de las agencias 'online' se disparan un 40%

Las agencias de viajes que operan en Internet protagonizan un espectacular crecimiento en la primera mitad de 2018. Así, sus ingresos se incrementan un 39,6% hasta alcanzar los 2.720,7 millones de euros, según los últimos datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). En concreto, en el segundo trimestre, los ingresos



José María Marín

online ascienden a 1.381,5 millones, un 30,7% más. Los sectores de actividad con mayores ingresos son agencias y turoperadores, con el 14,8% de la facturación total; el transporte aéreo, con el 11,8%, y las prendas de vestir, en tercer lugar con el 5,5%. La cuarta posición es para los hoteles y otras formas de alojamiento, con el 5,1%. Escapate en pág. 8

Confirmada la presencia de 16 ministros en CIMET

La renovada Conferencia albergará tres debates

La Conferencia Iberoamericana de Ministros y de Empresarios de Turismo (CIMET) vuelve como antesala de Fitur. El 22 de enero el Centro de Convenciones Norte de Ifema acoge este evento con un formato renovado y la dirección de dos paneles a cargo del secretario general adjunto de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Jaime Alberto Cabal. Hasta el momento, está confirma-



da la presencia de máximos responsables de las Administraciones turísticas de 16 países: Bolivia,

Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Ecuador, Paraguay, Puerto Rico y Venezuela.

El Rey Felipe VI ha accedido a asumir la Presidencia de Honor de CIMET 2019.

Escapate en pág. 6

Al consumidor le resulta más 'cómoda' la intermediación

Lejos de reducirse, la intermediación se ha fortalecido en 2018 y lo continuará haciendo en el presente 2019, revela el director de ventas de Hotelbeds, Sam Turner. "En 2018, la intermediación ha registrado otra vez un incremento en la venta de alojamiento, superando el crecimiento de las ventas a través del canal directo". "Esto



Sam Turner

se explica en parte porque las tres plataformas online más grandes del mundo, Expedia, Booking y Ctrip, están creciendo al doble de velocidad que el canal directo", detalla. "Los consumidores se sienten más cómodos comprando a través de intermediarios que directamente con el hotel", concluye. Escapate en pág. 13

De Febrero a Abril de 2019

EGIPTO

CLÁSICO + CRUCERO NILO

VUELO DIRECTO
MADRID - LUXOR

Salidas: Sábados del 2/2 al 27/4

VUELO DIRECTO
BCN - LUXOR

Salidas: 13, 20 y 27 de abril

PROGRAMA EXCLUSIVO POLITOURS

4N Crucero Lujo PC
3N Hotel en el Cairo AD

Precio final desde MAD
1.255€

4N Crucero Lujo PC
2N Hotel en el Cairo AD

Precio final desde BCN
1.250€

INCLUYEN : visitas, guía, traslados, tasas de aeropuerto, visado y seguro.

CLAVES

Viajar sin equipaje gana adeptos

LA COMODIDAD DE viajar sin equipaje gana cada año más adeptos. Esta tendencia al alza se debe principalmente a que, en muchos casos, resulta la opción más económica. Este invierno, desde MRW prevemos un incremento del 25% en las contrataciones de envíos de material de esquí; concretamente, los esquíes crecerán un 40% y las botas, un 20%, respecto a la temporada 2017-2018.



GUILLERMO MARCOS

Pero viajar sin equipaje también crece en otras temporadas vacacionales como Semana Santa y verano. El envío de maletas y mochilas representan la mayor demanda del servicio, liderando las maletas de peso medio las contrataciones. ¡En MRW movimos en 2017 más de 25.000 maletas! Además, es muy demandado el envío de material deportivo voluminoso como tablas de surf o bicicletas y el material para bebés (cunas, carritos, sillas, etc.).

Los principales motivos del crecimiento de la demanda son la falta de espacio en el coche, las altas tasas de las aerolíneas por el peso extra, las medidas de seguridad de los aeropuertos y la comodidad de viajar sin equipaje.

Sin duda, es muy práctico preparar las maletas y que en 24 horas estén en el destino de vacaciones. Un mensajero lo recoge en su casa, hotel o apartamento y otro lo entrega siempre a tiempo, incluso antes de la llegada. Si el cliente lo prefiere puede depositar o recoger su equipaje en cualquiera de las oficinas que tenemos en España, Portugal y Andorra. A la vuelta de las vacaciones también es posible enviar los regalos, compras y objetos que se hayan adquirido durante el viaje.

Desde 16,90 euros se puede enviar una maleta. Es posible contratar el envío en la web de MRW o acudiendo a una de nuestras oficinas. Además el cliente puede controlar en todo momento, y en tiempo real, en qué punto del trayecto se encuentra su equipaje. El servicio tiene recogida y entrega en España y Portugal peninsular, las Islas Baleares y Andorra. El transporte en toda la península se realiza en 24 horas y en las Islas Baleares puede tardar entre 48 y 72.

Guillermo Marcos es director de Marketing de MRW.

‘La implantación de la cartelería digital en agencias de viaje es aún incipiente pero va tomando fuerza, al igual que en el sector retail en general, con crecimientos estimados aproximados de entre el 10 y 20% anual’, señala el responsable de Proyectos de Movilok

TRIBUNA



MIGUEL A. DOMINGO

La cartelería digital evoluciona en el Sector Turístico

LOS ELEMENTOS QUE componen la cartelería en un negocio abierto al público tienen como objetivos informar, promocionar y atraer. Por tanto, su evolución depende de las necesidades de comunicación de cada establecimiento hacia sus clientes y usuarios. En el caso del Turismo, abarca un abanico tan amplio de actividades y negocios, que es conveniente analizarlos por separado para comprender la evolución que han sufrido y así, poder realizar una proyección de futuro.

Tomando como primer caso el sector hotelero, hasta finales de los años 90 encontramos que toda la información que un hotel mostraba a sus clientes acerca de servicios, horarios y actividades se encontraba dispersa por sus instalaciones y en soportes tradicionales, como papel, folletos, placas de plástico o metal, etc. Aunque hoy en día sigue siendo habitual encontrar así la información en los hoteles, ya entonces con el cambio de milenio, un número creciente de establecimientos comenzaron a considerar otras formas de organizar esos contenidos.

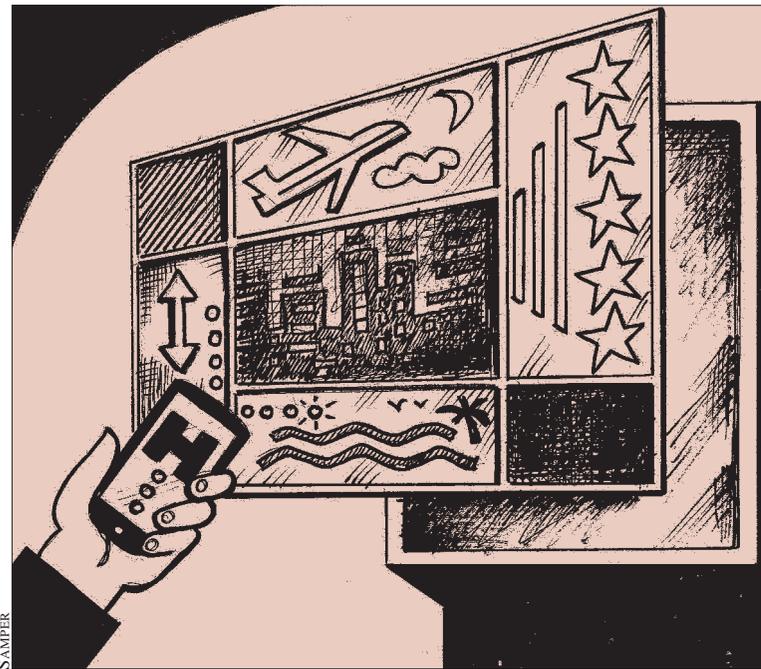
La manera más utilizada por los hoteles fue la instalación de pantallas digitales, principalmente en la recepción del hotel, permitiéndoles concentrar los puntos informativos, generar mensajes y vídeos con contenidos multidioma, ofreciendo un aspecto más moderno, más propio del siglo XXI que comenzaba.

Los cambios a partir de entonces han ido en la línea de ampliar el tipo de contenidos que muestran las pantallas, pasando de secuencias de imágenes y vídeos a canales de información, entretenimiento o redes sociales, así como mejorar la distribución de esos contenidos a las pantallas, pasando de soportes locales —típicamente una memoria USB conectada al monitor— a gestionar los canales de forma centralizada y remota. Es decir, pasar de instalar pantallas a implantar verdaderos sistemas de *digital signage*, o cartelería digital.

Otro caso diferente son las agencias de viajes, cuyos requerimientos de información y promoción hacia sus clientes guardan más similitudes con las del sector *retail*, teniendo el objetivo de atraer al público para que entre en el establecimiento, acabe contratando un producto y establezca una relación con la agencia para lograr fidelidad y recurrencia. En consecuencia, la cartelería ha ido evolucionando en la mejora del contenido, con ofertas atractivas e imágenes sugerentes.

El salto al *digital signage* permitió incorporar vídeos y otros contenidos dinámicos, así como ofrecer una imagen más moderna. La implantación de la cartelería digital en agencias de viaje es aún incipiente pero va tomando fuerza, al igual que en el sector *retail*

aún una incógnita si este tipo de soluciones van a imponerse en el mercado, no sólo por los niveles de pérdida y extravío que puedan producirse, sino también por el grado de aceptación de los clientes a tener que llevar consigo otro dispositivo más.



en general, con crecimientos estimados de entre el 10 y 20% anual.

La situación de estos dos casos, donde dos problemáticas diferentes acaban siendo resueltas por la misma

tecnología, puede ser trasladable a otros escenarios del Sector Turístico, al igual que su posible evolución, que estará determinada por elementos que solucionen los retos actuales.

Un reto de los sistemas de cartelería digital es la interactividad,

en el sentido de que el cliente suele ser un actor pasivo que recibe la información desde la pantalla. Se considera que la interactividad es un elemento clave para atraer al cliente y fomentar la fidelidad con la empresa, además de que permite conocer los gustos, preferencias e intereses de los usuarios. La incorporación de tótems y kioscos táctiles puede solventar ese problema, pero sus costes de instalación y mantenimiento hacen que su uso no sea aún muy habitual para la función de información y promoción. En este sentido, hay iniciativas que consisten en proporcionar al cliente un dispositivo móvil durante su estancia en el hotel, por ejemplo una *tablet*, desde la cual estar en permanente contacto con el establecimiento y poder solicitar sus servicios. Es

Existen otras herramientas, como la solución de cartelería digital Showcases de la empresa española Movilok, que convierten temporalmente al móvil del cliente en el mando

a distancia de los contenidos de la pantalla, permitiéndole navegar, buscar y descargarse en su móvil la información que le interesa, logrando así la interactividad con el usuario manteniendo los costes ajustados y favoreciendo la reducción del uso de folletos en papel. Es interesante que no sea necesario que el usuario se descargue una aplicación, pues cada vez se tiene mayores reticencias a descargarse nuevas aplicaciones en sus móviles, a no ser que sean identificadas como útiles y de uso frecuente.

Otro de los retos es la gestión de los contenidos mostrados por las pantallas, sobre todo si se trata de información cambiante y ajena a la empresa, ya sea hotel, agencia de viajes o punto de información turística. Mantener actualizada este tipo de información, como pueden ser lugares a visitar, horarios, precios, eventos, etc., puede requerir intervención manual frecuente, lo cual tiene un coste difícilmente asumible. En este sentido, una iniciativa de futuro es el proyecto de I+D+i denominado ESITUR, que

está siendo actualmente desarrollado por la Universidad Carlos III de Madrid, la Universidad Politécnica de Madrid y Movilok con Showcases, para mostrar imágenes obtenidas automáticamente a partir de Internet y las redes sociales. Las imágenes recogidas, son analizadas y categorizadas por el sistema, filtrando las más relevantes para un determinado lugar turístico y que cumplan con parámetros de calidad y estética, pudiendo ser mostradas automáticamente en las pantallas instaladas con este sistema. De forma, se podrían obtener y actualizar frecuentemente parte de los contenidos necesarios sin intervención humana y por tanto sin incurrir en mayores costes.

Mirando hacia el futuro, un tercer reto consiste en la personalización de los servicios y de los contenidos que se ofrecen al cliente. Esto es posible si existe un conocimiento de sus gustos, preferencias e intereses, el cual debe necesariamente provenir de una interacción previa entre el cliente y el proveedor del servicio turístico. Difícilmente un hotel podrá personalizar la decoración de una habitación para un determinado cliente sin tener un conocimiento bastante profundo de ese cliente. En este campo, hay bastante tecnología en desarrollo, como por ejemplo herramientas de inteligencia artificial capaces de analizar la expresión facial de una persona y determinar automáticamente su estado de ánimo.

Sin embargo, habrá que esperar un cierto tiempo hasta que este tipo de tecnologías maduren y se integren con el resto de sistemas de información existentes. Aquí, la cartelería digital será una de las caras visibles que mostrarán los contenidos personalizados, resultado de todo el proceso previo de análisis.

En definitiva, se puede concluir que por un lado, se espera una evolución cuantitativa de las instalaciones de cartelería digital, aumentando el número de pantallas y la adopción de soluciones de *digital signage* para la gestión tanto de contenidos como de las propias pantallas. Y por otro lado, es previsible una evolución en la adopción de esas soluciones de *digital signage* según sean capaces de resolver las problemáticas y adaptarse a los retos que vayan surgiendo en cada tipo de actividad, llegando a generarse herramientas de cartelería digital específicas para un determinado tipo de negocio.

Miguel Ángel Domingo es responsable de Proyectos de Movilok.

Uno de los retos en la cartelería digital es la gestión de los contenidos mostrados

Un tercer reto consiste en la personalización de los servicios y de los contenidos que se ofrecen

OPINION

NEXOTUR

PERIODICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZ

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

DIRECTOR ADJUNTO: CARLOS ORTIZ RODRIGO
COORDINADORA GENERAL: MARGA GONZÁLEZ

SECCIONES: MIGUEL PRAGA LÍBANO (ESCAPARATE Y MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA BÁEZ (REUNIONES), DANIEL GALLEGU ALIAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), 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
TRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Una visión global del Turismo en Iberoamérica

VUELVE CIMET. Y lo hace con formato renovado. La XXII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo reúne el martes 22 de enero, víspera de Fitur, en la Feria de Madrid, al Sector Turístico con los ministros de Turismo de Iberoamérica.

Bajo la presidencia de honor del Rey de España, CIMET 2019 contará con la participación de los ministros de Turismo de 16 países: Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Ecuador, Paraguay, Puerto Rico y Venezuela.

Los ministros iberoamericano revelarán sus planes de desarrollo turístico e incentivos a la inversión del Empresariado español, representado por el Consejo de Turismo de CEOE y las grandes Organizaciones empresariales del Turismo en España, como la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

La ponencia-marco de la Conferencia correrá a cargo del presidente del Grupo El Corte Inglés, Jesús Nuño de la Rosa, quien será investido nuevo Prócer del Turismo Español en Iberoamérica, como presidente de Viajes El Corte Inglés. Se incorpora así al elenco de próceres que encabeza el Rey Juan Carlos I y del que forman parte: Isidoro Álvarez (El Corte Inglés), Gabriel Barceló, Simón P. Barceló y Simón Barceló (Barceló), Manuel Buitrón (Politours), Gabriel Escarrer (Meliá), Lorenzo y Miguel Fluxá (Iberostar), Rafael Gallego (CEAV), Juan Gaspard (HUSA), J. José Hidalgo (Globalia), Horacio Echevarrieta (Iberia), Abel Matutes (Fiesta), José Meliá (Meliá), Miguel Mirones (ICTE), Juan Molas (CEHAT), Luis Riu, Luis y Carmen Riu Güell (RIU) y Matilde Torres (Catai).

Organizada por Grupo NEXO, en colaboración con CEOE y Fitur, con el patrocinio de Madrid y de Iberia, CIMET cuenta este año con la activa participación de la Organización de Naciones Unidas para el Turismo (OMT).

En su doble condición de secretario general adjunto y director para las Américas de la OMT, el exministro colombiano de Turismo, Jaime Alberto Cabal, asume la dirección (junto al presidente de CIMET, Eugenio de Quesada), de los paneles de debate con los ministros de Turismo. Los tres debates abordarán las prioridades de la OMT en materia de nuevos retos en tecnología e innovación, así como en formación y educación. El último debate se dedicará al producto turístico multidesestino: el Qhapaq Ñan o Gran Camino Inca.

Próxima a cumplir un cuarto de siglo de puntual cita anual, CIMET se consolida como "un eficaz instrumento para la internacionalización de las empresas turísticas españolas en Iberoamérica", en palabras del presidente del Gobierno, y "un lobby blanco al servicio de todos", según su copresidente Eugenio de Quesada, ya que "es un punto de encuentro con los ministros iberoamericanos tanto de las grandes como de nuestras medianas y pequeñas empresas turísticas".

CIMET 2019 permitirá a empresarios y directivos tener una visión global del Turismo en Iberoamérica y, gracias a la Guía CIMET y las intervenciones personales de los ministros, conocer de primera mano los planes e incentivos a la inversión en los destinos iberoamericanos.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

▲ CHECK-IN / CONGRESOS Y CONVENCIONES

Auge y evolución del MICE

El sector de los eventos corporativos a nivel mundial estará marcado este 2019 por un incremento en los precios de los proveedores y un cambio en la demanda que obligarán a los organizadores a modificar la gestión de estos encuentros. Ante esta situación, según un informe de BCD Meetings & Events, serán claves aspectos como flexibilidad, creatividad, comunicación y personalización.

El informe *What's Trending 2019* detecta para 2019 un incremento generalizado en los precios de los proveedores de eventos (aéreo, hotel, etc.), por lo que la flexibilidad en fechas y ubicación será importante para conseguir unas mejores tarifas. En este sentido, aparecen como sedes espacios singulares para celebrar todo tipo de reuniones y eventos, como antiguas propiedades industriales reconvertidas.

Asimismo, la aparición como asistentes de una nueva generación de profesionales, la generación *millennial*, obliga a los organizadores a potenciar su creatividad y crear programas atractivos que llamen la atención de estas personas para, en primer lugar, lograr su asistencia, y en segundo, conseguir los objetivos durante la celebración del evento.

La comunicación de distintos aspectos del evento es clave y más con la generación *millennial*, siendo necesario crear una estrategia de comunicación en la que lo digital esté presente, con *hashtag* propio del evento y colaboración de *influencers* para potenciar la imagen y multiplicar su impacto.

La personalización de los eventos es esencial, y la tendencia es hacia el trato individualizado para que cada asistente se sienta importante.

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Jesús Nuño de la Rosa

El presidente del Grupo El Corte Inglés será investido como Prócer del Turismo Español en Iberoamérica, en su condición de presidente de Viajes El Corte Inglés, red minorista líder en España con creciente presencia en Iberoamérica.



