



LUIS MAROTO
Previsión positiva
PÁG. 12 / Un 2% más de reservas aéreas de agencias en Amadeus



WILLIE WALSH
Beneficio récord
PÁG. 7 / Iberia obtiene los mejores resultados anuales de su historia



ANA DUEÑAS
Nueva marca
PÁG. 9 / ERV pasará a denominarse ERGO Seguros de Viaje



JUAN MOLAS
Un fuerte crecimiento
PÁG. 8 / La venta directa de los hoteles se está incrementando



NORBERT FIEBIG
Densidad inferior
PÁG. 11 / Alemania cuenta con 13 agencias por cada 100.000 habitantes

La revisión salarial, un punto de fricción en la mesa del Convenio

El nuevo ordenamiento laboral causa desencuentros entre empresarios y sindicatos

La revisión salarial y el Nuevo Ordenamiento Laboral (NOL) son los puntos de desacuerdo en la negociación del Convenio Colectivo de Agencias de Viajes.

Los sindicatos piden subidas anuales de hasta el 3%, mientras que CEAV aboga por la contención debido al deterioro del margen operativo de las empresas.



Álvaro Márquez dirige Cogeloalvuelo.

Las agencias 'no serán competitivas' sin NDC

"Las agencias que no dispongan de tecnología NDC dejarán de ser competitivas", asegura el director de Cogeloalvuelo. **Pág. 4**

Un 2% más de turistas extranjeros en enero

España recibe durante el primer mes del año un 2% más de turistas internacionales y su gasto se incrementa un 5%. **Pág. 9**

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

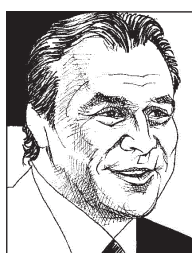
Tras tres encuentros de la mesa negociadora del Convenio Colectivo de Agencias de Viajes, la parte empresarial y los sindicatos no logran acercar posturas. Los representantes de los trabajadores, SPV, UGT y CCOO, proponen un incremento salarial de entre el 2,5% y el 3% anual. Los empresarios, representados por CEAV, abogan por la contención salarial, argumentando la caída de la rentabilidad de las agencias de viajes en los últimos años. Así, aseguran que el

margen operativo de las mayoristas se ha desplomado entre 2010 y 2017, pasando de un bajo 1,8% a un alarmante 0,5%. En el caso de las minoristas, ha pasado del 1,9% al 1,4%. Otro punto que preocupa especialmente a la parte empresarial es el elevado coste para las empresas del Nuevo Ordenamiento Laboral (NOL). Y es que, según CEAV, supone aproximadamente el 0,8% de la masa salarial de las agencias de viajes.

Escapate en **pág. 5**

CEAV critica el NewGen ISS de IATA, que llega en mayo

El NewGen ISS de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) "no se trata de un simple cambio de las actuales resoluciones IATA o de la operativa actualmente establecida para la acreditación de las agencias de viajes", sino que "va mucho más allá", suponiendo "la modificación unilateral" por parte del lobby aéreo "de as-



Rafael Gallego

pectos muy relevantes del programa de agencias", avisa CEAV. Como advierte, en el nuevo sistema, que llega a España el 1 de mayo, "el punto más perjudicial" será el establecimiento del denominado Remittance Holding Capacity (RHC), o también el sistema de prepagos opcionales EasyPay.

Escapate en **pág. 12**



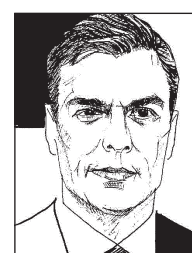
Bajo el lema 'Innovando junto a ti', se ha celebrado los días 1 y 2 de marzo.

Más de 600 profesionales asisten a la Convención del Grupo Avasa

Nueva demostración de fuerza de Avasa. Más de 600 profesionales de la industria turística, entre ellos unos 400 agentes de viajes, han participado en la vigésima segunda edición de la Convención anual del Grupo comercial, que se ha celebrado en Sitges. Escapate en **pág. 10**

La doble cita electoral será negativa para las agencias

Las elecciones generales del 28 de abril y las europeas, autonómicas y municipales del 26 de mayo afectará al consumo, y por ende, a las agencias de viajes. Además, la campaña electoral coincidirá con fechas claves para el Sector Turístico, como la Semana Santa, el puente de mayo y el arranque de la época más intensa de ventas para la



Pedro Sánchez

temporada estival. Por lo que, como reconocen a NEXOTUR empresarios y directivos consultados, las elecciones y la incertidumbre política pueden pasar factura a las agencias de viajes. "El consumidor suele ser prudente y esperar a ver cómo queda el panorama político y económico", aseguran.