Al igual que su antecesor, Isidoro Álvarez, Nuño se incorpora a la galería de próceres homenajeados y asumirá la ponencia-marco de CIMET, exponiendo la posición actual y los planes de expansión de la gran minorista en Iberoamérica.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / REYES MAROTO

Ley de Viajes Combinados

La semana pasada la ministra Reyes Maroto tenía el dudoso honor de protagonizar el *Check-out* por ignorar las demandas del Empresariado, recogidas en el documento del Consejo de Turismo de CEOE. Como la intensificación de la promoción en el mercado británico para mitigar los efectos del Brexit, al igual que en los mercados emergentes, donde España "está en desventaja". O la simplificación de los trámites de entrada para turistas procedentes de mercados lejanos. En suma, que priorizara la única gran actividad económica que ha mantenido el empleo... y que nos ha permitido salir de la crisis.

Esta semana, tanto el Ministerio como la Secretaría de Estado de Turismo vuelven a merecer, por derecho propio, el *Check-out*, ante la aprobación de la Ley de Viajes Combinados, hurtándole a las agencias de viajes el necesario plazo de adaptación y manteniendo una duplicidad de garantías que no beneficia al consumidor pero incrementa el coste para las minoristas y los turoperadores españoles.

La gerente de la Confederación Española de Agencias de Viajes recuerda que, "desde CEAV, siempre se pidió a la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (Aecosan), organismo encargado de la redacción de la nueva normativa, un plazo de adaptación de seis meses", argumentando que "son muchas las agencias con catálogos ya publicados, que ahora deberán ser readaptados". Asimismo, denuncia que "tampoco nos hemos sentido apoyados —en esta ocasión— por la Secretaría de Estado de Turismo, que ni siquiera ha logrado un periodo de adaptación razonable".

Estar en torno a las 500 agencias es nuestro ideal / Nuestra estrategia es aumentar la calidad de servicio y la aportación de valor a las agencias, más que crecer en puntos de venta / Con Nego.Planet fomentamos la creación de producto en la agencia, sobre todo en media y larga distancia / La cadena de distribución que conocíamos hace 10 o 15 años ya no existe

«La agencia independiente debe optimizar sus recursos al máximo»

Santos García / Director general de Nego



Con una estrategia basada en la innovación y en la cercanía a sus asociados, Nego se mantiene como uno de los grandes Grupos comerciales del mercado español. Su director general, Santos García, analiza el comportamiento de la empresa en 2018 y da a conocer sus previsiones para el presente año.

P.- ¿Con cuántas agencias han terminado 2018? ¿Están satisfechos?

R.- Hemos finalizado el año con 496 puntos de venta. Estamos muy satisfechos. Para nosotros estar en torno a las 500 agencias es nuestro ideal, un volumen importante de cara a las negociaciones como grupo de compra y un número perfecto para nuestra estructura de 25 personas en la central para así poder ofrecer un servicio muy personalizado. Nuestra estrategia es aumentar la calidad de servicio y la aportación de valor a las agencias, más que crecer en número de puntos de venta. Ese es nuestro camino.

P.- ¿Cuántos puntos de venta tenían al cierre de 2017?

R.- Teníamos 518 puntos de venta.

P.- ¿Opina que son demasiado agresivas las estrategias de determinados competidores?

R.- Cada uno tiene su forma de transmitir al mercado su propuesta de valor. Las estrategias son acertadas o desacertadas; lo importante para cada empresa es que sean acertadas y tengan durabilidad en el tiempo. Que sean agresivas o que sean creativas, innovadoras u otro calificativo forma parte del juego.

P.- Expertos consultados por NEXOTUR afirman que la durísima competencia existente en el negocio podría provocar algún que otro cierre de Grupos de gestión, especialmente de aquellos de menor tamaño. ¿Qué opina al respecto?

R.- El cierre de una empresa, normalmente en la mayoría de los casos, viene dado por dos factores: la no adaptación a las necesidades del mercado y/o una propuesta de valor insuficiente. En el modelo de los Grupos de gestión no es diferente a cualquier otra empresa. Si no aportas suficiente y no te adaptas a las necesidades actuales, las agencias se van a proyectos más interesantes y además no sumas nuevas incorporaciones. Es normal.

P.- ¿Nego se ha mantenido al margen de este tipo de estrategias?

R.- En Nego siempre hemos seguido nuestro camino: aumentar cada año nuestra propuesta de valor y orientarnos totalmente al servicio permanente a la agencia. Ser muy transparentes y tener muy claro que debemos aportar continuamente para que la agencia sea competitiva en la distribución y rentable como negocio. Pensamos que nuestro modelo será exitoso sola-

mente si garantizamos la viabilidad de las agencias Nego, así que todo nuestro empeño va enfocado a eso.

P.- De los servicios que ponen a disposición de sus asociados, ¿cuáles son los más valorados?

R.- Nego.Fly, nuestro consolidador aéreo interno, ha cerrado 2018 con casi 50 millones de euros de BSP. Con ese volumen podemos ofrecer muchas ventajas en un apartado tan importante en el negocio de la

agencia como es el aéreo.

Con Nego.Planet fomentamos la creación de producto en la agencia, sobre todo en la media y larga distancia. Las agencias valoran cada vez más disponer de herra-

mientas que le aporten la posibilidad de crear productos exclusivos y diferentes al que tienen el resto de agencias. Siempre ha sido un punto fuerte de Nego el reenfoque del negocio de la agencia hacia la diferenciación y personalización, sobre todo hacia productos de alta rentabilidad, como es la larga distancia, viajes de novios, salidas en grupo y viajes de lujo.

También nuestra *app* exclusiva Travel Angel tiene muy buenas valoraciones, ya que permite a las agencias dar toda la documentación del viaje en el *smartphone* de los clientes, a la vez de estar conectados por chat con ellos durante el viaje.

En la encuesta de satisfacción que enviamos cada año, lo que más valoran las agencias es la cercanía de todo nuestro equipo. Es de lo que más orgullosos nos sentimos.

P.- ¿No se han planteado dar el salto al extranjero tras su espectacular crecimiento en España?

R.- Nuestra ambición más inmediata es aumentar cada día la calidad del servicio a las agencias que configuran Nego en la actualidad para que incrementen su rentabilidad y se aferren al mercado. Por ahora no tenemos necesidad de aumentar ese número de 500 puntos de venta y no tenemos planes de salir fuera para replicar el modelo.

P.- ¿Qué balance hacen del recién finalizado 2018?

R.- Ha sido otro año más de crecimiento y, con los números que disponemos de momento hasta el

cierre definitivo, el aumento de ventas va a estar en torno al 10% de media, siendo la larga distancia (individuales y salidas en grupo) y el viaje de novios lo que más aumenta, lo que hace que la rentabilidad media sea bastante interesante. La agencia independiente debe optimizar sus recursos al máximo y sacar el máximo rendimiento a cada venta, orientándose a clientes y productos de alta rentabilidad.

P.- ¿Cuáles son sus previsiones para el presente ejercicio? ¿Cree que será un año más complicado?

R.- Las previsiones económicas de nuestro sector que aparecen, por ejemplo el último informe de Phocuswright, indican que será un año parecido al 2018, con un ligero crecimiento. Más que previsiones, desde Nego vemos una perspectiva en esa sintonía, de que será un año similar, aunque es muy pronto. Hay que esperar a que arranque el año.

P.- Turoperadores como Kuoni o Catai venden directamente al cliente final en sus tiendas premium. Aunque no cometen ninguna irregularidad, ¿sienta mal este tipo de prácticas a la agencia convencional?

R.- La cadena de distribución que conocíamos hace 10 o 15 años está rota y ya no existe. La omnicanalidad es una estrategia que se va imponiendo y que es algo que vamos aceptando como normal en 2019. Antes ya se daba, con otros formatos, llamándose Marsans, Viajes Iberia, Barceló o con la marca que sea. A la agencia independiente debe darle igual y pensar en ella misma. Lo más importante para la

Nuestra ambición más inmediata es aumentar cada día la calidad del servicio que damos a las agencias

agencia es tener una propuesta de valor con la que conquistar y seducir al cliente, que aporte mucho más valor que el propio producto que venden (el viaje) y eso lo conseguirán si

tienen agentes grandes con mucha profesionalidad, mucha formación, creando producto y orientándose al cliente. Esas son las agencias que tendrán menos dificultades para aferrarse al mercado.

P.- ¿Hay muchos turoperadores que, de una forma u otra, venden directamente al cliente final?

R.- Los turoperadores están en medio de una transformación de su modelo. No podemos pensar en trabajar como en los 80 o los 90. El turoperador debe encontrar también nuevas propuestas de valor con las que conquistar a la agencia y darle argumentos para que le compre. Hay mucha competencia y los tiempos cambian, todos debemos adaptarnos para estar ahí. Sobre su venta al cliente final, dependiendo de cómo y de qué manera el turoperador venda, la agencia debe decidir si como proveedor le interesa o no trabajar con él. Al final, el mercado pone a cada uno en su sitio.

Nuestro modelo será exitoso solamente si garantizamos la viabilidad de las agencias Nego

Nego.Fly cerró 2018 con casi 50 millones de euros

En Nego.Fly, nuestro consolidador aéreo interno, ha cerrado el ejercicio 2018 con casi 50 millones de euros de BSP. Con ese volumen podemos ofrecer muchas ventajas en un apartado tan importante en el negocio de la agencia de viajes como es el aéreo. Con Nego.Planet fomenta-

mos la creación de producto en la agencia, sobre todo en la media y larga distancia. Las agencias valoran cada vez más disponer de herramientas que le aporten la posibilidad de crear productos exclusivos y diferentes al que tienen el



SANTOS GARCÍA

resto de agencias de viajes. Siempre ha sido un punto fuerte de Nego el reenfoque del negocio de la agencia hacia la diferenciación y personalización, sobre todo hacia productos de alta rentabilidad, como es la larga distancia, viajes de no-

vios, salidas en grupo y viajes de lujo. También nuestra *app* exclusiva Travel Angel tiene muy buenas valoraciones, ya que permite a las agencias dar toda la documentación del viaje en el *smartphone* de los clientes, a la vez de estar conectados por chat con ellos durante el viaje.



TOURMUNDIAL

Hello world

Descuentos
Viajeros
Ofertas de
Altura

Descuento hasta

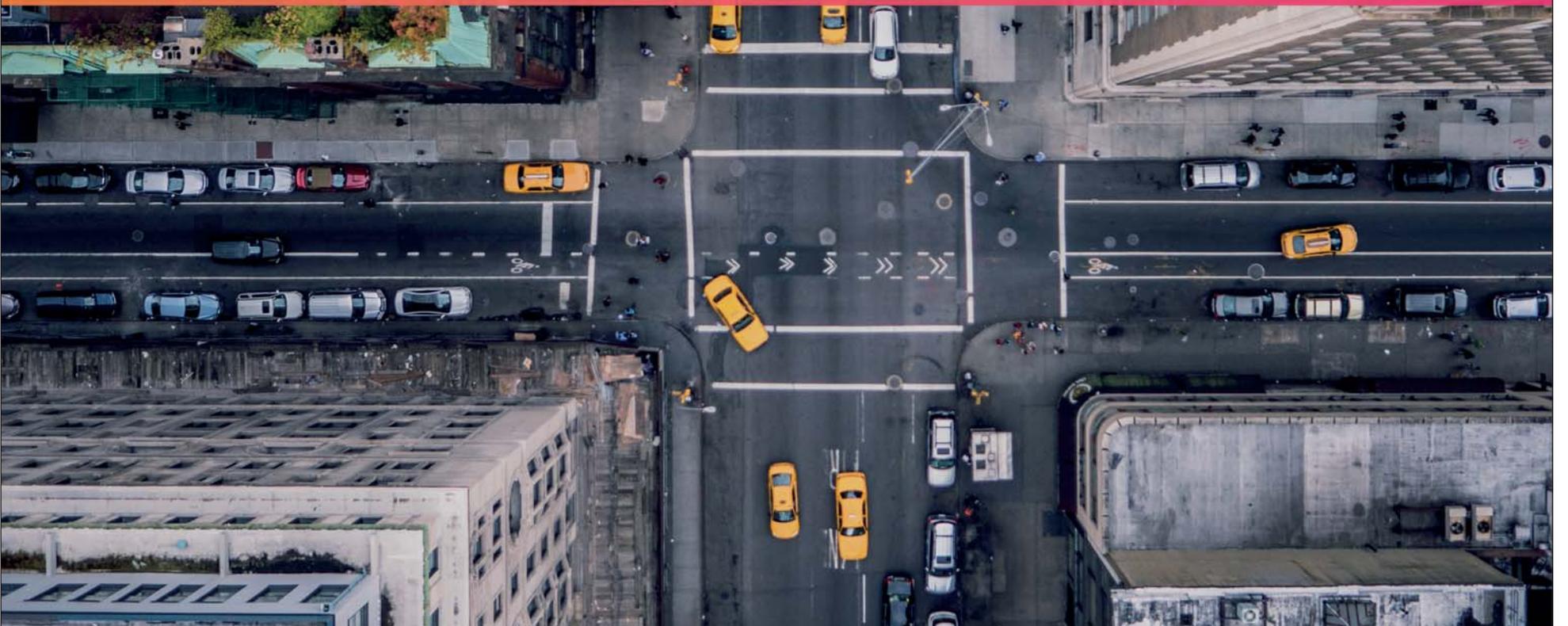
300€

Reservando del
8 al 31 de enero

En nuestros productos de largo radio con destino a **América, Asia, África, Oceanía** y en producto **Europa** en el programa **“Maravillas de Islandia”**.

Consulta condiciones

www.tourmundial.es

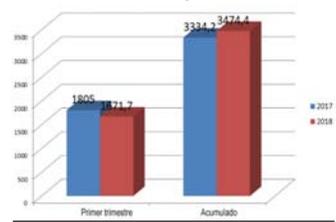


ESCAPARATE

Cae más de un 7% el gasto en 'paquetes' turísticos

En la última temporada de verano el gasto en viajes combinados se ha frenado. Tras crecer un 17,9% en el primer semestre, entre julio y septiembre, los residentes en España reducen su desembolso un 7,4%. **Pag 32**

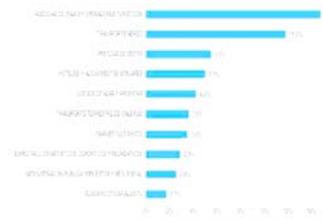
Desembolso en viajes combinados



Los ingresos por ventas 'online' crecen un 40%

Las agencias de viajes que operan en la Red protagonizan un espectacular crecimiento en la primera mitad de 2018 del 39,6%. Así, según la CNMC los ingresos ascienden a 2.720,7 millones de euros. **Pag 8**

Ramas de actividad



El poder adquisitivo de los agentes aumenta

El coste salarial (salario base, complementos y horas extraordinarias, medidos en términos brutos) de los trabajadores de agencias y turoperadores asciende hasta septiembre a 1.955,45 euros mensuales, un 2,8% más. **Pag 7**

PRONTUARIO

Drones en Gatwick, mejor prevenir

A TODOS LOS IMPLICADOS en el mundo del Turismo se nos erizó el pelo al leer la noticia sucedida hace días en el aeropuerto londinense de Gatwick, en fechas tan sensible como las navideñas, donde la aparición de dos drones incontrolados paralizó la actividad de cientos de vuelos perjudicando gravemente a unos cien mil pasajeros.

Creo que es momento de proteger a nuestros aeropuertos y a sus usuarios de estos insensatos, pues a mí me da igual que sean unos traviesos ciudadanos o unos malvados terroristas los que dispongan de la vida, del tiempo y los gastos que una acción terrorista así puede causar a los cien mil afectados, cuyos prejuicios nunca serían capaces de resarcir.



☞ ANTONIO CABALLOS

Leo en la prensa internacional que ya existen medios para luchar contra esa aviesa plaga de la aviación desalmada no tripulada. La empresa israelí Rafael Advanced Defense Systems ya comercializa una cúpula antidrones eficaz que parece ser que en mayor o menor número ya han adquirido las autoridades inglesas. Este medio ya ha sido utilizado con éxito para la caza y destrucción de estos peligrosos avioncillos, cuando como en este caso son usados para el mal.

El sistema de la Cúpula Antidron de Rafael señala el dron y bloqueando las frecuencias radiofónicas empleadas por el operador. El aparato entonces vuela sin control o se estrella directamente. El sistema incorpora además tecnología de última generación incluyendo electro óptica, radar y señalización inteligente.

Creo que es el momento de dotar a nuestros aeropuertos de tal medio u otro parecido y lógicamente con los técnicos entrenados para su utilización. Más vale prevenir que curar, enseña el viejo adagio.

☞ Antonio Caballos es agente de viajes.

Iberoamérica vuelve a volcarse con CIMET 2019: ya son 15 los países que han confirmado

Está previsto que al evento organizado por el Grupo NEXO asistan más de 200 profesionales de la industria turística

Los máximos responsables de Turismo de 15 países de Iberoamérica, incluida España, ya han confirmado su presencia en la vigésimo segun-

da edición de la Conferencia Iberoamericana de Ministros y de Empresarios de Turismo (CIMET 2019). La Conferencia, que estrena

formato, tendrá lugar en la mañana del martes 22 de enero, víspera de Fitur, en el Centro de Convenciones Norte de Ifema.

La Conferencia Iberoamericana de Ministros y de Empresarios de Turismo (CIMET) vuelve a gozar del respaldo mayoritario de los países iberoamericanos. El evento, con un formato renovado y bajo la codirección del secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Jaime Alberto Cabal, tiene confirmada la presencia de los máximos responsables de la Administración turística de 13 países. Hasta el momento, a falta de posibles nuevas incorporaciones, figuran en el mismo los ministros y viceministros de Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Ecuador, Paraguay, Puerto Rico y Venezuela, además de España, que estará representado por la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver.

Este eficaz instrumento al servicio de la internacionalización del Turismo español en Iberoamérica, objetivo con el que fue creado por el Grupo NEXO hace más de dos décadas, cambia de sede en esta edición, trasladándose al Centro de Convenciones Norte de Ifema. Como cada año,

abrirá el programa oficial de Fitur, al celebrarse el martes 22 de enero de 9.30 a 14.00 horas. Está previsto que asistan más de 200 profesionales de la industria turística.

Innovaciones

Tras el éxito de la última edición, CIMET 2019 vuelve a incorporar innovaciones. Además de las tradicionales intervenciones de los ministros, que dispondrán de cinco minutos cada uno para exponer aquellos aspectos más relevantes de los planes e incentivos que ofrecen sus respectivos gobiernos a los inversores españoles, albergará tres debates que abordarán dos de las prioridades de la OMT (nuevos retos en tecnología e innovación, formación y educación), y un nuevo producto turístico multidestino (en el Qhapaq Ñan o Gran camino Inca).

CIMET también volverá a posibilitar el encuentro directo de los empresarios españoles (pequeños, medianos y grandes) con los máximos responsables de los Gobiernos y Admi-



Tendrá lugar en el Centro de Convenciones Norte de Ifema.

nistraciones turísticas de Iberoamérica y el Caribe. En un excepcional *workshop* inverso, son los propios ministros o viceministros quienes venden sus destinos, convirtiendo a el evento en un *lobby* blanco que sirve de eficaz instrumento para la internacionalización de todas las empresas turísticas, especialmente las pymes.

Galardonada con la Medalla al Mérito Turístico, que el Gobierno concedió a los copresidentes de CIMET, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, por acuerdo del Consejo

de Ministros (y dos reales decretos), CIMET se acerca a un cuarto de siglo de existencia. Y lo hace uniendo esfuerzos con la OMT y el Consejo de Turismo de CEOE, para servir como nexo de unión entre lo público y lo privado, facilitando un punto de encuentro, eficaz y abierto a todos, de los destinos iberoamericanos y el empresariado turístico español. Los interesados en asistir pueden contactar con el comité organizador del Grupo NEXO en eventos@gruponexo.org.