Escapate en **pág. 6**



POLITOURS



Semana Santa

Del 12 al 22
abril 2019

DESDE MADRID Y BARCELONA:

EGIPTO
IRÁN
TAILANDIA
TURQUÍA
CHINA
JAPÓN
LONDRES
CROACIA
ESLOVENIA
BELGRADO

CRACOVIA
FLORENCIA
GRECIA
SICILIA
MÚNICH
PRAGA
PARÍS
MARRUECOS
RUSIA
GUATEMALA

VUELOS DIRECTOS DESDE
VALLADOLID, VITORIA, BIARRITZ,
BILBAO, PAMPLONA, MÁLAGA,
SEVILLA, ALICANTE, PALMA,
SANTIAGO, ASTURIAS Y ZARAGOZA:

TURQUÍA
ESLOVENIA
PARÍS
ESTOCOLMO
BERLÍN
PRAGA

LONDRES
LISBOA
VENECIA
SICILIA
GRECIA
DUBROVNIK



CRUCEROS
FLUVIALES

GRAN CRUCERO
POR HOLANDA
Y SUS TULIPANES
GRAN CRUCERO
DANUBIO



Un gran viaje **Vive** para siempre

■ CLAVES

Hoja de ruta NDC para 2019 (I)

HEMOS RECORRIDO UN largo camino desde que presenté la primera hoja de ruta del NDC de Travelport,

trabajando en todos los frentes: con las aerolíneas, que están cambiando gradualmente a la distribución de contenido NDC; con las agencias, que están cambiando su forma de trabajar para estar preparadas para el NDC; con nuestros equipos de producto y tecnología, que están trabajando duramente en segundo plano para que Travelport sea el *partner* elegido en la era NDC.



© STEPHEN SHURROCK

Completamos la primera reserva NDC a través de un GDS en octubre de 2018 y recientemente completamos la incorporación de más agencias, tanto grandes como pequeñas, que están recibiendo contenido NDC como agencias piloto a través de Travelport Smartpoint. Nos hemos comprometido a garantizar que el NDC funcione para todos, hemos compartido información después de nuestras primeras semanas ofreciendo contenido NDC y hemos respondido a las preguntas sobre el NDC más frecuentes de nuestros clientes.

El año pasado dije que, en muchos sentidos, el NDC es solo una nueva versión de lo que siempre hemos hecho en Travelport: ofrecer opciones de viajes a nuestros clientes a través de contenido relevante, sea cual sea el método de distribución que el proveedor elija para conectarse a nuestra plataforma.

Ya tenemos cinco aerolíneas ofreciendo contenido NDC a través nuestra plataforma. A lo largo de 2019 se sumarán más aerolíneas.

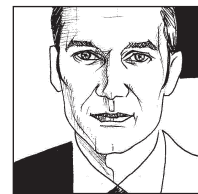
En algunos casos, el NDC es una actualización de la tecnología que ha estado en funcionamiento durante tres o cuatro décadas. Mi compañero del equipo de Arquitectura, Stu Waldron, compartió su visión del "trabajo de fontanería" que está sucediendo en segundo plano para prepararse para la era del NDC. Como Travelport se encuentra justo en el corazón del ecosistema de viajes, creemos que tenemos una oportunidad única de implementar la infraestructura adecuada ahora para servir a la industria de viajes durante las próximas tres o cuatro décadas.

Durante 2018, adoptamos la metodología Scaled Agile Framework (SAFe) para nuestro departamento de producto.

© Stephen Shurrock es director comercial de Travelport.