La justicia vuelve a fallar a favor de IAG7 y la exime del pago a la extinta Spanair

Los 22.352 euros que le reclamaba la compañías aérea correspondía a 'billetes no volados'

Nueva victoria de IAG7 Viajes en el caso Spanair. La Audiencia Provincial de Madrid ha desestimado íntegramente la apelación presentada por la administración concursal de la extinta compañía aérea, lo que exime de forma definitiva a la agencia del pago de la cantidad de 22.352 euros que le reclamaba. "La sentencia ya es firme",



Fina Muñoz

aplaude su consejera delegada, Fina Muñoz, quien muestra su extrañeza por la decisión de Spanair de recurrir el anterior fallo del Juzgado de Primera Instancia Nº 86 de Madrid, a pesar de "lo perfectamente argumentado que estaba y lo complejo del recurso".

Como publicó NEXOTUR en enero de 2017, el citado juzgado de-

terminó que IAG7 Viajes no está obligada a devolver los 22.352 euros que le reclamaba la administración concursal de Spanair. Dicha cantidad, reembolsada a los clientes tras conocerse el cese de operaciones, corresponde a los billetes no volados. Por el contrario, la agencia sí abonó a la administración concursal unos 9.000 euros en concepto de pasajes que sí se utilizaron.

Según fuentes consultadas, mientras que otras agencias deman-

dadas por la aerolínea se han visto obligadas a pagar la cantidad reclamada (en algunos casos con reducción de la cuantía), IAG7 Viajes tuvo éxito "gracias al enfoque elegido". "Muchas agencias han ido por la vía concursal, donde la ley es taxativa, mientras que en su caso ha optado por la buena fe contractual", revelan. Recuerdan que "en el primer mes nunca hubo una instrucción clara de no devolver el dinero, siendo ésta posterior".

Los pagos por Turismo llevan creciendo desde mayo de 2016, con un incremento del 15% en octubre

Los pagos por Turismo vuelven a aumentar a doble dígito. Según la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, ascienden a 2.257 millones de euros en octubre, un 14,7% más (290 millones más que en el mismo mes de 2017).

Echando la vista atrás, el desembolso efectuado por los españoles en viajes al extranjero lleva creciendo desde mayo de 2016. Entonces se re-

gistró un repunte interanual del 8,2%, frente al retroceso del 6,1% de abril, motivado en gran medida por el adelanto de la Semana Santa. Así, los pagos por Turismo suben en octubre por trigésimo mes consecutivo, tendencia que viene a demostrar la fortaleza del mercado emisor español.

De enero a octubre de 2018, los pagos por Turismo ascienden a 18.374 millones de euros. Se trata de un in-

cremento del 12,3% en comparación con los 16.364 millones de euros alcanzados en el mismo periodo de 2017.

A falta de dos meses para cerrar el ejercicio, parece más que evidente que se superará con creces la cifra récord registrada en 2017. Como ha publicado NEXOTUR, en el global de dicho año los españoles gastaron 19.729 millones de euros, un 13,1% más que en 2016.

La tendencia no es tan favorable en el Turismo receptivo. Después de varios años con espectaculares crecimientos, se observa en 2018 una clara desaceleración provocada por la recuperación de destinos competidores, entre otros factores. Pese a todo ello, la evolución continúa siendo positiva, con una tasa interanual del 3,3% en los diez primeros meses del año (55.161 millones de euros).



Los pagos ascienden a 2.257 millones.

El salario de los agentes aumenta un 3% en 2018

A pesar del mal inicio de año, con un retroceso del 0,6% en el primer trimestre, el coste salarial (salario base, complementos y horas extraordinarias, medidos en términos brutos) de los trabajadores de agencias y turoperadores sube de forma significativa en 2018. Asciende en los nueve primeros meses a 1.955,45 euros mensuales, un 2,8% más frente a los 1.902,37 euros de 2017.

Teniendo en cuenta que el IPC ha cerrado este periodo con un tímido repunte del 0,8%, el poder adquisitivo sube en dos puntos porcentuales. Además, como ya ocurrió en el global de 2017, la subida salarial es superior a la del 1,5% fijada en el Convenio Colectivo Laboral de Ámbito Estatal para el Sector de Agencias de Viajes.

Por trimestres, el mayor crecimiento corresponde al segundo, cuando los sueldos subieron un 4,8%, hasta 2.007,59 euros. En el tercero la tasa también es muy favorable (4,2%), con un coste salarial medio de 1.929,08 euros, mientras que en el primero se produjo una caída del 0,6%, con 1.929,69 euros.

Cuatro años al alza

Como publicó NEXOTUR, en 2017 se produjo el cuarto incremento consecutivo. El coste salarial de los agentes de viajes ascendió a 1.941,1 euros mensuales, un 2% más. Teniendo en cuenta que el IPC cerró 2017 con un repunte del 1,1%, el poder adquisitivo escaló 0,9 puntos porcentuales. La subida salarial también fue superior al 1,5% estipulado en el Convenio.

En 2016, el coste salarial se situó en 1.875,3 euros, un 2,4% más, frente a la subida del 1% acordada entre empresarios y sindicatos y del 1,6% del IPC. En 2015 el salario bruto creció un 3,5%, con 1.831,9 euros, mientras que tanto el IPC como la variación fijada en el Convenio fueron del 0%.

En cambio, en 2014 el salario medio de los agentes, que fue de 1.751,5 euros, subió por debajo de lo estipulado en el Convenio, con tasas respectivas del 1% y del 1,5%. El IPC general retrocedió en aquel ejercicio un 1%. El último descenso correspondió a 2013, cuando el coste salarial cayó un 2,8%, pasando de 1.803,2 euros en 2012 a 1.751,5 euros en 2013.

2019

Fitur

Madrid

23-27 enero

fituronline.com

SOMOS TURISMO

MIEMBRO DE

TRANSPORTISTA OFICIAL

ORGANIZA

IFEMA
Feria de Madrid

Menos ventas por los 'chalecos amarillos'

Las protestas de los 'chalecos amarillos' impactan de lleno en el negocio de las agencias de viajes. Según Enterprise du Voyage (EDV), los franceses "han reducido de forma significativa sus reservas de viajes por el propio país para la temporada invernal". En concreto, cifra en un 3% el retroceso de las reservas efectuadas en noviembre, caída que contrasta con el repunte del 4% de octubre.

Iberia lidera subida de pasajeros de IAG en 2018

International Airlines Group (IAG) ha transportado 112,9 millones de pasajeros en 2018, un 7,7% más. La demanda medida en pasajeros por kilómetro operado se eleva un 7,1% y la oferta aumenta un 6,1%. El factor de ocupación se eleva 0,7 puntos porcentuales, hasta el 83,3%. Iberia protagoniza el mayor aumento con una tasa interanual del 11,7% en pasajeros transportados por kilómetro operado.

Punta del Este consigue el UNWTO.QUEST

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha entregado la Certificación UNWTO.QUEST a Punta del Este Convention Bureau, convirtiéndose así en la primera organización de gestión de destino del mundo en recibir este reconocimiento en temas de gobernanza y calidad. Este proyecto se ha creado para avanzar en la excelencia y la calidad en materia de liderazgo estratégico, gestión y gobernanza.

Travel Advisors aconseja contratar seguros de viaje

Travel Advisors Guild (TAG) aconseja a los viajeros, a través de sus agencias asociadas, la contratación de seguros de viaje para su tranquilidad, ya sea para un desplazamiento por motivos de negocio como para disfrutar de unas vacaciones. Estos productos, además de la tranquilidad que generan en los viajeros ante posibles imprevistos, pueden ahorrar una gran cantidad de dinero.

CEAV tacha de 'imprudente' la aprobación exprés de la Ley de Viajes Combinados

'No nos hemos sentido apoyados por la Secretaría de Estado de Turismo', lamenta CEAV

Después de tres años para transponer la Directiva de Viajes Combinados, CEAV considera "imprudente" el hecho de que el Gobierno no haya dado plazo alguno

a las agencias para adaptarse a la recién aprobada Ley de Viajes Combinados. También niega que vaya a generar grandes ahorros.

Además de por su contenido, con nuevas obligaciones para las empresas que distribuyan viajes combinados, la nueva Ley de Viajes Combinados supone un duro contratiempo para agencias y turoperadores como consecuencia del impacto que conlleva su aprobación exprés. Así lo denuncia la gerente de CEAV, Mercedes Tejero, quien considera "imprudente" que "después de tres años para transponer la Directiva de Viajes Combinados", el Gobierno central "haya exigido a las agencias que la apliquen de forma inmediata".



Mercedes Tejero

Seguridad Alimentaria y Nutrición (Aecosan), organismo encargado de la redacción de la nueva normativa, un plazo de adaptación de seis meses", recuerda Tejero, argumentando que "son muchas las agencias con catálogos ya publicados que ahora deberán ser adaptados". Asimismo, explica que "tampoco nos hemos sentido apoyados en esta ocasión por la Secretaría de Estado de Turismo, que ni siquiera ha logrado un periodo de adaptación razonable".

Nuevos contratos

En relación al supuesto ahorro para las empresas del Sector de 655 millones de euros que, según estimaciones del Gobierno, generará la nueva Ley de Viajes Combinados (en cargas administrativas por el suministro de información electrónica a terceros), la gerente de CEAV opina que "esto nos es cierto". Según argumen-

ta, "aunque desde el Ejecutivo se han enorgullecido en decir que la nueva norma ahorrará mucho dinero en catálogos físicos, éstos ya se venían publicando de forma online".

Por otro lado, Tejero avanza a este periódico que "CEAV tendrá preparados esta semana los nuevos modelos de contratos para sus agencias asociadas, haciendo un esfuerzo enorme que desde Consumo no han hecho durante estos tres años". "Desde las Asociaciones y las agencias estamos trabajando a marchas forzadas, más aún en las fechas en que nos encontramos", concluye Tejero.

Por último, la Confederación, que ha liderado en todo momento las acciones en busca de un cambio normativo lo menos dañino posible, lamenta que "las nuevas exigencias son excesivas para un Sector mermado en cuanto a rentabilidad". "Creemos que el consumidor debe ser protegido, pero no hasta el límite de sobrecargar a un Sector que da empleo directo a más de 60.000 trabajadores", sentencia.

Los ingresos de las agencias de viajes 'online' se disparan en un 40% durante el primer semestre del pasado 2018

Los últimos datos analizados por la CNMC están muy por encima del récord del año 2017

Las agencias de viajes que operan en la Red protagonizan un espectacular crecimiento en la primera mitad de 2018. Según los últimos datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), sus ingresos ascienden a 2.720,7 millones de euros, un 39,6% más que en los mismos meses de 2017.

Llama la atención esta evolución si se tiene en cuenta que en 2017 se superaron todos los registros. Como avanzó NEXOTUR, el volumen de negocio de minoristas y turoperadores ascendió en el global de dicho año a 4.124,7 millones de euros, la mejor cifra de toda la serie histórica y un 20,4% superior que en 2016. Un año antes,

su facturación fue de 3.425,1 millones, un 3,5% por debajo del ejercicio anterior, mientras que en 2015 lograron un aumento del 25,5%, pasando de los 2.828,8 millones que facturaron en 2014 a 3.549,8 millones.

Cuota cercana al 15%

En el segundo trimestre, los ingresos online de las agencias se sitúan en 1.381,5 millones de euros, un 30,7% más en comparación con los 1.056,3 millones del mismo periodo de 2017. En total, el comercio electrónico registra en España un incremento del 27,2% en el segundo trimestre, con 9.333 millones.

Los sectores de actividad con mayores ingresos son agencias de viajes y turoperadores, con el 14,8% de la facturación total; el transporte aéreo, con el 11,8%, y las prendas de vestir, en tercer lugar con el 5,5%. La cuarta posición es para los hoteles y otras formas de alojamiento, cuya cuota se sitúa en el 5,1%, mientras que el transporte terrestre de viajeros figura en sexto lugar con un peso del 3,6%.

Si nos fijamos en el número de transacciones, en el segundo trimestre de 2018 se han registrado 159 millones, un 34,8% más que en los mismos meses de 2017. El transporte terrestre de viajeros lidera este ranking con un porcentaje del 7,7%,

Las compañías aéreas empiezan a probar la solución IATA Pay

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) avanza en el desarrollo de IATA Pay, nuevo sistema que permite a los clientes adquirir billetes de avión a través de las páginas web de las aerolíneas realizando pagos directos desde su cuenta bancaria a la del proveedor. El lobby aéreo revela que ya se han realizado las primeras transacciones a modo de prueba en alianza con la empresa Ipagoo.

Con este proyecto, la industria aérea persigue reducir costes y combatir el fraude. En este sentido, IATA destaca que este método ofrece "un nivel de seguridad extremadamente alto tanto para el usuario como para el destinatario". También hace hincapié en que el traspaso del dinero "es casi instantáneo" y que la simplicidad del proceso de venta traerá consigo una mejor tasa de conversión.

Sostenibilidad financiera

En palabras del vicepresidente senior de servicios financieros y de distribución de IATA, Aleksander Popovich, "IATA Pay responde a las expectativas de los consumidores de hoy, especialmente los millennials", que quieren "múltiples opciones de pago". "Al mismo tiempo, las aerolíneas están tratando de rebajar los costos de las tarjetas im-



El vicepresidente senior de distribución de IATA, Aleksander Popovich.

portantes, que ascienden a 8.000 millones de dólares (6.986,9 millones de euros) y van en aumento", prosigue, detallando que "una gran parte de esta cantidad corresponde a las compras directas en los 'portales' de las aerolíneas". "Uno de los objetivos estratégicos de la IATA es apoyar la sostenibilidad financiera de las aerolíneas, incluido el control de los costos", sentencia.

Por su parte, el CEO de Ipagoo, Carlos Sánchez, se muestra "encantado de haber completado la primera transacción en vivo de Open Banking para la industria de las aerolíneas, ayudando a IATA y sus miembros a lograr sus objetivos de eficiencia operativa y financiera". "La tecnología de Ipagoo proporciona un servicio bancario seguro en varios países para IATA", añade.

Actividad con mayor volumen de netocio 'online'



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). © NEXOTUR

mientras que el transporte aéreo y las agencias de viajes ocupan la séptima y novena posición, con pesos respectivos del 4,1% y 2,7%.

Mundosenior ofrece vehículos de alquiler

Mundosenior amplía la cartera de productos y servicios que pone a disposición de los beneficiarios del programa de Turismo del Imsero. Según anuncia en su página web, ofrece a sus clientes la posibilidad de "alquilar coche de forma cómoda, rápida y a precios especiales". Por su parte, Mundosenior Plus también anuncia la incorporación de este servicio.

Fitur Gay (LGBT+), uno de los atractivos de Fitur

Fitur acogerá un año más la sección monográfica Fitur Gay (LGBT+), que contará por primera vez con las participaciones de Nueva York, Portugal y Tailandia. Bajo el lema '50 Aniversario Stone Wall New York', este espacio organizado en colaboración con la marca de consultoría LGBT Diversity Consulting Internacional, contará con más de 60 ponentes en los debates y presentaciones.

Bedsonline amplía 3% la comisión de las reservas

Bedsonline ha anunciado el lanzamiento de una campaña especial para año nuevo en la que ofrece una comisión adicional del 3% para sus clientes de todo el mundo. La campaña se inició el 17 de diciembre y ahora se extenderá hasta el 17 de enero de 2019 para reservas de hoteles realizadas a través de la plataforma Bedsonline. La oferta es válida para cualquier destino.

Aumenta casi un 5% el Turismo en Extremadura

La consejera de Economía e Infraestructuras, Olga García, ha felicitado a los representantes del Sector Turístico en Extremadura por las "excelentes cifras" que está alcanzado el turismo en la región. En su intervención en el Consejo de Turismo de Extremadura, ha avanzado que "muy probable el cierre de 2018 nos dé un nuevo récord de turistas, con más de un millón ochocientos mil viajeros".

Indignación en Argentina con la dureza de IATA con las agencias que aumentan las ventas significativamente

FAEVYT aconseja informar al 'lobby' aéreo por partida doble por el 'portal' del cliente y con la compañía aérea

IATA está negando la posibilidad de emisión a aquellas agencias de viajes que registran un aumento significativo en la venta de billetes de avión. Así lo denuncia FAEVYT, que califica la medida de "intempestiva y extrema".

Las imposiciones de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) también generan gran malestar en Sudamérica. La Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (FAEVYT), a través de su comi-

sión de transporte aéreo, denuncia que el lobby aéreo está negando la posibilidad de emisión a las agencias en aquellos casos en los que observa un aumento significativo en la venta de pasajes.

Repudian conducta

"Repudiamos esta conducta y hemos planteado en reiteradas ocasiones nuestra discrepancia frente a la acción intempestiva y extrema de IATA", subraya la Federación

que preside Gustavo Hani. En este sentido, critica la falta de actualización del sistema de alertas preventivas de fraude.

Mientras continúa insistiendo "en la importancia de revertir esta medida y ajustarla a la realidad de nuestra moneda", recomienda a sus agencias asociadas "informar con antelación suficiente cualquier situación atípica, en especial cuando se trata de emisiones de grupos". En concreto, aconseja comunicar la incidencia a través del 'por-

tal' del cliente y, además, ponerse en contacto con la compañía aérea "para garantizar que el informe llega, en tiempo y forma, a la oficina local de IATA".

"Resulta fundamental poner en preaviso a IATA ante cualquier emisión que exceda la habitual realizada por su agencia, y de este modo evitar que se disparen las alarmas desconectando (sin mediar aviso alguno) la capacidad de emisión, con todos los inconvenientes que esto trae aparejado", sentencia.



El presidente de FAEVYT, Gustavo Hani.




SÍGUENOS EN LAS REDES SOCIALES

- Más de 40 vídeos propios para ti y tus clientes
- Información del sector
- Noticias y novedades de Grupo GEA
- Material y enlaces de interés para el consumidor



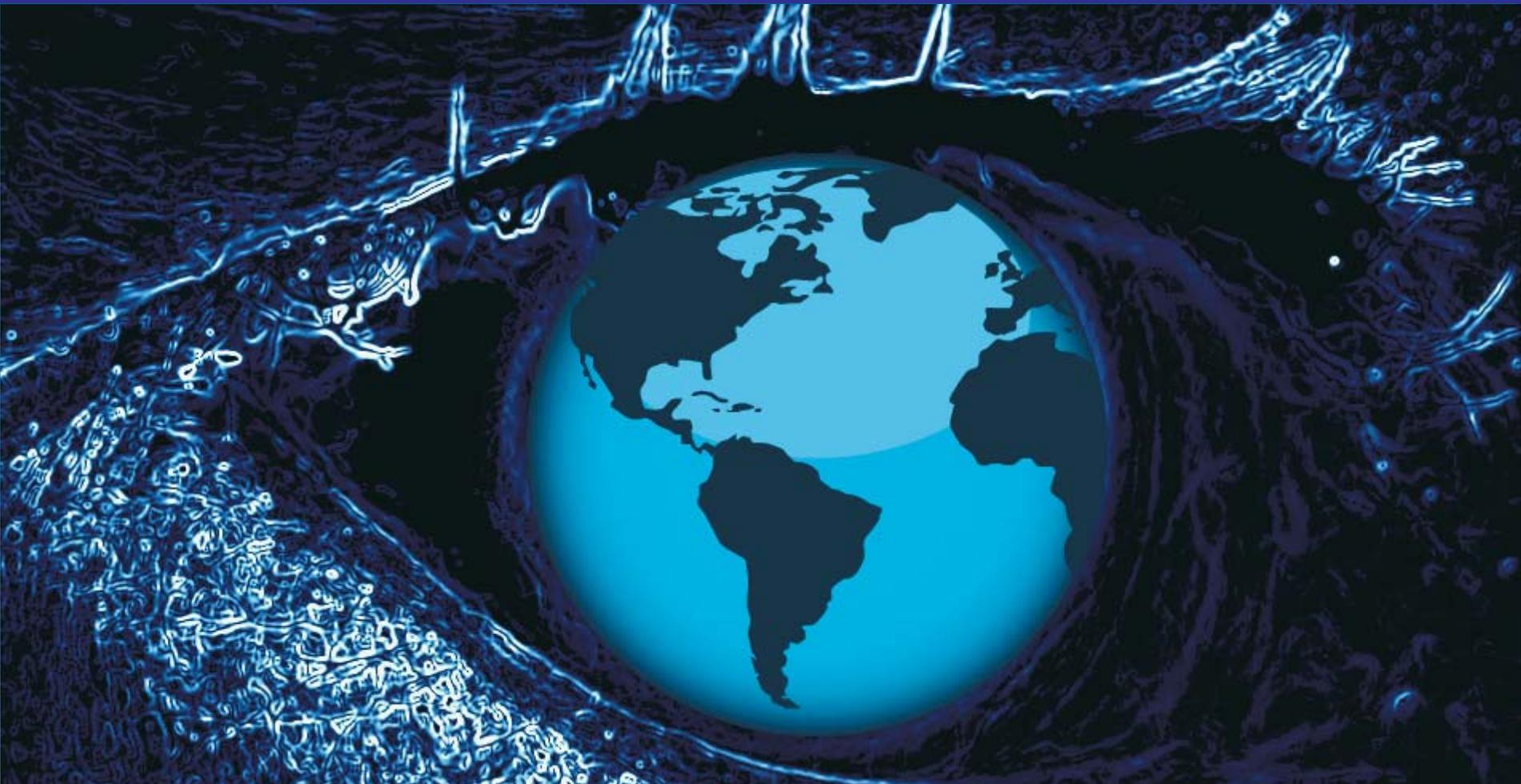
GrupoGEA.Spain
mundigea.spain

+ de 70.000 seguidores



GEATRAVELMEDIA





Una Visión Global del Turismo entre Iberoamérica y España



XXII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo

Martes, 22 de enero de 2019
Centro de Convenciones Norte de Ifema

ORGANIZA



PATROCINAN



CIMET es una Conferencia organizada por Grupo NEXO, en colaboración con OMT, CEOE y FITUR

COLABORAN



ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO



FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO



Agencias británicas intentan tranquilizar a sus clientes ante el temor a un Brexit duro

ABTA destaca que los aviones seguirán volando entre Reino Unido y la Unión Europea después del 29 de marzo

ABTA insiste en que, con independencia de que haya o no acuerdo en la negociación del Brexit, los aviones seguirán volando entre Reino Unido y la Unión Europea. En un documento elabora-

do por la Asociación británica para tranquilizar a sus clientes, explica que en el caso de que la negociación llegue a buen puerto "habrá un periodo de transición, lo que significa que

todo seguirá igual hasta diciembre de 2020". Y en un escenario sin acuerdo "la Comisión Europea ya ha aclarado que las aerolíneas británicas podrán seguir operando vuelos".

Reino Unido, uno de los grandes mercados emisores de Europa, parece tambalearse por momentos ante la incertidumbre que está generando la difícil negociación del Brexit. Mientras que las empresas turísticas con intereses en la Unión Europea y Reino Unido estudian cómo minimizar el impacto que supondría que no se llegue a un acuerdo antes del 29 de marzo, las agencias de viajes británicas intentan tranquilizar a sus clientes.

En un documento elaborado por la Asociación Británica de Agencias de Viajes (ABTA), se insiste en primer lugar en que, con independencia de que haya o no acuerdo, los aviones seguirán volando entre Reino Unido y la Unión Europea. En el caso de que la negociación llegue a buen puerto, explica que "habrá un periodo de transición, lo que significa que todo seguirá igual hasta diciembre de 2020". Mientras tanto, en un escena-

rio sin acuerdo "la Comisión Europea ya ha aclarado que las aerolíneas británicas podrán seguir operando vuelos y el Gobierno británico ha ofrecido garantías similares para las compañías aéreas de Europa", añade.

Endurecimiento de requisitos

En relación al posible endurecimiento de los requisitos de entrada en la Unión Europea, ABTA incide en que "la Comisión Europea ya adelantó en noviembre de 2018 que, incluso en un escenario sin acuerdo, los viajeros británicos podrán seguir accediendo a la Unión Europea sin visado, siempre que haya reciprocidad por parte de Reino Unido". Previsiblemente sería a partir de 2021 cuando los ciudadanos británicos se verían obligados a pagar una tarifa (alrededor de siete euros) por la exención de visado, algo similar a lo que ocurre con los turistas estadounidenses.

Aunque en todo momento descarta la posibilidad de que el Brexit duro provoque la cancelación de viajes ya reservados, ABTA hace referencia a la elevadísima protección de la que disfrutaban los clientes que contratan viajes combinados. "Si reserva un 'paquete', sus vacaciones estarán protegidas por la regulación correspondiente, lo que significa que tiene derecho a un reembolso completo si su viaje ya no puede ser proporcionado", aclara.

Pese a todo ello, la Asociación reconoce que hay cosas que sí cambiarán a partir del 29 de marzo, por lo que hace una serie de recomendaciones a los clientes. En primer lugar, pide a los turistas que verifiquen la fecha de vencimiento de su pasaporte, asegurándose de que al menos le queden seis meses antes de su llegada al país. También aclara que en el caso de un Brexit sin acuerdo, las tarjetas europeas de salud



ABTA da una serie de consejos a los clientes de agencias y turoperadores.

registradas en Reino Unido ya no serán válidas, por lo que aconseja la contratación de un seguro de viaje.

Los ciudadanos británicos que deseen conducir en la Unión Europea precisarán, a partir del 29 de marzo, de un permiso de conducción internacional, cuyo coste es de 5,50 libras (algo más de seis euros). Ante el previsible aluvión de peticiones,

el Gobierno británico está trabajando en la ampliación de la red de oficinas de correos donde se puede solicitar. Por otro lado, si Reino Unido se va sin un acuerdo, los ciudadanos que conduzcan su vehículo dentro de la Unión Europea deberán obtener y llevar una tarjeta verde física para que su seguro de automóvil sea aplicable.

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

Benidorm, primer Destino Turístico Inteligente

Benidorm se ha convertido en el primer Destino Turístico Inteligente (DTI) del mundo tras haber conseguido la 'Q' que otorga el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE). Lo ha logrado después de superar la auditoría conforme a la norma UNE 178501 de Sistema de gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes, promovida por Segittur en el seno de la Asociación Española de Normalización.

Segittur elige finalistas de su concurso de 'apps'

Segittur selecciona a los finalistas de 'The AppTourism Awards', cuyos premios se entregarán el 24 de enero en el marco de Fitur Know How & Export. Se han presentado al concurso 48 aplicaciones turísticas (26 nacionales y 22 extranjeras), de las cuales han sido elegidas tres por cada categoría: guía de destino, servicios turísticos y Turismo temático.

Qatar Airways compra el 5% de China Southern

Dentro de su estrategia de inversión en aerolíneas sólidas y de mejora de las operaciones y la conectividad de su red, Qatar Airways se ha hecho con el 5% de las acciones de China Southern Airlines. Su entrada en la aerolínea asiática se suma a su 20% en International Airlines Group (IAG), así como a sus inversiones en Latam Airlines Group (10%), Air Italy (49%) y Cathay Pacific (9,99%).

El Camino Francés de Santiago, más accesible

La Xunta de Galicia y Fundación ONCE trabajarán juntas para mejorar la accesibilidad del Camino Francés de Santiago (el más transitado), gracias a un convenio de colaboración suscrito por las dos entidades en la capital gallega. El Camino Francés está declarado Bien de Interés Cultural y Patrimonio de la Humanidad, además de ser la ruta más transitada a Santiago.

'El objetivo para 2019 es mantener la senda de crecimiento de la rentabilidad', asegura Oliver

'Todo apunta a que cerraremos 2018 con un número de llegadas similar, pero con un gasto notablemente superior', según la secretaria de Estado de Turismo

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, destaca que "a falta de conocer las cifras de diciembre, todo apunta que cerraremos 2018 con un número de llegadas similar, pero con

un gasto notablemente superior, de lo cual nos alegramos". "Nuestro objetivo para este nuevo año es mantener esta senda de crecimiento de la rentabilidad y de consolidación de los flu-

jos turísticos", avanza. Así, hasta noviembre, último mes con datos, los 78,4 millones de viajeros recibidos (un 0,7% más), han desembolsado 84.811 millones de euros, un 2,8% más.

El destino España hace los deberes. Mientras que la llegada de turistas internacionales tiende a estabilizarse, el gasto efectuado por los mismos muestra una tendencia favorable. Los 78,4 millones de viajeros recibidos hasta noviembre, un 0,7% más que en 2017, han desembolsado 84.811 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 2,8%, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). El gasto medio por turista se eleva un 2,1% en los 11 primeros meses, ascendiendo a 1.082 euros, mientras que el diario lo hace un 6,4%, hasta los 147 euros.

En noviembre han llegado 4,5 millones de turistas, lo que represen-

ta un aumento del 3,6%. Su desembolso sube un 5,3%, hasta 4.890 millones de euros. El gasto medio diario de los viajeros procedentes del extranjero en el undécimo mes del año repunta un 12,4%, situándose en 155 euros.

Consolidar flujos turísticos

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, destaca que "a falta de conocer las cifras de diciembre, todo apunta que cerraremos 2018 con un número de llegadas similar, pero con un gasto notablemente superior, de lo cual nos alegramos". "Nuestro objetivo para

este nuevo año es mantener esta senda de crecimiento de la rentabilidad y de consolidación de los flujos turísticos", avanza.

En los 11 primeros meses de 2018 los principales mercados emisores son Reino Unido, con más de 17,6 millones de turistas internacionales, Alemania, con casi 10,9 millones, y Francia, con 10,8 millones. Destacan los incrementos protagonizados por mercados lejanos de gran importancia para España, como son Estados Unidos, con un aumento del 10,9%, y Rusia, con una tasa del 5,8%.

Cataluña repite como la Comunidad autónoma que más turistas re-

cibe con más de 18,1 millones, seguida de Baleares, con casi 13,7 millones, y Canarias, con 12,5 millones. Como viene siendo habitual en los últimos meses, destaca el incremento registrado por la Comunidad de Madrid, que supera los 6,5 millones de llegadas tras crecer un 6%.

Las Comunidades de destino principal con mayor gasto hasta noviembre son Cataluña (19.530 millones de euros, un 6,5% más), Canarias (15.487 millones y un incremento del 1,6%) y Baleares (14.637 millones y un repunte del 1,1%). En cuanto a los mercados emisores, Reino Unido es líder indiscutible con 17.133 millones de euros



La secretaria de Estado, Isabel Oliver.

(+2,8%). Le siguen Alemania, con 11.426 millones (-2,4%), y Francia, con 7.035 millones (+4,8%).

Flexibilidad, creatividad, comunicación y personalización, claves en el MICE

Los cambios en la demanda obligan a modificar la organización de los eventos corporativos

El sector de los eventos corporativos a nivel mundial estará marcado este 2019 por un incremento en los precios de los proveedores y un cambio en la demanda que obligarán a los organizadores a modificar la gestión de estos encuentros. Ante esta situación, según un informe de BCD Meetings & Events, serán claves aspectos como la flexibilidad, la creatividad, la comunicación y la personalización.

El informe 'What's Trending 2019' detecta para 2019 un incremento generalizado de los precios de los proveedores de eventos (aéreo, hotel, etc.), por lo que la flexibilidad en fechas y ubicación, según destaca BCD M&E, será importante para conseguir mejores tarifas. En este sentido, aparecen como sedes espacios singulares para celebrar todo tipo de reuniones y eventos, como antiguas propiedades industriales reconvertidas como *venues*.

Asimismo, la aparición como asistentes de una nueva generación de profesionales, la llamada generación *millennial*, obliga a los organizadores



Habrà un incremento generalizado de los precios de los proveedores de eventos.

res a potenciar su creatividad y a crear programas atractivos que llamen la atención de estas personas para, en primer lugar, lograr su asistencia, y en segundo lugar, para conseguir los objetivos de las empresas durante la celebración del evento.

En línea con lo anterior, la comunicación de los distintos aspectos del evento es clave, y más con la generación *millennial*. Así, es necesario crear una estrategia de comunicación en la que lo digital esté presente. En este sentido, BCD M&E recomienda

la creación de un hashtag propio del evento y la colaboración de influencers para potenciar la imagen del evento y multiplicar su impacto.

Por último, la personalización de los eventos es esencial. En el informe se apunta la tendencia hacia el trato individualizado con el que cada asistente se sienta importante y conecte con los objetivos de las empresas. Así, señala como ejemplos la organización de actividades con familiares y experiencias originales y exclusivas, o reducir el número de invitados.

Ifema ya luce en el Palacio Municipal de Congresos

Feria de Madrid (Ifema) ya está gestionando las instalaciones del Palacio Municipal de Congresos bajo la denominación 'Ifema Palacio Municipal'. Con la incorporación de esta infraestructura, Ifema aumenta su oferta de espacios para eventos, sobre todo para la organización de grandes congresos internacionales.

Desde la institución ferial han señalado que se destinarán 10 millones de euros para poner a pleno rendimiento el palacio, unos trabajos que mejorarán su tecnología y funcionalidad. Estas tareas se llevarán a cabo sin afectar a la actividad normal del recinto, que cuenta con diversos eventos para los próximos meses.

Con todo ello, la gestión de Ifema en el Palacio Municipal de Congresos —durante los próximos 25 años, según el acuerdo firmado con el Ayuntamiento de Madrid— implicará según las estimaciones de la institución ferial, un aumento de su actividad, que generará anualmente un impacto económico de más de 300 millones de euros.

"El objetivo de Ifema con este nuevo reto es impulsar su



Fachada con el logo de Ifema.

competitividad y sus estrategias comerciales, especialmente dirigidas al mercado internacional, y consolidar Madrid como uno de los principales destinos mundiales para el turismo de negocios por su gran oferta de espacios y por la especialización y alta capacidad de gestión de Ifema", han destacado desde la institución.

Ifema Palacio Municipal ofrece dos auditorios de gran capacidad, amplias zonas expositivas, una gran sala polivalente y 28 salas de distintas capacidades. En total, más de 30.000 metros cuadrados útiles, entre los que destaca el Auditorio A, con 1.812 butacas.

Europcar comienza su proyecto de conectividad

Europcar Mobility Group ha iniciado en España su proyecto global coches conectados con la conexión de 1.000 coches en Palma de Mallorca. El proyecto, llevado a cabo en España a través de un acuerdo con Telefónica, es la punta de lanza de un ambicioso programa con el que el grupo va a implantar, durante 2019 y de manera masiva, soluciones de conectividad donde opera.

Eurowings ofrece la facturación automática

Eurowings ha lanzado un nuevo servicio en el aeropuerto de Hamburgo para facturar automáticamente el equipaje. A partir de ahora los pasajeros pueden utilizar el servicio de facturación automática de equipaje en este aeropuerto alemán en uno de los 10 quioscos de autoservicio que se han instalado en la Terminal 1. En ellos podrán disfrutar de diferentes servicios.

Socibus estrena página 'web' y 'app' de ventas

Socibus ha estrenado nuevo sistema de venta online. En los últimos meses, la empresa de autobuses ha llevado a cabo las pruebas necesarias para llevar a cabo una transición segura para los clientes. Entre las novedades que incorpora la nueva web está la posibilidad de guardar y utilizar pasajeros frecuentes, aportando mayor comodidad y rapidez en las compras.

Ethiopian Airlines impulsa la digitalización

Ethiopian Airlines quiere digitalizar la experiencia del cliente fomentando el uso de su aplicación y su página web para facilitar la gestión de las reservas y otros trámites. También a través de estos canales los clientes pueden administrar el programa de fidelización y su cuenta personal de ShebaMiles, y verificar el estado de los vuelos, entre otros servicios.

Los hoteleros fracasan en su intento de rebajar la dependencia de grandes plataformas 'online'

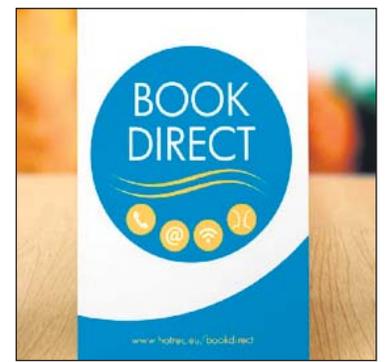
'Los consumidores se sienten más cómodos comprando a través de intermediarios', sostiene Hotelbeds

Los hoteleros no consiguen reducir su dependencia de las grandes plataformas de distribución turística. A pesar de los esfuerzos por impulsar la venta directa, con acciones como la campaña puesta en marcha por la Organización Empresarial Europea de Hostelería y Restauración (HOTREC) con este objetivo, el sector sigue bajo el dominio de los grandes grupos online. Y ello a pesar de la victoria de los grandes lobbies hoteleros, que han logrado que las polémicas cláusulas de paridad estén prohibidas en

más de la mitad del mercado turístico de la Unión Europea (Alemania, Austria, Bélgica, Francia, Italia y Suecia). Según revela el director de ventas de Hotelbeds, Sam Turner, lejos de reducirse, la intermediación se ha fortalecido en 2018 y lo continuará haciendo en el presente 2019. "En 2018, la intermediación ha registrado otra vez un incremento en la venta de alojamiento, superando el crecimiento de las ventas a través del canal directo". "Esto se explica en parte porque las tres plataformas online más grandes

del mundo, Expedia, Booking y Ctrip, están creciendo al doble de velocidad que el canal directo", detalla. **Tres controlan más del 90%** Asimismo, afirma que "esta tendencia, donde la intermediación crece por encima del canal directo, continuará durante el próximo año". "Esto demuestra que los consumidores se sienten más cómodos comprando a través de intermediarios que directamente con el hotel", concluye.

Según los últimos datos de HOTREC, basados en observaciones de más de 3.400 hoteles de toda Europa, las tres grandes plataformas online controlan el 92% de las reservas indirectas realizadas en la Red (en algunos países incluso más). Booking, el gran dominador del negocio, ha reforzado aún más su posición de liderazgo en los últimos años, representando el 66,4% de las contrataciones indirectas, frente al porcentaje del 60% de 2016. Le siguen Expedia con un 16,6%.



Lanzó campaña de venta directa.

¡YA DISPONIBLE!