‘Desde Fetave queremos manifestar públicamente que estamos abiertos a la unidad de acción con el conjunto de Organizaciones que representan a las agencias de viaje en España en defensa de los intereses profesionales del Sector’, asegura el presidente de Fetave

TRIBUNA



© CÉSAR GUTIÉRREZ

La unidad de intereses no es uniformidad asociativa

EN DIVERSAS OCASIONES y de diferentes formas, NEXOTUR ha manifestado su preocupación por el hecho de que la falta de unidad asociativa debilite el posicionamiento del Sector de las agencias de viajes ante la Administración y la sociedad.

Desde Fetave agradecemos esa sincera preocupación y queremos manifestar públicamente que estamos abiertos a la unidad de acción con el conjunto de Organizaciones que representan a las agencias de viaje en España en defensa de los intereses profesionales del Sector desde un diálogo abierto, sin condicionamientos ni protagonismos personales ni asociativos, superador de las eventuales diferencias personales que hayan podido existir y de todo tipo de discrepancias y enfrentamientos pasados, siempre desde el mutuo respeto asociativo y a los asociados de cada una de las Organizaciones, así como del reconocimiento de las respectivas representatividades. Pero también creemos importante señalar que unidad no es uniformidad, especialmente cuando junto a evidentes coincidencias, existen diferencias de criterio sobre temas muy relevantes, y no es el menor lo referente a las diferentes lecturas que mantenemos sobre la normativa de los viajes combinados, transposición de la Directiva UE 2015/2302, que creemos es la norma más importante de regulación de la actividad del Sector casi desde que este inició su actividad.

Respetamos, pero no compartimos, el análisis de CEAV sobre la, según esa Organización, ilegalidad de las garantías exigidas en el hoy texto legal, lo que denominan doble garantía, garantía adicional o garantía contractual, así como de la garantía solidaria. Sobre este último punto, estando radicalmente en contra del disparate de la garantía solidaria tal como se estipula en el texto legal, y que la Directiva no prevé, pero que tampoco excluye, dado que no son más garantías para el viajero en cuyo caso sí sería contrario a ella (lo que refuerza aún más el esperpento de la regulación hoy vigente en España), creemos que la garantía solidaria no es contraria a la Directiva, pero sí un absurdo que hay que lograr eliminar poniendo fin a ese disparate de la garantía solidaria, fruto del error de la transposición de la Directiva de 1990 que aún se arrastra, por más que la convocatoria de elecciones y disolución de las Cortes que conlleva

el decaimiento de los proyectos de ley en tramitación haya supuesto que la posibilidad de la eliminación que nos habían prometido los principales Grupos del Congreso en la tramitación de la norma haya desaparecido del inmediato futuro.

contractual y ¿también de la garantía solidaria?, temas ambos a los que, pese a nuestra discrepancia con la visión de la otra Asociación empresarial, nunca nos hemos opuesto a su posición, por más que no la compartiésemos, y ello desde el

así como con empresas del Sector Turístico en las que, en muchos casos, debemos ir de la mano para defender intereses comunes y en otros mantener un diálogo constructivo cuando los intereses defieren, considerando desde nuestro punto de vista imprescindible mantener una buena relación tanto con CEOE como con las organizaciones y empresas representadas en el Consejo de Turismo de CEOE así como en el Consejo Español de Turismo en el que Fetave tiene el honor de representar a las agencias de viajes. Sin olvidar la discrepancia sobre la presencia de Fetave en la negociación del convenio en base a su representatividad que, una vez acreditada, habrá que contrastar con los datos de CEAV para definir las respectivas representatividades, no supuestas, sino medidas.

Por seguir con temas de coincidencia en la preocupación, pero de discrepancia en cómo afrontar el problema, compartimos la preocupación por el tema de las demandas penales por el impago del BSP a empresarios agentes de viajes, en casos de concurso de acreedores no dolosos ni culpables, pero creemos que ese espinoso tema debe ser abordado desde el diálogo constructivo y creemos que encontrar una solución razonable a los intereses encontrados es posible desde el diálogo y no desde el enfrentamiento.

Pero lo importante, y deseable, es que las discrepancias asociativas no sean excluyentes de las razones del

otro, sino enriquecedoras del interés global, de forma que resulte posible defender las diferentes posiciones cuando éstas se dan, desde el objetivo, suponemos común, de defender los intereses generales de las agencias de viajes y

ello, como decía, sin demonizaciones del otro en caso de discrepancias.