Comparador de Hoteles EXCLUSIVO



Mucho más que un grupo de gestión



Una forma más fácil de trabajar

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



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

**HISTORIA
DEL TURISMO
EMISOR EN ESPAÑA**

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

Air France presenta una nueva web compatible



La web de Air France, disponible desde cualquier terminal, mantiene una

información semejante a la versión anterior, y una completa gestión de reservas de sus vuelos, pero no disponible para las agencias a las que ofrece sus sistema de franquicias.

Nueva web de Catalonia sin gestión para agencias



Catalonia presenta una nueva versión *responsive* de su página web, en

la que con un adecuado diseño ofrece una completa información de sus hoteles y una sencilla gestión de reservas, que ya no está disponible para las agencias de viajes.

Transporte terrestre con Autobuses Salmantinos



Autobuses Salmantinos presenta una página de cuidado diseño en

la que ofrece una información adecuada sobre sus líneas regulares, tarifas y puntos de venta, pero muy poca sobre la empresa y sobre sus servicios discrecionales.

Pamplona ofrece página sobre su tarjeta turística



El Ayuntamiento de Pamplona ha sustituido su página de Turismo por una

nueva sobre su tarjeta turística y la forma de conseguirla, pero con menos información sobre sus atractivos de interés y ninguna sobre alojamientos y otros servicios.

Mejora en plataforma B2B de World2Meet

La plataforma de reservas de World2Meet Pro, turoperador de Iberostar, añade un práctico filtro que permite mostrar u ocultar las tarifas no reembolsables. Esta mejora persigue agilizar el trabajo de las agencias de viajes, especialmente en el segmento corporativo, más sensible a los cambios de última hora.

En palabras del director de W2M Pro en España, Fernando Lucini, "conscientes del problema que supone la venta en determinados casos de las tarifas no reembolsables, hemos creado este nuevo filtro en la web". "Las agencias de viajes podrán des-



El director de W2M Pro en España, Fernando Lucini.

cartar o no la visualización y venta de servicios con este tipo de costes", añade Lucini.

Hotrec lanza una plataforma en línea para llegar a las hoteleras

El objetivo, ofrecer una mayor visibilidad a las empresas nuevas para llegar a las hoteleras

Hotrec ha lanzado una plataforma en línea para empresas de nueva creación, que ofrecen sus servicios a empresas hoteleras en diferentes campos de operación, como *marketing*, robótica o recursos humanos. Esta plataforma permitirá facilitar la recopilación de suministros (empresas nuevas que ofrecen servicios a empresas de hostelería) y demanda (empresas de hostelería que buscan ideas y so-



Christian de Barrin

cios para resolver sus desafíos). Las empresas de nueva creación pueden indicar su ubicación y territorio de actividad, lo que permite a las empresas hoteleras encontrar fácilmente sus soluciones empresariales próximas.

Con esta iniciativa, busca ayudar especialmente a las pequeñas empresas de nueva creación a demostrar sus habilidades en el mercado y a las empresas de hoste-

ría a encontrar soluciones y socios más fáciles para los desafíos emergentes. La participación es gratuita y está abierta a todas las empresas que ofrecen sus productos y servicios a empresas hoteleras europeas y que no tengan más de cinco años.

Como explica su CEO, Christian de Barrin, "se alienta a las empresas hoteleras a que revisen la plataforma periódicamente para encontrar las empresas disponibles y las soluciones para sus desafíos empresariales, que pueden estar en su proximidad".

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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

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



Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

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

COMETEXO

GRUPO
Nexo

COMETEXO

EDICIÓN ESPECIAL
NÚMERO 230 / XX AÑO

PERIÓDICO PARA LA ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y VIAJES DE INCENTIVO

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

*20 años de actualidad
del MICE en España,
que es la Historia
de los Congresos,
Convenciones e
Incentivos, con-
tada trimestre a
trimestre y en
lenguaje pe-
riodístico.*

**1.150 noticias
330 opiniones
600 imágenes
más de 20 años
en 140 páginas**

20
AÑOS

del MICE
en España



PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

MOSTRADOR

Un 'tour' de lujo por Roma en un Fiat 500 'vintage'

El hotel de lujo Gran Meliá Roma ubicado en la Villa Agrippina, antigua residencia de la famosa emperatriz romana, a un paso del Vaticano y de la Basílica de San Pedro, se suma a la colección de experiencias de lujo de la marca Gran Meliá. 'La Dolce Vita' es una ruta por Roma a bordo de un Fiat 500 *vintage*, el rey de los coches italianos clásicos en el que visitar los edificios, monumentos y rincones más icónicos.

Con una tarifa de 5.000 euros (tres Pax.) dura cuatro horas e incluye el Fiat 500 clásico con conductor y guía profesional Imago Artis, entradas y cóctel privado. La experiencia comienza a primera hora de la tarde al recogerles el conductor y el guía privado para llevarlos



Gran Meliá Roma en la Villa Agrippina.

de paseo por Roma. A media tarde harán una parada en el Palazzo Doria-Pamphili, la mansión más importante de Roma, para visitarla y tomar el cóctel en la terraza.

✉ www.granmelia.com

Cruceros especiales en español de CroisiEurope para Semana Santa

Dos itinerarios estrella cuando los Países Bajos se preparan para la época de los tulipanes

CroisiEurope ha presentado sus itinerarios para Semana Santa. Amberes, Rotterdam y Ámsterdam son las ciudades elegidas que podrán visitar los pasajeros en sus cruceros completamente en castellano.

Para esta Semana Santa CroisiEurope dispone de varios itinerarios completamente en castellano por Amberes, Rotterdam y Ámsterdam. La crucerista ofrece la posibilidad de elegir pasar cuatro o cinco días a bordo y con paquete aeroterrestre opcional desde Madrid o Barcelona. Además, cuenta con excursiones por Ámsterdam, la Venecia del Norte y sus canales a bordo del *bateau mouche* y una visita al Parque Floral de Keukenhof

en Amberes, para disfrutar del espectáculo floral programado.

Por su parte el nuevo MS Gerard Schmitter (cinco anclas) tendrá una única salida el 18 de abril desde el puerto de Amberes. El barco, con capacidad para 176 pasajeros y 88 camarotes, desde Amberes navegará por pequeños mares interiores, y grandes esclusas para ir a Róterdam y Utrecht.

✉ informacion@croisieurope.com



Propone Ámsterdam, entre otros.

Relais de Chambord propone descubrir este invierno los castillos del Valle del Loira

El establecimiento de cuatro estrellas gestionado por Marugal está incluido en la red Small Luxury Hotels

Relais de Chambord, hotel gestionado por Marugal en la región francesa de Valle del Loira, propone un paquete especial para vivir una experiencia completa para conocer la zona durante este invierno.

Para esta temporada de invierno el hotel gestionado por Marugal, Relais de Chambord, cuenta con un paquete especial para conocer la región francesa de Valle del Loira. Desde 274 euros por noche, la propuesta de este cuatro estrellas inau-gurado en marzo de 2018 y en la red de Small Luxury Hotels of the World, incluye dos noches de alojamiento, con desayuno incluido, en cualquiera de las categorías disponibles.

Además, una de las noches, los huéspedes podrán degustar una cena Menu Saint-Michel en el restaurante del hotel. Lo que hace especial la escapada son entradas para visitar tres de los castillos más auténticos de la zona: Château de Chambord, Château de Cheverny y Château Royal de Blois. Quien lo prefiera puede además contratar el servicio de chofer con el hotel para hacer aún más cómoda la experiencia.

✉ www.relaisdechambord.com



Vista general de Relais de Chambord.

Iberia facilita volar a Los Alpes y Dolomitas para esquiar

Iberia ha lanzado a finales de 2018 un nuevo producto para los amantes de la nieve. Así, desde diciembre es posible facturar, de forma gratuita, todo el equipo de esquí o *snowboard*, independientemente de la tarifa que se contrate. Esto quiere decir que pueden ser esquís más bastones o tabla de *snow*, botas y casco.

La compañía aérea ofrece este producto en todos sus destinos cercanos a las estaciones de esquí de Los Alpes y Dolomitas: Turín, Milán, Venecia, Zúrich, Ginebra, Múnich y Lyon. Este servicio se puede contratar exclusivamente en agencias de viaje especializadas en viajes de esquí. Los vue-



Disponibles en agencias de esquí.

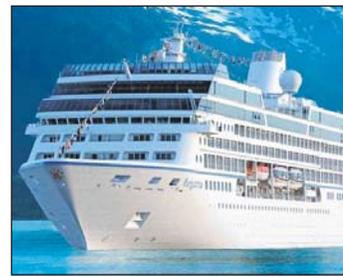
los a destinos de nieve son Turín (diez frecuencias semanales), Milán (cinco diarios), Venecia (hasta tres diarios), Zúrich (tres diarios), Ginebra (hasta cuatro diarios) y Múnich (tres diarios).

✉ www.iberia.com

Oceania Cruises lanza más de 80 extensiones de cruceros

Oceania Cruises ha diseñado 86 nuevas opciones de extensiones de cruceros para satisfacer a los viajeros más exigentes, siendo la más extensa de la línea hasta la fecha. Incluye propuestas turísticas de primer nivel antes del crucero, tras finalizar el viaje o durante el itinerario, en latitudes como Australia, Asia, África, Egipto y Tierra Santa, Europa, América del Sur, Alaska y Canadá.

Con una duración de entre una y cinco noches, las propuestas van desde 'paquetes' de alojamiento en las metrópolis más emocionantes del mundo a recorridos por lugares tan apasionantes como Angkor Wat o Chang Mai, safaris de lujo en



Cuenta con todo tipo de propuestas.

las reservas privadas más buscadas de África o aventuras en los Alpes suizos e italianos. Tampoco se puede pasar por alto el Desierto de Arabia e incluso una expedición a las montañas del Himalaya.

✉ Es.Oceaniacruises.com

Eurostars lanza una promoción en Granada

Eurostars Hotels celebra la llegada a Granada de los establecimientos Eurostars Puerta Real y Eurostars Catedral lanzando una tarifa preferencial para granadinos en sus cuatro alojamientos de la ciudad. Esta oferta, siempre sujeta a la disponibilidad de los hoteles elegidos, estará vigente hasta el próximo 31 de marzo e incluye estancia en habitación doble y régimen de alojamiento y desayuno.

Así, quienes deseen alojarse en los recién inaugurados Eurostars Catedral y Eurostars Puerta Real, podrán hacerlo con una tarifa exclusiva de 49 euros. Mientras que para quienes opten por los hoteles de gama superior (Eurostars Washington Irving y Eurostars Gran Vía) se ha preparado una oferta especial de 69 euros.

Asimismo, la promoción incluye, previa reserva, una degustación gratuita en el restaurante El Zaguán situado en el hotel Eurostars Catedral. El menú, basado en productos regionales de primera calidad que reflejan la cultura granadina, está compuesto por tres tapas para compartir, un primero y un segundo, ambos maridados por un vino local a elección del sumiller.

Para hacer efectiva la reserva, los clientes deberán acceder a la web del hotel elegido y seleccionar, en la pestaña promociones, la ventana HolaGranada. A este respecto, destacar que en el momento del *check-in* se requerirá a los clientes documentación acreditativa de su residencia en la ciudad. En caso de no adjuntar dicha información, el huésped deberá abonar la tarifa oficial vigente el día de su pernoctación.

✉ www.eurostarshotels.com



El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta en
Nexotur.com

Diario *online* de Agentes

... y recíbelo cada mañana
en tu email

■ CLUB NEXOTUR

Gran descuento del 85% con ERV Europea Seguros de Viaje

ERV Europea Seguros de Viaje ofrece a los profesionales del Sector Turístico miembros del Club NEXOTUR un descuento del 85% sobre su tarifa oficial. Podrán contratar el seguro de viaje 'póliza

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

especial agentes' por 82,04 euros en modo individual y por 150,24 euros en modo familiar. Puede ampliar la información y realizar reservas llamando al siguiente número de teléfono: 91 344 17 37.

■ FAM TRIP



Directivos de Cosco Shipping Lines han visitado las instalaciones.

China se fija en el Puerto de Barcelona

Una delegación de directivos de Shanghai y de España de la naviera Cosco Shipping Lines ha visitado las instalaciones del Puerto de Barcelona. Se han reunido con el subdirector general de estrategia y comercial del puerto, Santiago Garcia-Milà, y la directora comercial, Rosa Puig.

Air Europa crecerá en el largo radio con un 8% más de asientos este 2019

La división aérea de Globalia abrirá en el mes de junio rutas a Iguazú, Panamá y Medellín

La apertura de nuevas rutas transoceánicas y la incorporación progresiva de cinco nuevos Boeing 787-9, tres de ellos con capacidad para 333 plazas y los dos últimos con 339, se traducirá en un incremento del 8,5% del número de asientos que Air Europa ofertará en su largo radio durante 2019. La división aérea de Globalia abrirá rutas a Panamá, Iguazú y Medellín, y volará a estos tres destinos a bordo de la flota Dreamliner, el avión diseñado especialmente para los vuelos de larga distancia, capaz de reducir el tiempo de vuelo en 40 minutos y que combina un excepcional rendimiento medioambiental con el máximo confort.

La apertura de estas rutas se enmarca en el plan de expansión que lleva a cabo la compañía aérea y que refuerza a Air Europa como aerolínea de referencia entre América y Europa. Empezará a volar a Iguazú y Medellín el próximo 1 de junio y el día 3 de ese mismo mes inaugurará ruta a Panamá. El inicio de vuelos a Medellín confirma la apuesta que la aerolínea mantiene por Colombia,



Air Europa recibirá cinco nuevos Boeing 787-9 Dreamliners.

donde también vuela a Bogotá a bordo de la flota Dreamliner. Air Europa volará a Medellín con tres frecuencias semanales, en concreto los martes, jueves y sábados, mientras que operará dos frecuencias a Iguazú, los sábados y jueves. Por lo que respecta a Panamá, tendrá cinco frecuencias semanales y con ella se afianza en Centroamérica, donde desde mediados de 2017 ya opera en Honduras.

En las tres nuevas rutas, Air Europa garantiza una perfecta conexión en su *hub* de Madrid con

22 destinos domésticos y 16 destinos europeos, con tránsitos de entre 60 y 120 minutos.

El incremento de 245.000 plazas más de largo radio en relación a 2018 obedece también a la llegada progresiva de cinco nuevos Dreamliners 787-9, la aeronave líder en tecnología que lidera la segunda fase de modernización de la flota de Air Europa y que reduce en un 20% tanto el consumo de combustible como las emisiones, y en un 60% el impacto acústico.

✉ www.aireuropa.com

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

CONEXO



Periódico Profesional **CONEXO** del Turismo de Reuniones

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

Eugenio de Quesada

Volumen I 1998~2018

CONEXO cumple 20 años de aparición ininterrompida, primero como periódico mensual impreso y después con su versión digital, desde la publicación de su primera edición a finales del pasado siglo, en febrero de 1998.

El Turismo de Reuniones e Incentivos, denominado internacionalmente como MICE (siglas en inglés de meetings, incentives, conferences and exhibitions), es el segmento más relevante del Sector Turístico, o el "solomillo del Turismo", en palabras de Julio Abreu, uno de los padres y artífices de esta actividad en España.

Este volumen recoge el análisis mensual de la actualidad sectorial, en forma de opinión editorial, que el director de CONEXO ha venido realizando durante dos décadas, glorioso tanto la génesis y consolidación como la evolución y desarrollo del MICE en España.

"El periódico decano del Turismo de Reuniones, alcanza 330 ediciones, con más de 11.000 páginas y millón y medio de ejemplares impresos, siempre bajo la dirección de Eugenio de Quesada, periodista especializado de larga trayectoria, que desde hace ya un cuarto de siglo es vicepresidente de los Capítulos Español e Iberoamericano de la Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos (AIPEIT)", afirma la presidenta de AIPEIT.

“ El Turismo de Reuniones o MICE es la actividad más relevante (y rentable) del Turismo ”

Periódico Profesional **CONEXO** del Turismo de Reuniones

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

Eugenio de Quesada

Volumen II 1998~2018

CONEXO cumple 20 años de aparición ininterrompida, primero como periódico mensual impreso y después con su versión digital, desde la publicación de su primera edición a finales del pasado siglo, en febrero de 1998.

El Turismo de Reuniones e Incentivos, denominado internacionalmente como MICE (siglas en inglés de meetings, incentives, conferences and exhibitions), es el segmento más relevante del Sector Turístico, o el "solomillo del Turismo", en palabras de Julio Abreu, uno de los padres y artífices de esta actividad en España.

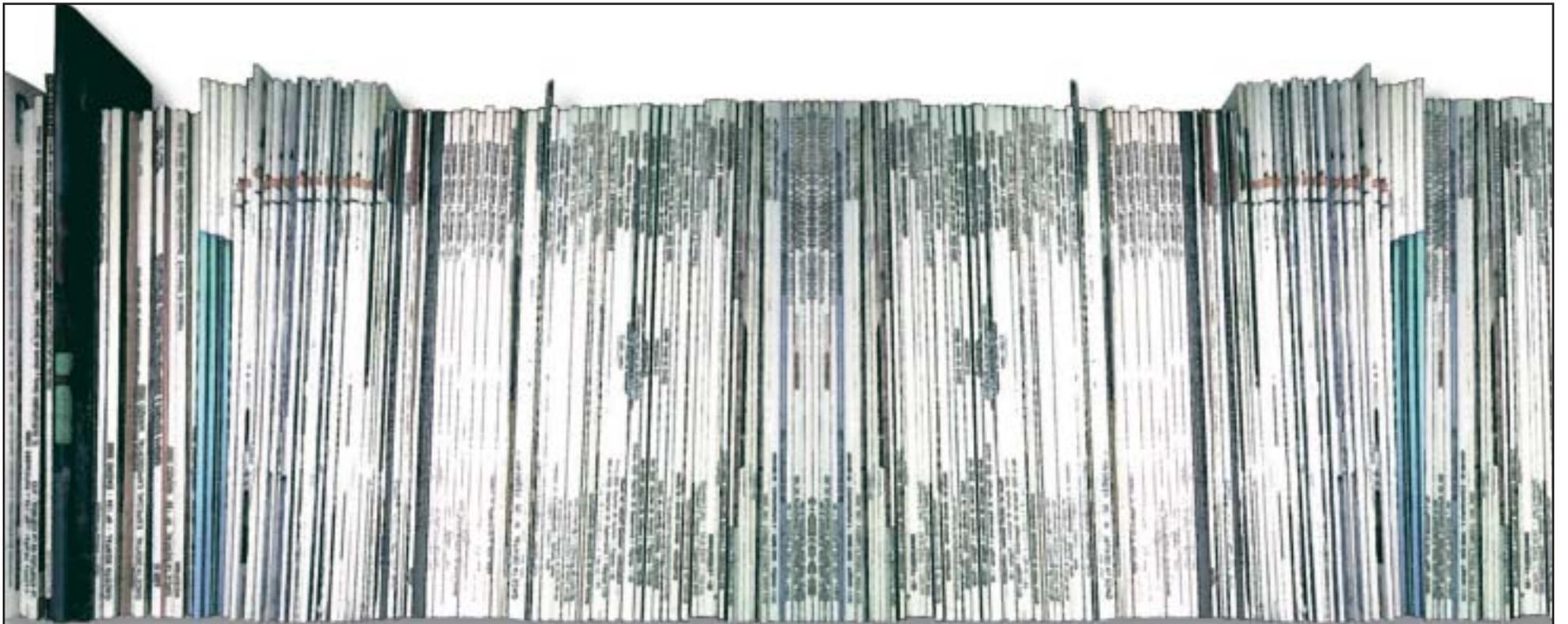
Este volumen recoge el análisis mensual de la actualidad sectorial, en forma de opinión editorial, que el director de CONEXO ha venido realizando durante dos décadas, glorioso tanto la génesis y consolidación como la evolución y desarrollo del MICE en España.

"El periódico decano del Turismo de Reuniones, alcanza 330 ediciones, con más de 11.000 páginas y millón y medio de ejemplares impresos, siempre bajo la dirección de Eugenio de Quesada, periodista especializado de larga trayectoria, que desde hace ya un cuarto de siglo es vicepresidente de los Capítulos Español e Iberoamericano de la Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos (AIPEIT)", afirma la presidenta de AIPEIT.

“ El Turismo de Reuniones o MICE es la actividad más relevante (y rentable) del Turismo ”

PVP: 18€

Solicite su ejemplar: suscripciones@nexotur.com



Transferencia del conocimiento

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

publicaciones profesionales y generales

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

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP

Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

Catai lanza tres catálogos para viajar esta temporada de invierno hasta marzo de 2019

Las nuevas propuestas son 'Europa en invierno', 'Escapadas Familiares en Invierno' y 'Suiza en Invierno'

El invierno es un excelente momento para planear un viaje a Europa. Las grandes ciudades muestran otra cara y llena de contenido cultural durante los meses más fríos. Y los paisa-

jes en las regiones europeas muestran perfiles diferentes también llenos de encanto. Además, la ventaja de huir de la masificación de la temporada alta es un aliciente a tener

muy en cuenta. Por ello, Catai ha lanzado a finales de 2018 tres catálogos para esta temporada: 'Europa en Invierno', 'Escapadas Familiares en Invierno' y 'Suiza en Invierno'.

'Europa en Invierno', 'Escapadas Familiares en Invierno' y 'Suiza en Invierno' son los tres nuevos catálogos de Catai para esta temporada de invierno con validez hasta marzo de 2019. El primero ofrece más de 50 propuestas de viaje con toda su gama de viajes: circuitos en grupo (regulares con viajeros de otros turoperadores o exclusivos para clientes de Catai); viajes individuales, para viajar a tu aire pero con todo reservado de antemano; y autorrotas para viajar por Europa en total libertad.

Una de las propuestas viajeras de este catálogo es 'Atenas, Peloponeso y Delfos', cinco días desde 550 euros (sin vuelos) o desde 720 euros (con vuelos). Circuito regular con guía en castellano visita Atenas, Epidauro, Mecenias, Olimpia y Delfos. Otra opción es 'Escapada a Transilvania'. También de cinco días desde 580 euros (sin vuelos) o desde 800 euros (con

vuelos), es un circuito exclusivo Catai con guía en castellano. Recorre Bucarest, Sibiu, Sighisoara, Brasov, Bran y Sinaia e incluye tres almuerzos y cuatro cenas. Destaca también 'Malta Espectacular'. Ocho días desde 500 euros (sin vuelos) o desde 745 euros (con vuelos). Programa individual con estancia de siete noches en el hotel seleccionado con excursiones y tres almuerzos incluidos.

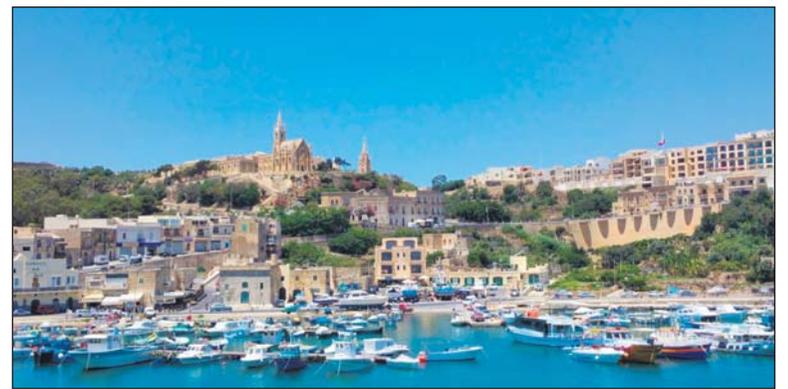
Escapadas familiares

El catálogo 'Escapadas Familiares en Invierno' recoge algunas de sus propuestas perfectas para viajar con toda la familia en esta época del año. Algunos de los viajes de este catálogo son 'Parque Futuroscope'. Tres días desde 487 euros en autorruta que incluye el vuelo, el hotel en Futuroscope y el coche de alquiler. 'Londres, de Harry Potter a Sherk' es un paquete de

cinco días desde 768 euros con un programa individual con avión, hotel y entradas. Un completo viaje para ver la capital británica desde otro punto de vista. Incluye los traslados, las entradas a los Estudios de Harry Potter®, a Kidzania y a la Aventura de Sherk y billete de autobús Hop on-Hop off.

'Suiza en invierno' es la tercera opción de Catai en sus catálogos online. Este país alpino siempre merece un viaje, y el invierno muestra su cara más blanca, con sus preciosos paisajes naturales cubiertos de nieve. Cuenta con el aliciente de tener muchas frecuencias aéreas desde España y un completo y puntual sistema de trenes, que permite conocer distintos lugares del país de una forma muy cómoda.

Entre las propuestas del turoperador destaca 'Suiza panorámica con Glaciar Express'. Un viaje de ocho días desde 1.675 euros con programa individual con vuelos, hotel y pase de



'Malta Espectacular' es una de las propuestas de Catai para este invierno.

trenes. Recorrer en tren Lucerna, Interlaken, subida al Jungfrauoch, Zermatt y Gornegrat. Incluye trayecto en el espectacular tren Glaciar Express entre Zermatt y St. Moritz.

Destaca también 'Ciudades suizas'. Ocho días desde 1.505 euros con vuelos, hotel y pase de trenes ilimitado. Un recorrido que permite descubrir Basilea, Berna, Lucerna

y Zúrich con la comodidad de viajar con el Swiss Travel Pass, que ofrece uso libre e ilimitado de trenes además de la mayoría de las rutas panorámicas, el uso del transporte público en 75 ciudades, la entrada libre a más de 490 museos y hasta el 50% de descuento en la mayoría de los teleféricos.

✉ www.catai.es

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

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

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

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

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

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

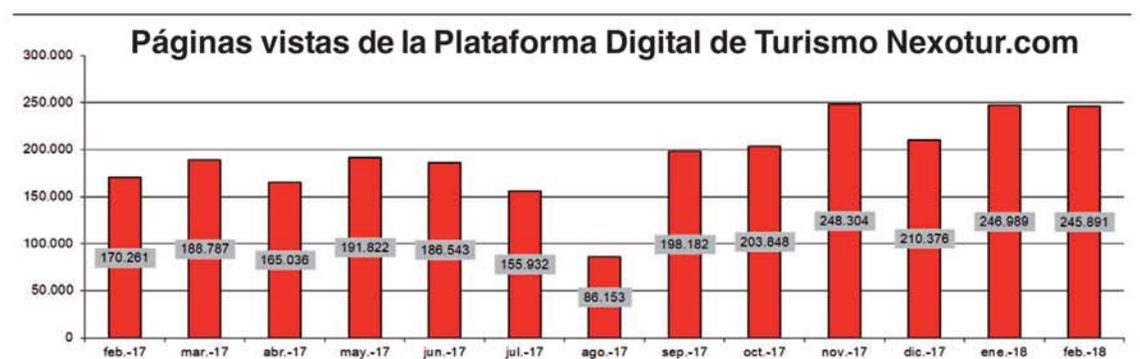
Los datos oficiales de Google Analytics constatan el gran crecimiento de los visitantes del Digital (un 27,2% más que hace un año), así como de las visitas (+37,8%) y páginas vistas (+47,8%), así como del tiempo medio de lectura (+5,8%).

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

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

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

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



Fuente: Google Analytics

© NEXOTUR

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

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

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

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

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



El Sector ha cambiado y la Información también

**Concurso
MISS CATALUÑA**

PATROCINADO POR
Laurendor

CON AUTORIZACION DEL
MINISTERIO DE
INFORMACION Y TURISMO

PREMIOS EN METALICO:
MISS CATALUÑA.
25.000 PESETAS
DAMAS DE HONOR.
10.000 Ptas. CADA UNA

PREMIOS EN OBJETOS
CONSISTENTES EN
JOYAS, MUEBLES, RELOJES DE ORO, RADIOS, MAQUINAS
FOTOGRAFICAS, ETC. POR UN VALOR GLOBAL DE
UN MILLON DE PESETAS

SOLICITE EN SU PERFUMERIA LAS BASES DE ESTE SENSACIONAL CONCURSO

CONEXO net Colaboran **CEOE** **(Fitur)** **IFEMA**

CONGRESOS, REUNIONES E INCENTIVOS

CONGRESOS, REUNIONES E INCENTIVOS

Carmona crece en el sector turístico, en parte, gracias al Sector MICE

El proyecto 'Carmona de Congresos' ayuda a que durante 2016 la localidad sevillana haya logrado un récord histórico en la llegada de visitantes a su Oficina municipal de Recepción Turística.

APCE aconseja una planificación estratégica antes de ejecutar nuevas sedes

El MICE, producto clave en Comunidad Valenciana

La política turística de Málaga da resultado en 2016

Oviedo Congresos incorpora a nuevas empresas asociadas



**Date de alta
en Conexo.net**

Diario *online* de Congresos,
Reuniones e Incentivos

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

CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00
☎ 91 369 18 39

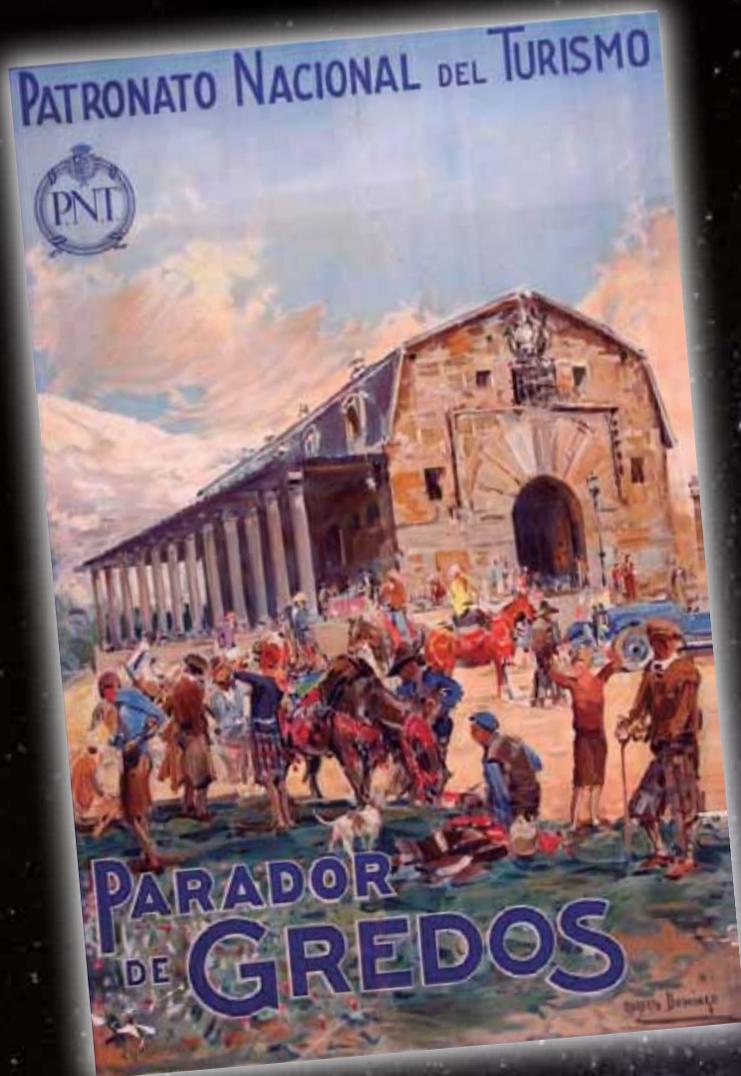
Lope de Vega, 13
28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

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



El Sector ha cambiado y la Información también



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

HOTELERÍA Y ALDARMENTO

Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo

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

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

Los destinos existosos a finales de 2016

Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde

Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria



**Date de alta en
Nexohotel.com**

Diario *online* de Hotelería

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

HOTELERÍA

Las pernoctaciones hoteleras se incrementan un 4% durante noviembre respecto al 2017

Los hoteles facturan 82 euros de media por habitación ocupada, lo que supone un incremento anual del 3,3%

En noviembre las pernoctaciones en establecimientos hoteleros han superado los 18,2 millones, un 4% más que en el mismo mes de 2017.

Las de viajeros residentes en España han aumentado un 6,1% y las de no residentes un 2,7%. La estancia media ha bajado un 2,4%,

situándose en 2,8 pernoctaciones por viajero. En el acumulado, las pernoctaciones han disminuido un 0,2% respecto a 2017.

Las pernoctaciones hoteleras en nuestro país han aumentado un 4% en noviembre hasta los 18,2 millones. Las de residentes crecen un 6,1% y las de no residentes un 2,7%. La estancia media cae un 2,4%, con 2,8 por viajero. Durante los 11 primeros meses de 2018, las pernoctaciones han disminuido un 0,2% respecto al mismo periodo del año anterior.

Andalucía, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana han sido los destinos principales de los viajeros residentes en noviembre, con tasas anuales de variación del 6,2%, 7,2% y 5,1%, respectivamente. El principal destino elegido por los viajeros no residentes ha sido Canarias, con un 45,2% del total de pernoctaciones. En esta Comunidad las pernoctaciones de extranjeros han bajado un 4,9%. Los siguientes destinos de los no residentes han sido Cataluña (con el 15,8% del total de pernoctaciones y un aumento del 21,2%) y Andalucía (con el 13% y un incremento del 5,5%).

En noviembre se ha cubierto el 51,5% de las plazas ofertadas, con un incremento anual del 2%. Canarias ha

presentado el mayor grado de ocupación por plazas en noviembre (72,8%). Le siguen Comunidad de Madrid (60,9%) y Comunidad Valenciana (53%). Por zonas turísticas, el sur de Gran Canaria ha alcanzado el mayor grado de ocupación por plazas (76,4%) y Sur de Tenerife la mayor ocupación en fin de semana (78,1%). Tenerife ha registrado el mayor número de pernoctaciones, con dos millones. Los puntos turísticos con más pernoctaciones han sido Madrid, Barcelona y San Bartolomé de Tirajana. Puerto de La Cruz ha presentado el mayor grado de ocupación por plazas (79,6%) y Arona el mayor grado de ocupación en fin de semana (79,8%).

Mercado británico

Los viajeros de Reino Unido y Alemania han concentrado el 22,8% y el 18,8%, respectivamente, del total de pernoctaciones de no residentes. El mercado británico ha subido un 4,8%, mientras que el alemán ha bajado un 8,8%. Las pernoctaciones de los viajeros procedentes de Francia, Suecia



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

© NEXOTUR

e Italia (los siguientes mercados) han registrado tasas anuales del -1,3%, -8,1% y 10,6%, respectivamente.

La tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH) se ha situado en el 2,4% en noviembre, un punto más que en octubre y 1,9 puntos por debajo de la registrada hace un año. Canarias, Cataluña, Comunidad de Madrid y Andalucía son las Comunidades con mayor ponderación en el IPH en

noviembre (el 75,6% del peso total). Los precios hoteleros han subido en tasa anual un 5,7% en Cataluña, un 4,6% en Andalucía y un 2,8% en Comunidad de Madrid. Por el contrario, han bajado un 0,1% en Canarias. La facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada (ADR) es de 82 euros en noviembre, lo que supone un aumento del 3,3% respecto al mismo mes de 2017.

Las reservas en Norteamérica de Hotelbeds aumentan un 25% en su último año fiscal

Tras la adquisición de Tourico Holidays y GTA en 2017 se ha convertido en el segundo mercado principal

El mercado emisor norteamericano (EE UU y Canadá) ha experimentado un fuerte crecimiento del 25% de las reservas realizadas a través del canal mayorista de Hotelbeds en el año fiscal 2017/18. Tras la adquisición de Tourico Holidays y GTA en 2017 por parte de Hotelbeds, el mercado emisor norteamericano se ha convertido en el segundo mercado principal para la compañía en todo el mundo.

Este estatus y su fuerte crecimiento ha sido posible gracias al enfoque del banco de camas en dos factores principales que diferencian su oferta de la competencia. En primer lugar, el compromiso de la compañía turística en impulsar el crecimiento incremental de las ventas mutuas y aumentar los márgenes con sus *partners* ofreciendo un contenido de hoteles lo más atractivo y exclusivo y al mejor precio posible; y, en segundo lugar, con proporcionar a los *partners* una tecnología rentable y avanzada como generadora de ingresos, como es el caso de APItude, la API de distribu-

ción hotelera de Hotelbeds que ofrece tiempos de respuesta más rápidos incrementando, de este modo, el número de conversiones. El canal mayorista de Hotelbeds conecta, principalmente, con operadores turísticos, líneas aéreas, programas de intercambio de puntos, planes de fidelización, operadores Mice y agencias de viajes *online* para proporcionarles alojamiento y soluciones auxiliares a través de una conexión API.

Amplio portafolio

Lauren Volcheff Atlass, que fue nombrada a principios de este año directora regional de Ventas al por mayor en América, ha comentado que "estos últimos 18 meses han sido especialmente emocionantes para nosotros, ya que hemos sido capaces de superar muchos retos hasta posicionarnos como el banco de camas líder mundial y ofrecer el mejor servicio posible a nuestros *partners* en todo el mundo".

Volcheff ha añadido que "es realmente increíble poder ofrecer ahora un amplio portafolio, compuesto de más de 170.000 hoteles, en su mayoría contratados de forma directa, y la reacción ha sido sobrecogedora". "Este fuerte crecimiento de las reservas en Norteamérica confirma una vez más la confianza que nuestros *partners* han depositado en nosotros y me gustaría agradecerles, así como a todos los equipos de ventas y de contratación en Norteamérica que han trabajado muy duro para que esto suceda", concluye la directiva.

Esta noticia se produce después del anuncio sobre los planes de Hotelbeds para adquirir HolidayTaxis Group, proveedor de soluciones de traslados y movilidad más amplias, rentables y de calidad. Esta adquisición enfatiza el compromiso de la compañía con el crecimiento de su oferta de servicios complementarios para su línea de producto Beyond the Bed, que incluye la distribución de traslados, actividades,



Directora regional de Ventas al Por Mayor en América, Lauren Volcheff Atlass.

entradas, parques temáticos, alquiler de coches, seguros de viaje y tours especializados. En octubre, la compañía anunció la consolidación de todas las marcas del canal mayorista, GTA, Tourico Holidays y Hotelbeds bajo el nombre de Hotelbeds, eliminando las marcas Tourico Holidays y GTA. Asimismo, Hotelbeds Group y su marca comercial mayorista han pasado a llamarse únicamente Hotelbeds.