Con esta declaración de posicionamiento, desde Fetave recogemos esa llamada de NEXOTUR a trabajar y entenderse en defensa del Sector, que esperamos que efectivamente pueda ser posible y de esa forma reforcemos la imagen de las agencias de viajes ante la sociedad y su capacidad de negociación tanto ante las Administraciones Públicas como ante las otras organizaciones asociativas y empresas tal como, con toda razón, viene exigiendo NEXOTUR recogiendo y haciéndose eco, así lo creemos, del sentimiento del colectivo de las agencias de viajes españolas.

© César Gutiérrez es presidente de la Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas (Fetave).



Por ello Fetave se va a concentrar en tratar de modular ese aspecto de la garantía solidaria en los Decretos que forzosamente deberán promulgar las Comunidades autónomas para acomodar su normativa al texto

Fetave se va a concentrar en tratar de modular en los Decretos de las Comunidades

del Real Decreto Ley convalidado por el Congreso, así como en conseguir un desarrollo armonizado de éstas en temas como ¿quién está capacitado legalmente para la organización de viajes combinados?, las garantías

y regulación de las operaciones comercializadas en Internet de viajes combinados y servicios de viajes vinculados y un mayor control de los viajes organizados sin ánimo de lucro y esporádicamente que están excluidos de las garantías de protección al viajero de la ley de viajes combinados y pueden ser una fuente de intrusismo y desprotección, sin olvidar el objetivo de lograr que las nuevas Cortes resultantes de las elecciones modifiquen la actual normativa en lo concerniente a la garantía solidaria.

Y mientras desarrollamos esa labor, estaríamos atentos a la respuesta que la Comisión Europea deberá dar ante la anunciada públicamente, pero que sepamos aún no formalizada, denuncia del texto legal por parte de CEAV en lo referente a la garantía

respeto asociativo. Al igual que por ello creemos que esa anunciada denuncia se producirá realmente y que su anuncio en los medios no será un "brindis al sol" y, con la respuesta de la Comisión, tendremos todos un elemento de clarificación que creemos reforzará la estrategia adoptada por Fetave, pero en eso, el tiempo dará y quitará razones.

En todo caso, no es incompatible nuestra propuesta con la de la otra Asociación. Si llevan razón en

sus planteamientos de ilegalidad con la normativa comunitaria, se acabó el problema, y si no es así, nuestra propuesta sería la solución. Pero no tenemos que olvidar otros aspectos importantes en lo referente a las competencias en la materia de viajes combinados, las garantías y regulación de las operaciones en Internet, un mayor control de los viajes organizados esporádicos y sin ánimo de lucro, etc. sobre lo que es necesario seguir trabajando con la Administración para su correcta regulación. ¿Es posible trabajar en ello conjuntamente y definir una posición común? Creemos que sí.

Y al igual que en lo anterior, podemos señalar diversos casos de discrepancias, entre ellos la forma de relacionarse con las otras Organiza-

Es posible trabajar conjuntamente y definir una posición común? Desde Fetave creemos que sí

OPINION

NEXOTUR

PERIÓDICO 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 GALLEGOS ALÍAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORJA (DESARROLLO), PAULA VACAS (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEP MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), GERMANA ORLINOVA (EVENTOS), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN), MAMEN MARTÍNEZ (DISEÑO) Y ENRIC ARENOS (COLUMNISTAS). JULIO C. ABREU STAUD, ISABEL ALBERTO FERRER, 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: NEXO DATA

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 EMBLUSTADO) Y CORREOS (DISTRIBUCIÓN)

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

® NEXOTUR ES UNA MARCA REGISTRADA DE NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)

© COPYRIGHT: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO) / DERECHOS RESERVADOS

DEPÓSITO LEGAL: M-8043-2012/IMPRESO EN ESPAÑA

ISSN (INTERNACIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966

TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO

Nexo

NEXOBUS: 200 ediciones y 20 años

HACIENDO HISTORIA. NEXOBUS CELEBRA su edición número 500 escribiendo la historia del Transporte de Viajeros por Carretera. Con dos centenares de razones para proyectarse hacia el futuro.