■ PRODUCTO

The Grand Reserve at Paradisus Palma Real by Meliá abre en Dominicana

Meliá Hotels International anuncia la apertura de The Grand Reserve at Paradisus Palma Real, su nuevo *resort* en República Dominicana. Se trata del primer The Grand Reserve de Paradisus by Meliá, y el tercer *resort* operado bajo la marca Paradisus by Meliá en República Dominicana. Acompañando a la apertura de The Grand Reserve, Meliá Hotels International ha transformado otro de sus *resorts* en República Dominicana, convirtiendo el clásico Meliá Caribe Tropical en dos hoteles de última generación, Meliá Punta Cana Beach (solo adultos) y Meliá Caribe Beach (para familias), que también han abierto sus puertas.

Protur comienza el año con la apertura de su primer hotel urbano en Palma

Protur Hotels ha abierto el 2 de enero su primer establecimiento urbano, el Protur Naisa Palma, ubicado en el centro de Palma de Mallorca, a cinco minutos a pie del puerto y del paseo marítimo, a escasos metros de la importante zona de compras de Jaime III y del pintoresco barrio de Santa Catalina, famoso por su gran oferta de restauración y de ocio. El hotel dispone de 99 modernas y cómodas habitaciones totalmente climatizadas e insonorizadas, un *lobby* con gastrobar-cafetería, *spa*, gimnasio, piscina y varias salas de reuniones. También cuenta con una terraza donde se encuentra el SkyBar con piscina al aire libre y zona *chill-out*.

Abama Resort ingresa en el prestigioso club The Registry Collection

Abama Resort, el enclave de lujo ubicado en Guía de Isora, en el sur de Tenerife, acaba de anunciar su ingreso a The Registry Collection, el club de intercambio de viviendas cuyo portafolio lo ocupan 240 *resorts* de alto *standing* por todo el mundo. La iniciativa permite que los compradores de una propiedad en Las Arcadias, la nueva promoción inmobiliaria integrada en la cuarta fase de Abama, sean de forma automática socios de este club y que, de esta forma, puedan intercambiar su vivienda con otra de similares características localizada en uno de los destinos incluidos en el catálogo de The Registry Collection.

Las pernoctaciones extrahoteleras crecen ligeramente durante noviembre sin llegar el incremento al 2%

Las pernoctaciones de residentes suben casi un 20%, mientras que las de no residentes bajan más de un 4%

Las pernoctaciones en alojamientos turísticos extrahoteleros (apartamentos, campings, alojamientos de Turismo rural y albergues) superan

los 5,9 millones en noviembre, un 1,5% más que en 2017. Las pernoctaciones de residentes suben un 19,6%, mientras que las de no resi-

dentales bajan un 4,3%. La estancia media es de 5,1 pernoctaciones por viajero. En el acumulado descienden un 2,6% respecto a 2017.

En noviembre las pernoctaciones en alojamientos turísticos extrahoteleros (apartamentos, campings, alojamientos de Turismo rural y albergues) han aumentado un 1,5%, superando los 5,9 millones. Las de residentes suben un 19,6%, mientras que las de no residentes bajan un 4,3%. La estancia media es de 5,1 pernoctaciones por viajero. Durante los 11 primeros meses de 2018, las pernoctaciones descienden un 2,6% respecto al mismo periodo del año anterior.

En concreto, las pernoctaciones en apartamentos turísticos descienden un 4% en noviembre. Las de residentes suben un 11% y las de no residentes bajan un 6,8%. La estancia media se reduce un 5,7% respecto a noviembre de 2017, con 6,2 pernoctaciones por viajero. En noviembre, se ocupan el 33,3% de las plazas ofertadas por los apartamentos turísticos, un 1,8% menos. Las pernoctaciones de no residentes en apartamentos turísticos representan el 81,9% del total.

Reino Unido es el principal mercado emisor, con más de un millón de pernoctaciones, un 3,7% menos. El siguiente mercado emisor es Alemania, con 511.580 pernoctaciones, un 4,1% menos. Canarias es el destino preferido en apartamentos, con 2,5 millones de pernoctaciones y un

descenso del 6,5% respecto a noviembre de 2017. Estas islas también alcanzan la mayor ocupación, con el 84% de los ofertados.

Suben los 'campings'

Por otro lado, las pernoctaciones en campings registran en noviembre un aumento del 12,2% respecto al mismo mes del año anterior. Las de residentes suben un 27,4% y las de no residentes un 6,1%. Se ocupan en dicho mes el 36,5% de las parcelas ofertadas, un 2,5% más. El 67,2% de las pernoctaciones en campings las realizan viajeros no residentes. Reino Unido es el principal mercado emisor, con el 35,1% de las pernoctaciones de no residentes, un 7,6% más. Comunidad Valenciana es el destino preferido en campings, con 562.296 pernoctaciones, un 10,6% más. La Rioja alcanza el mayor grado de ocupación, con el 60,9% de las ofertadas.

Por su parte, las pernoctaciones en alojamientos de Turismo rural presentan un aumento anual del 25,4% en noviembre. Las de residentes suben un 31,9%, mientras que las de no residentes bajan un 1,4%. En los alojamientos de Turismo rural se ocupan el 13,3% de las plazas, un 22,4% más



El Turismo rural experimenta un incremento de más del 25%.

que en noviembre de 2017. Por Comunidades, Castilla y León es el destino preferido, con 123.669 pernoctaciones, un 29,4% más que en noviembre de 2017. Canarias alcanza el mayor grado de ocupación, con el 36,4%.

Por último, las pernoctaciones en albergues registran en noviembre un aumento anual del 8%. Las de residentes suben un 4,2% y las de no residentes un 14,6%. Se ocupan el 22,9% de las plazas, un 9,4% más que en noviembre de 2017. Por comunidades, Cataluña es el destino preferido, con 49.758 pernoctaciones, un

5,6% más que en noviembre de 2017. Canarias alcanza la mayor ocupación, con el 54,2% de las plazas ofertadas.

El Índice de Precios de Apartamentos Turísticos (IPAP) aumenta un 1,7% respecto a noviembre. La tarifa turoperadores y agencias, que tiene el mayor peso en la estructura de ponderaciones este mes (59,4%), sube un 2,2%. El Índice de Precios de Campings (IPAC) se incrementa un 1% en tasa anual. El Índice de Precios de Alojamientos de Turismo Rural (IPTR) registra un aumento del 1,7% en noviembre.

Los viajeros valoran el alojamiento rural español con un notable alto

Con 4,7, las Islas Baleares es la Comunidad que obtiene la calificación más alta

El último Barómetro del Turismo Rural en España, publicado por el 'portal' de alojamientos Clubrural.com, que estudia la situación del Sector en el país basándose en los datos del último semestre de 2018, revela una buena valoración media para las casas rurales del territorio nacional.

Los viajeros califican la red de establecimientos rurales españoles con una nota media de 4,3 sobre cinco. Esto se traduce en un 8,6 si la nota fuese ponderada sobre 10, por lo tanto, hablamos de una puntuación de notable alto, acercándose al sobresaliente. Esta valoración se extrae de la puntuación de cinco criterios valorados por el turista: relación calidad/precio, nivel de satisfacción por el trato recibido, estado de las instalaciones, limpieza, confort y localización.

Los alojamientos rurales mejor valorados por los turistas rurales son los que están localizados en la Comunidad autónoma de Islas Baleares, con una puntuación de 4,7 puntos sobre cinco, le siguen los de Asturias, con un 4,6. Tras ellos, y empatados con una calificación



La nota media es de 4,3 sobre cinco, según Clubrural.

de 4,5 puntos, se encuentran los situados en Navarra, Cataluña, Aragón y Castilla la Mancha.

En el lado contrario de la tabla, como Comunidad autónoma a la que los viajeros han otorgado a sus establecimientos las calificaciones más bajas está Murcia, con un 3,9. Por encima se sitúa Extremadura con una nota media de cuatro puntos y empatadas con un 4,1 encon-

tramos Galicia, Islas Canarias y la Comunidad Valenciana.

Respecto a la calificación por provincias, las que mejor puntuación media obtienen son Lugo y León empatadas con un 4,9. Por detrás, Zaragoza y Mallorca con un 4,75. Por el contrario, las provincias con peor nota son Alicante con una escasa puntuación media de 3,4 y Sevilla con un 3,6.

PRODUCTO

Riu Hotels & Resorts se hace con la propiedad del Riu Buena Vista

Riu Hotels & Resorts ha finalizado recientemente la compra del Hotel Riu Buena Vista, situado en el sur de Tenerife, con vistas al océano Atlántico desde su ubicación en Costa Adeje. El hotel estaba siendo operado por la cadena desde 2008, pero ha sido ahora cuando ha podido realizar la compra del edificio, con la intención de invertir en una gran reforma que modernizará y aumentará la calidad de su oferta. Riu cuenta con tres hoteles en el sur de Tenerife: el Riu Palace Tenerife y Riu Arecas fueron reformados completamente en 2015, ahora, para completar la modernización de su oferta en el destino, se renovará el Riu Buena Vista. La cadena reafirma de esta manera su apuesta por las Islas Canarias.

Le Méridien Barcelona estrenanuevas habitaciones renovadas recientemente

Le Méridien Barcelona presenta la renovación de sus habitaciones Deluxe y 11 de sus 40 suites de las cinco primeras plantas. El proyecto contempla un nuevo estilo de diseño contemporáneo, con el debut de elementos innovadores que definen el destino y una ubicación privilegiada en el corazón de Barcelona. La renovación se esta llevando a cabo en distintas fases: comenzaron en diciembre de 2016, dejando terminadas las reformas de la primera planta en febrero de 2017 y las de la segunda planta terminaron en febrero de 2018. El proyecto continuará completándose por plantas de forma individual hasta su finalización. El equipo de diseño de la marca ha trabajado en estrecha colaboración con el estudio de interiores con sede en Barcelona DS Arquitectes.

Campaña en El Hierro de concienciación de Ashotel y Aecc contra el cáncer

Unos 30 negocios se han implicado en una campaña impulsada por la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel) junto a la Asociación Española Contra el Cáncer (Aecc) en la isla de El Hierro, cuyo objetivo es visibilizar e informar sobre esta enfermedad, así como recaudar fondos para la investigación a través de las denominadas huchas solidarias. La iniciativa se suscribe en el marco del acuerdo que mantiene la patronal hotelera tinerfeña con esta entidad sin ánimo de lucro y ha tenido una respuesta positiva en la Isla del Meridiano. La vocal de Ashotel en El Hierro, Máyuri Castañeda, ha mostrado su satisfacción por la respuesta recibida.

Paradores firma convenio colectivo

Paradores y los representantes sindicales Unión General de Trabajadores (UGT) y Comisiones Obreras (CC.OO.) han firmado su convenio colectivo en presencia de la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, en el Parador de Chinchón. Maroto ha recalado que "es una señal de identidad de este Gobierno la preocupación por el empleo digno, también en el Sector del Turismo".

El presidente y consejero delegado de Paradores de Turismo, Óscar López, al frente de la compañía desde julio de 2018, considera que la aprobación del convenio es una "excelente noticia que devuelve a la plantilla parte del enorme sacrificio que han venido haciendo desde el ERE de 2013". "La aprobación del convenio es el mejor broche posible para un año en el que Paradores volverá a cerrar con números positivos tras un segundo semestre que mejora los resultados del primero. La prioridad de la dirección de Paradores era devolver al menos, parte del esfuerzo que los empleados han realizado en todos estos años".

BOOKING

NEXOTUR

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

91 369 41 00
91 369 18 39

Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	902-355444/968-355444 Fax 902-355443
TUI SPAIN Mesena, 22, 2º MADRID	91-7597125 info@tuispain.com
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Morera, 12 esq. a Zarza C. REAL	926-274157/226259 Fax 926-226334
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputacio, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	93-425.30.66 Fax 93.425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID	91-5427933 Fax 91-5422071
HVALATRAVEL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	93-4827100 Fax 93-4827131
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1º B MADRID	91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	91 308308 Fax 91-3821664
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	902-361926 Fax 93-4827131
NIZA TOURS-VIAJES NIZA Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)	902-995950 Fax 922-793868
NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 238 BARCELONA	902-510120 Fax 91-4568686

NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4º C MADRID	91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	91-5612373 Fax 91-5614242
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS Río Guadalupe, 24 TORREMOLINOS (MALAGA)	95-2305323/902-877778 Fax 95-2305479
PORTUGAL TOURS C/ Princesa 90, 2º 2 MADRID	91-5484600 Fax 91-5419826
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA	971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA	93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID	91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	96-3944625 Fax 96-3942381
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	91-5768445 Fax 91-4359088
TOURING CLUB Gran Vía, 81 2º BILBAO	902-100456/94-4277381 Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 164102/91-7242422 Fax 91-6239817
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Carretera Arenal - Lluçmajor km, 21,5 Lluçmajor	971-178100
TURAVIA CLUB Edif. Barajas C/ Trespaderna 29, 4º MADRID	902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5º C BARCELONA	93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Enpta. Izq. MADRID	91-5401840 Fax 91-5401841

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

Compañías

Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 10, 6º drcha MADRID	900 995 282 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. España, 12-1º (ofic. B) MADRID	902-100323 Fax 91-4416041
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Mahón 6-8, Madrid	91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Tarragona, 161, 15º BARCELONA	901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Luisa Fernanda, 2 MADRID	91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
LAN Capitán Haya 1, 7º planta. MADRID	91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	91-5481373/91-5487353 Fax 91-5585365
AMERICAN AIRLINES Plaza del Callao, 5 - planta 8 MADRID	902-011737

Compañías

Marítimas

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

Ferrocarril

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

Alquiler de Automóviles

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

EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID	91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS Gran Vía Costes Catalanas, 617 BARCELONA	902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleta, 4 1º D MADRID	91-7545602 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN	964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE. Y CANARIAS	928-512694-543456 Fax 928-514137

Centrales de Reservas

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

Organismos

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

Transporte por Carretera

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

Servicios

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

Cadenas hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



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

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

POSITIVO FRANCÉS NATIVO
ANGLORICANO: GLOBISH
SPANISH
COACH
Busqueda activa de EMPLEO

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

GRATIS 1ª hora

fetisalain@gmail.com
skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71

91 369 41 00
91 369 18 39

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

NEXOTUR



"La información profesional que me interesa está en CONEXO"

CONEXO es el **único** Periódico de los Organizadores de Congresos, Convenciones y Viajes de Incentivo, que leen los responsables de reuniones y business travel de empresas, y de congresos en asociaciones y colegios profesionales

CONEXO

PERIÓDICO PARA LA ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y VIAJES DE INCENTIVO

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

MARZO 1999
NÚMERO 12 / II AÑO

DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE REUNIONES
(% según número de participantes)

100/249 PARTICIPANTES	250/499 PARTICIPANTES	+1.000 PARTICIPANTES
-----------------------	-----------------------	----------------------

Solicite información y tarifas de publicidad de CONEXO

DEPTO. PUBLICIDAD
Lópe de Vega, 13
28014 Madrid

91 369 41 00
(16 LINEAS)

91 369 18 39

grupo@nexo.es

Air France presenta una nueva 'web' accesible desde cualquier terminal

La página actual de Air France, disponible desde cualquier tipo de terminal, mantiene una información semejante a la de la anterior, y una completa gestión de reservas de sus vuelos, pero no disponible para las agencias a las que ofrece su sistema de franquicias.



www.airfrance.es

Air France ha vuelto a cambiar su página en Internet para ofrecer una nueva versión, compatible para cualquier tipo de terminal, que mantiene un amplio conjunto de información sobre la empresa y sus servicios y un completo sistema de gestión de reservas de sus vuelos, y de hoteles y otros productos turísticos enlazando con otras centrales. Permite el mantenimiento posterior de la reserva, pero no contempla la reserva desde agencias, a las que ofrece su sistema de franquicias. La página dispone de versiones para múltiples países, en el idioma de cada país.

INFORMACIÓN

Mantiene, en el nuevo formato compatible, la información sobre su red de vuelos, las clases y destinos de vuelos y sus horarios, por trayecto y fecha o completos. También incluye una relación de sus destinos y planos con su situación, así como guías turísticas de los destinos.

RESERVA

Sigue ofreciendo, ahora desde cualquier tipo de terminal, un completo sistema de reservas, no válido para las agencias de viajes, de vuelos y desde otro acceso de hoteles y coches conectando con otras centrales. Permite la gestión posterior de la reserva, su modificación y cancelación.

GENERAL

Ofrece una amplia información de ayuda al usuario, incluidas sus aplicaciones y apps, sobre el programa de fidelización Flying Blue y dispone de guías de sus destinos. También dedica un área a su solución global para empresas y eventos y otra a su sistema de franquicias.

▲ Lo Mejor / Completa

Es un sistema muy completo y bien diseñado para la gestión de vuelos, hoteles y coches desde cualquier tipo de terminal.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Como las versiones anteriores, sólo contempla la gestión clientes y empresas, sin acceso desde las agencias de viajes.

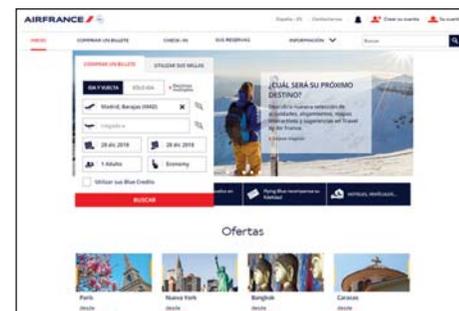
AIR FRANCE / Línea Aérea

Ponderación de los Valores

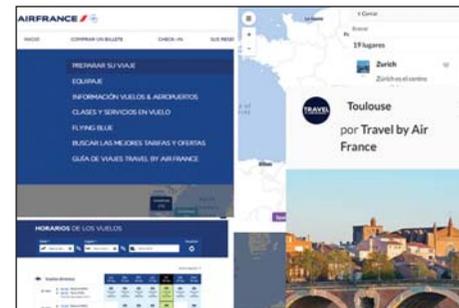
Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
10	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
6	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTIÓN DE RESERVAS									
8	BILLETE ELECTRONICO						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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página web responsive de Air France sigue siendo un sistema muy completo de gestión de reservas de vuelos, hoteles y otros servicios, pero es de muy poco interés para las agencias de viajes, ya que siguen sin poder gestionar en ella sus reservas online.



Entrada / En un nuevo formato responsive presenta la gestión de reservas, el acceso a todas sus áreas, ofertas y sus sugerencias.



Producto / Mantiene una amplia información de sus vuelos, horarios y guías turísticas de sus destinos, pero ya no informa sobre su flota.



Reserva / Mantiene un sistema responsive de reservas de vuelos, y en otra área de hoteles y coches, pero no válido para agencias.

Nueva 'web' turística de Pamplona dedicada a la Pamplona-Iruña Card

El Ayuntamiento de Pamplona ha sustituido su página de Turismo por una nueva sobre su tarjeta turística y la forma de conseguirla, pero con menos información sobre sus atractivos turísticos y ninguna sobre alojamientos y otros servicios.



http://pamplonacard.es

El nuevo 'sitio' oficial de Turismo de Pamplona modifica totalmente los objetivos y el diseño del anterior para ofrecer principalmente información sobre su tarjeta 'Pamplona-Iruña Card', reduciendo sensiblemente la información sobre los temas que pueden interesar a un viajero en la ciudad y sin los buscadores de alojamientos y establecimientos de restauración ni el 'Cuaderno de Viaje' que ofrecía en la versión anterior. Si informa sobre eventos en la ciudad y sobre algunas visitas guiadas. En cuanto a idiomas, mantiene las versiones en castellano, eusquera, inglés y francés.