Conscientes de que lo importante es el contenido, sea cual fuere el medio utilizado, en el Grupo NEXO apostamos, hoy más que nunca, por la información útil y rigurosa, como instrumento de trabajo para nuestro lector.

Y lo hacemos manteniendo la periodicidad mensual de NEXOBUS al tiempo que potenciamos el diario *online* en Internet, asegurando la mejor información para el profesional, quien es y será siempre el que conforme nuestro público objetivo.

Grupo NEXO acaba de cumplir 30 años de vida, y la información sobre transporte por carretera forma parte de esta editorial desde hace 20 años. El segmento de los viajeros fue pionero allá por el año 2000 naciendo de la sección de Autocarismo que se incluía por entonces en NEXOTUR. Poco más tarde, en 2002, la División de Transportes se complementó con *Nexotrans*, el periódico profesional de transporte de mercancías. Hoy, la credibilidad y el rigor de la información que publicamos —a diario en nuestra plataforma digital y cada mes en la edición impresa— son referentes del Sector y ejemplo de buen hacer, dejando a un lado el amarillismo y los rumores. Centrando nuestra oferta informativa en la veracidad, en nuestras fuentes y en la fidelidad de nuestros lectores.

Porque los datos así lo avalan. En el último año, todos los ratios relacionados con las plataformas digitales están creciendo a dos dígitos. El número de usuarios, las sesiones

iniciadas, las páginas vistas totales (que han superado el millón en Transporte por primera vez) y, sobre todo, el tiempo medio de lectura de las informaciones del Transporte (12 minutos y medio), según datos oficiales de Google Analytics. Y que confluyan tantas tendencias positivas no puede ser casualidad.

NEXOBUS apostó desde el principio por el transporte y jamás flaqueó en la defensa del Sector, por fuerte que fuera el antagonista. La insobornable independencia del Periódico y su vocación de servicio al sector ha quedado de manifiesto en las numerosas ocasiones, en las que este Periódico ha denunciado (sin importar consecuencias o represalias) malas prácticas lesivas contra los intereses de los transportistas.

Es buen momento, quizá, para recordar el lema que nos mueve: "A favor de todos y en contra de nadie". NEXOBUS lleva a gala su independencia, innegociable en todo momento, y por eso solo se alinea con cuanto mejora al sector y a sus empresarios y profesionales.

Como siempre, el Grupo NEXO celebra esta efeméride de la única forma en que sabe hacerlo: trabajando aún más. La edición conmemorativa de NEXOBUS 200 es una rigurosa síntesis de la actualidad sectorial. O lo que es lo mismo, de los Protagonistas del Transporte de Viajeros en España, a los que dedicamos la cena de gala celebrada en Madrid el 7 de marzo en el Centro de Convenciones Gran Vía del Hotel Mayorazgo, ante un centenar de los primeros espadas del sector. Enhorabuena.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

NEXOBUS alcanza las 200 ediciones en casi 20 años de cita mensual con su edición impresa y diaria con su versión digital, y lo hace rindiendo homenaje a los Protagonistas del Transporte

▲ CHECK-IN / CONGRESO DE TURISMO

UNAV apuesta por el futuro

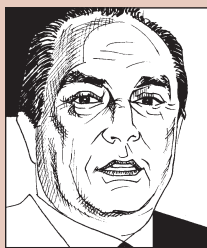
Cuenta atrás para la celebración de una cita de referencia del Sector. Del 4 al 6 de abril, Segovia albergará la 22ª edición del Congreso de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV). Es la cuarta vez que una ciudad de Castilla y León se convierte en sede del evento, en el que se darán cita 250 agentes de viajes.

El futuro de la agencia de viajes es el tema central del congreso, que este año estrena formato renovado, más ágil y dinámico, con charlas pautadas siguiendo la metodología TED y debates abiertos a la participación. Según el presidente de UNAV, Carlos Garrido, "vamos a compartir junto a los mejores expertos sus experiencias y casos de éxito para que nos sirvan en la planificación de estrategias de nuestros negocios".