INFORMACIÓN

Centra su información en la Pamplona-Iruña Card y la forma de obtenerla pero, mientras mantiene una completa agenda de eventos con acceso a su descripción, ha reducido a cinco museos y a algunos comercios su información sobre sitios a visitar, con muy pocas imágenes.

RESERVA

No mantiene los buscadores paramétricos de alojamientos, restaurantes, bares y cafeterías ni el acceso a la central de reservas de la Asociación de Hoteles de Pamplona que había en la versión anteriormente analizada, pero ha incluido varios circuitos en Pamplona y su entorno.

GENERAL

Ha desaparecido toda la información sobre la ciudad, su historia, situación geográfica, clima y transportes, así como la galería de fotos y vídeos, y el área que dedicaba a los profesionales de Turismo, con sus informes turísticos anuales. Sólo ofrece un formulario de contacto.

▲ Lo Mejor / Tarjeta Turística

Su Pamplona-Iruña Card, con la información y el formulario que ofrece, parece una oferta muy interesante para el visitante.

▼ Lo Peor / Información

Ha reducido sensiblemente la información de los atractivos y los servicios turísticos para un viajero en la ciudad.

PAMPLONA / Destinos

Ponderación de los Valores

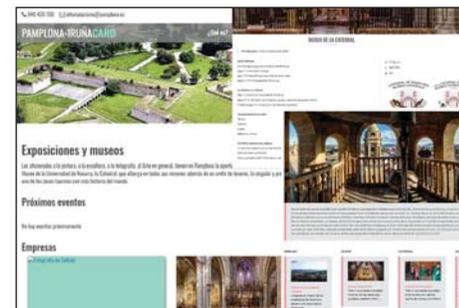
Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
10	% DEL PRODUCTO									
6	ACTUALIZACIÓN									
10	CALIDAD									
10	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	ENLACE CON OTROS PORTALES									
6	GESTION DE ALOJAMIENTOS									
6	GESTION DE TRANSPORTES									
4	GESTION DE OTROS SERVICIOS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

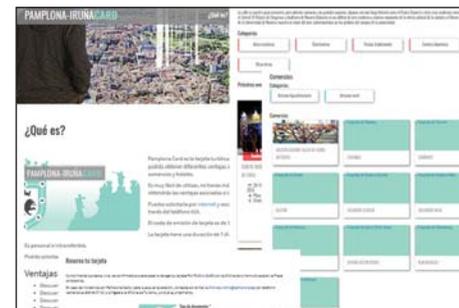
Esta versión de la página de Turismo del Ayuntamiento de Pamplona no resulta de interés para las agencias de viajes ni para los OPC, ya que no mantiene la información de atractivos y servicios turísticos en la ciudad ni el área para los profesionales de Turismo que había en la anterior.



Entrada / Ofrece la información de su Pamplona-Iruña Card, el formulario de solicitud y el acceso a eventos, museos y comercios.



Producto / Presenta una amplia agenda de eventos y la información de cinco museos y de algunos comercios en Pamplona.



Reserva / Ya no ofrece el buscador de alojamientos, restaurantes, bares y cafeterías. Sólo informa de algunas visitas guiadas.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias de viajes buscan profesionales con experiencia y que manejen Amadeus

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'.**

■ **Campimar.** Madrid. Se busca agente de viajes con experiencia y que sepa manejar Amadeus y Galileo. Se valorará nivel aceptable de inglés y experiencia en Ofivaje.

■ **Bestours.** Madrid. Necesitamos agente de viajes para departamento de viajes corporativos. Requisitos: manejo de Amadeus, nivel de inglés alto, experiencia mínima de tres años en mismo puesto similar. No se leerán aquellas solicitudes que no cumplan estos requisitos. Sería para turno rotativo de tarde de lunes a viernes.

■ **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 Sedavi (Valencia). Re-

quisitos: experiencia demostrable en *business travel*, amplio manejo de Amadeus e inglés oral y escrito. Horario de 9:00-14:00h y 16:00-19:00h de lunes a viernes.

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

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

■ **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.

■ **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 predisposición 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.

■ **Viatges Skievasion.** Tarragona. Agencia mayorista busca profesional con experiencia, disposición a aportar sus conocimientos e interés por aprender su sistema.

■ **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.

■ **Quest Corporate Travel.** Málaga. Esta agencia especializada en el segmento de los viajes corporativos precisa incorporar un profesional con experiencia demostrable de un mínimo de dos años en este nicho de mercado. Pide, además, un conocimiento míni-

mo 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 de viajes ofrece a los aspirantes una retribución variable en función de la consecución de objetivos, así como un salario bruto anual.

■ **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.

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

■ **Platinum Travel Tour Operator.** Madrid. Esta agencia 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.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles en el mundo

↑ La cadena Choice Hotels ofrece a las agencias de viajes, empresas concertadas y clientes —registrados o no— una página **web** muy completa y bien diseñada para consultar la **información** sobre la empresa y sus hoteles y gestionar reservas.

↑ Es de **utilidad** por su amplia cobertura y fácil uso.

↑ Las agencias disponen de un área para gestionar sus **reservas**.



<http://www.choicehotels.com>

Portugal, Brasil y más

↑ Viajes Abreu vuelve a modificar su página, que en esta versión incluye una amplia **información** y la gestión de reservas **online** para todos sus tipos de producto, pero ya no ofrece el área para la gestión desde agencias que había en la versión anterior.

⇒ Por su fácil acceso a la información y reserva es una **web** de **utilidad**.

↓ Ya no contempla la **reserva** desde las agencias de viajes.



<http://www.viajesabreu.es>

Vuelos, hoteles y coches

↑ EasyJet modifica la presentación de su página, manteniendo las **características** principales de la versión anterior y añadiendo la gestión de reservas de vacaciones, que incluyen vuelo más hotel, aunque sigue sin estar disponible para las agencias.

↑ Por su diseño y contenido es de **utilidad** para el usuario final.

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



<http://www.easyjet.com>

Congresos en Marbella

↑ El Palacio de Congresos de Marbella ha desarrollado una nueva **web**, ahora independiente de la del Ayuntamiento, en la que incluye una **descripción** muy general de sus espacios, servicios y eventos por mes, pero sigue con poca información para OPC.

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

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



<http://www.marbellacongresos.com>

Turismo en Costa Blanca

↑ La nueva página de Turismo en la Costa Blanca ofrece la **información** sobre los atractivos turísticos que existen en la provincia de Alicante, aunque sobre alojamientos y otros servicios sólo incluye algunas ofertas en un interesante planificador.

⇒ Su **utilidad** está limitada porque no funciona el buscador.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece la forma de contacto en algún caso.



<http://www.costablanca.org>

Turismo en Madrid

↑ La versión **responsive** de la página de Turismo que presenta el Ayuntamiento de Madrid ofrece una amplia **información** sobre todos los temas de interés para un viajero en la ciudad, aunque con una estructura de accesos que resulta mejorable.

⇒ Por su amplio nivel de todo tipo de información es una **web** de **utilidad**.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece el enlace con los alojamientos.



<http://www.esmadrid.com>

LEGISLACIÓN

Viajes Combinados

Entra en vigor la nueva Ley

✓ Real Decreto-ley por el que se modifica la Ley de Viajes Combinados y Servicios de Viaje Vinculados. Entró en vigor el pasado 28 de diciembre, un día después de su publicación en el Boletín Oficial del Estado (BOE). El principal objetivo de las modificaciones incluidas es elevar el nivel de protección de los derechos de los viajeros, ya que, como novedad, recibirán toda la información esencial sobre el viaje combinado antes de celebrar el contrato, existiendo unos formularios normalizados a nivel europeo para facilitar dicha información precontractual. El Consejo de Ministros dio el pasado 21 de diciembre luz verde a la nueva Ley de Viajes Combinados. El Gobierno español reaccionaba así ante el ultimátum que le dio la Comisión Europea para que llevase a cabo la transposición de la Directiva de Viajes Combinados debido a que el plazo límite establecido era el 1 de julio de 2018.

Boletín Oficial del Estado
 http://www.boe.es

CURSO

Spring Hotels firma un acuerdo con la ULL

Busca mejorar la formación de profesionales del Sector

Continuando con su labor de mejora general del Sector Turístico de Tenerife, Spring Hotels ha decidido dar un paso más firmando un convenio con la Universidad de La Laguna (ULL) para colaborar en la formación de personal dedicado al Turismo de las Islas Canarias. El acuerdo, firmado por el rector de la Universidad, Antonio Martín Cejas, y el director de Recursos Humanos de Spring Hotels Group, Raúl Fernández Herrero, se centra en la creación de dos títulos nuevos: un máster y un diploma universitario con los que se pretenden renovar los conocimientos de los actuales profesionales.

El Máster en Dirección y Gestión Hotelera, de 60 créditos y un año de

dirección, tendrá como responsable a Francisco Calero García; mientras que el Diploma Universitario en Gastronomía y Alimentación, de 120 créditos para completar en dos años, se desarrollará bajo las directrices de Luis Antonio González Mendoza.

Con previsión de comienzo en febrero, será una formación dual impartida por profesorado de la ULL junto a profesionales de empresas de éxito del Sector Turístico. Este tipo de formación mixta, donde cobrará gran protagonismo la parte práctica, cubre las demandas de la sociedad, ofreciendo al personal de los hoteles una vía de reciclaje con el objetivo de mejorar el servicio a los millones de clientes que cada año visitan las islas.



LIBROS

Guía exhaustiva del Transiberiano

‘El Transiberiano’
 Edita: Geo-Planeta

‘El Transiberiano’, publicación editada por Geo-Planeta, es la guía más exhaustiva para descubrir los puntos de interés indispensables de un viaje en el Transiberiano. Ningún otro trayecto ferroviario es comparable al Transiberiano, saludado en tiempos como "la joya más bella de la corona de los zares". En la actualidad su nombre evoca una red de vías que, partiendo de Moscú y la Rusia europea, atraviesa siete husos horarios hasta llegar al Pacífico. Superviviente de revoluciones, guerras, catástrofes naturales y climatología extrema, esta histórica vía férrea da acceso a metrópolis contemporáneas, pueblos atemporales y bellos parajes. Más información en www.planetadelibros.com.



CALENDARIO

Llega una nueva edición de Fitur

● Del 23 al 27 de enero, Fitur, Ifema. Fitur amplía su superficie de exposición con la incorporación del pabellón dos, donde se ubicará la oferta de los destinos de Oriente Próximo. De esta manera, la feria de Turismo ocupará nueve de las naves de Ifema, frente a las ocho de las últimas ediciones. La ampliación permitirá que el pabellón cuatro se dedique en exclusiva a Europa, mientras que en el resto no habrá cambios. Desde el punto de vista cualitativo, Fitur seguirá trabajando en la especialización, reforzando algunas de las secciones recientemente introducidas, como Fitur Festivales, y añadiendo otras como una sección monográfica dedicada al Turismo cinematográfico, promovida por Spain Film Commission (SFC). Otro de los grandes ejes de la próxima edición serán los contenidos de conocimiento, con eventos entre los que destaca la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET), antesala de la feria. Más información en www.ifema.es.

La información profesional no es un juego de niños

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

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR
 ☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39
 DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13/28014 Madrid
 E-mail: atencion-clientes@nexotur.com / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid

NEXOTUR
 PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES
 Número 887 / Enero / 2019 / 96 páginas / 2,50€ (incluye IVA)

De Profesional a Profesional

NEXOTUR

LOPE DE VEGA, 13. 28014 MADRID / P.O.BOX 10119 MADRID / 91 369 41 00 / 91 369 18 39 / E-MAIL: nexotur@nexotur.com

SUBEN

Javier Hidalgo



Globalia prevé cerrar 2018 con unos resultados históricos. El grupo conseguirá un beneficio antes de impuestos cercano a los 80 millones de euros, lo que supone prácticamente multiplicar por cinco las ganancias de 2017.

Ana Larrañaga



Fitur amplía su superficie de exposición con la incorporación del pabellón dos. Los organizadores de la feria, que han ampliado la oferta de ocio y de trabajo, confían en superar los 251.000 participantes de la pasada edición.

BAJAN

Pedro Sánchez

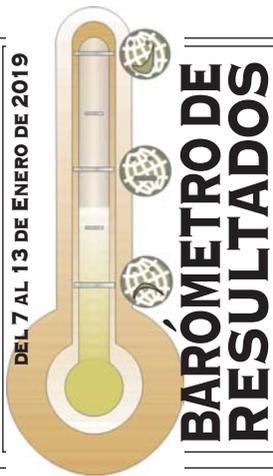


El pasado 28 de diciembre de 2018 entró en vigor la nueva Ley de Viajes Combinados. Además de no dar tiempo a las agencias de viajes para su adaptación, la nueva normativa no recoge las demandas del Sector.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Jesús Nuño de la Rosa	3
Entrevista / Santos García	4
Escaparate	6-15
Mostrador	17-21
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluanet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 7 AL 13 DE ENERO DE 2019



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

Optimismo de cara a la temporada invernal

Las agencias de viajes que operan en España miran a la temporada invernal con cierto optimismo. Según los últimos sondeos realizados por el Observatorio de Turismo Emisor en España (Observatur), hay previsiones de crecimiento. Los datos son especialmente positivos en el apartado internacional, estimando un 40% de las agencias consultadas que se producirá un aumento de la demanda en relación con el año anterior. Otro 40% espera unos resultados similares, mientras que tan solo un 20% cree que se producirá un retroceso. En relación a los destinos nacionales, un 23% de los agentes esperan un incremento de reservas, mientras que un 16% prevé una caída.



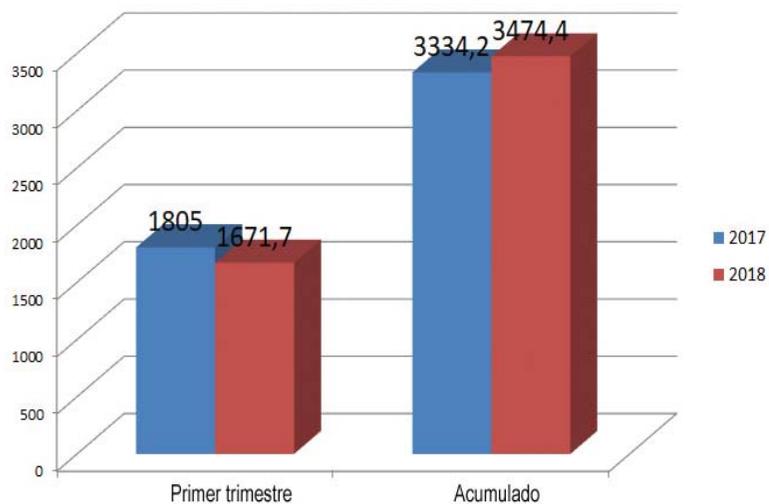
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

El gasto en 'paquetes' se desploma

El gasto en viajes combinados experimentó un llamativo frenazo durante la temporada estival. Después de protagonizar un crecimiento del 17,9% en los seis primeros meses del año, el desembolso efectuado por los residentes en España bajó un 7,4% en el periodo comprendido entre julio y septiembre, situándose en 1.671,7 millones de euros. De esta cantidad. Se produce una caída similar en los viajes al extranjero y en los domésticos.

Desembolso en viajes combinados



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

© NEXOTUR

El desembolso realizado por los españoles para la contratación de viajes combinados experimentó un significativo descenso durante la temporada estival, tendencia que contrasta con el gran incremento registrado en la primera mitad del año. Según los datos recabados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), los residentes en el país destinaron 1.671,7 millones de euros entre los meses de julio y septiembre, un 7,4% menos que en el mismo periodo de 2017, cuando superaron los 1.800 millones de euros.

De la citada cantidad, 1.286,6 millones corresponden a 'paquetes' turísticos al extranjero, apartado que cierra el trimestre con un retroceso del 7,4%. La tendencia es similar en los viajes domésticos, con una tasa negativa del 7,2%, hasta los 385 millones de euros.

Gran primera mitad de año

El comportamiento del consumo turístico en la temporada estival nada tiene que ver con el observado en el primer semestre. El gasto en viajes combinados ascendió a 1.802,6 millones de euros, lo que supuso un espectacular crecimiento del 17,9% en comparación con los 1.529,1 millones alcanzados en el mismo tramo de 2017. En dicho periodo se disparó el desembolso en viajes combinados tanto al exterior como por el propio territorio nacional, con tasas respectivas del 19,1% y del 15,9%.

En el acumulado de 2018, es decir, entre los meses de enero y septiembre, los residentes en España han destinado 3.474,4 millones de euros a la contratación de 'paque-

tes' turísticos. Se trata de un aumento del 4,2% en comparación con los 3.334,2 millones presupuestados un año antes. Lidera el crecimiento el Turismo doméstico con una variación positiva del 6,5%, mientras que el gasto en viajes al extranjero sube un 3,2%.

En total, los residentes en España realizaron 65,6 millones de viajes en el tercer trimestre del año, un 2,6% más que en el mismo periodo de 2017. Según los datos de la encuesta Familitur, que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), su gasto ascendió a 19.055 millones de

euros, un 4,6% más que entre julio y septiembre del pasado año.

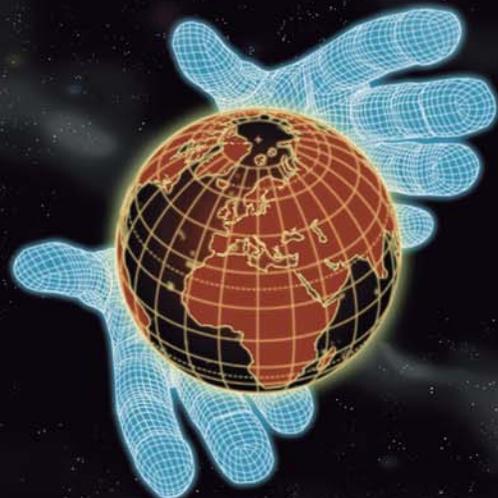
La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, considera muy positivos estos datos y celebra que "los viajes de los residentes en España sigan la misma tendencia creciente en gasto que los de los turistas internacionales". A su juicio "es una señal inequívoca de la recuperación económica de nuestro país y de la robustez del Sector Turístico".

El 89,2% de los viajes tuvo como destino principal el territorio nacional (+1,5%) y el 10,8% restante eligió el extranjero (+12,2%). El 60% de los viajes tuvo como motivo el ocio (+2,2%). El 31,3%, las visitas a familiares y amigos (+2,6%). Mientras tanto, el 5,3% fueron desplazamientos por negocios (+4,9%).

Más viajes al extranjero

En relación al gasto, lo más reseñable del informe trimestral del INE es que en los viajes realizados al extranjero subió un 9,3%, con un desembolso medio diario de 90 euros. Más moderado es el incremento del gasto de los turistas que se decantaron por destinos nacionales. En concreto, experimenta un repunte del 2,3% en comparación con el tercer trimestre de 2017, ascendiendo a 40 euros diarios.

En los nueve primeros meses del año los viajes realizados por residentes en España aumentaron un 2,3% respecto al mismo periodo de 2017, destacando el fuerte incremento del 11,6% de los desplazamientos al extranjero. El gasto subió un 6,8%, también gracias al gran comportamiento del Turismo emisor.



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

Las huelgas de controladores europeos cuestan 12.000 millones de euros

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

Fomento sugiere a las aerolíneas que bajen los precios

¿Cuál es el mejor momento para reservar vuelo?