UNAV apuesta por "un congreso abierto en el que podamos oír y conocer a todos los compradores de viajes, sea cual sea su edad, tipo de viaje que realicen, su mentalidad o, incluso, el canal que utilicen para la contratación, con la finalidad de entenderles y de saber qué es lo que realmente esperan de nosotros", explica Garrido. "En definitiva, queremos buscar cómo podemos anticiparnos a las tendencias que demandan los viajeros y a las oportunidades que pueda surgir en el futuro". En seis sesiones de trabajo diferentes se abordarán temas de especial relevancia como son la transformación de otros sectores; las nuevas tendencias que demandan los clientes en sus viajes; estrategias para captar y fidelizar a estos clientes; o la importancia de la tecnología aplicada a las agencias. También habrá conferencias sobre el valor del cliente corporativo y cómo debe ser la agencia de viajes de futuro.

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Luis Felipe Antoja

El presidente del Grupo Avasa, líder en Cataluña y cuya presencia en el resto de España es cada día más, lideró una nueva convención en Sitges, con más de medio millar de participantes y un foro de prospectiva sectorial de gran interés.



Avasa consolida un año más así su privilegiada posición en el Sector de Cataluña al igual que DIT en Euskadi y Canarias, o GEA a nivel nacional. Una excelente noticia para las agencias de viajes independientes, cuya pujanza es incuestionable.

🔥 LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / ELECCIONES 2019

¿Parón en la decisión de compra?

La incertidumbre política y los procesos electorales, con sus agresivas campañas, no son precisamente un estímulo para el consumo de viajes. Sus negativos efectos sobre la decisión de compra de las vacaciones, que tiende a retrasarse hasta después de los comicios, son bien conocidos por los agentes de viajes.

Las proximidad de las elecciones generales del 28 de abril, que se sumarán a la triple convocatoria de elecciones (europeas, autonómicas y municipales) del 26 de mayo, afectará muy probablemente al consumo, y por ende, a las reservas de los clientes de las agencias de viajes españolas.

Además, la campaña electoral coincide con fechas claves para el Sector Turístico, como son la Semana Santa, el puente de mayo y el arranque de la época más intensa de ventas para la temporada estival. Por lo que, como reconocen a NEXOTUR los empresarios y directivos consultados, las elecciones y la incertidumbre política pueden pasar factura a las agencias de viajes. "El consumidor suele ser prudente y esperar a ver cómo queda el panorama político y económico", aseguran en el Sector.

Mala cosa para un año de desaceleración económica. Máxime si el maximalismo propio de discursos y consignas partidarias, cada vez más impregnados de populismo, contribuyen a meterle el miedo en el cuerpo a los ciudadanos, que responden en su condición de consumidores retrasando gastos, y provocando con ello una contracción de la demanda turística doméstica, cuyos resultados veremos en los próximos meses.

«Aquellas agencias que no dispongan de tecnología NDC y de los medios necesarios para acceder a esta oferta, dejarán de ser competitivas / Crecemos a un buen ritmo, invirtiendo en innovación y tecnología / Aspiramos a ser el mejor ‘partner’ para las agencias / La solvencia de los distintos consolidadores no es la misma y esto es algo que puede preocupar a las aerolíneas

«El avance del NDC en la industria aérea es absolutamente imparable»

Álvaro Márquez / Director de Cogeloalvuelo



Cogeloalvuelo continúa reforzando su posición en el mercado español. El consolidador, que además de producto aéreo ha incorporado servicios alternativos como Renfe y seguros de viaje, se sitúa entre las cinco empresas de su sector por volumen de negocio, superando la cifra de 4.000 puntos de venta conectados. Su director, Álvaro Márquez, analiza la situación actual de la empresa propiedad de IAG7 Viajes y da a conocer algunos de sus planes de futuro. También da su opinión sobre el desarrollo del New Distribution Capability (NDC) y todo lo que rodea a su progresiva implementación en el negocio de la distribución aérea.

P.- ¿Qué volumen de negocio alcanzó Cogeloalvuelo en el global de 2018? ¿Cuál ha sido la evolución anual del consolidador?

R.- Un año más, continuamos con un incremento constante de dos dígitos y hemos cumplido el objetivo que nos habíamos marcado. Si bien es cierto que el aéreo sigue siendo la parte más importante de nuestro negocio, la venta de Renfe y de seguros ha tenido un comportamiento muy positivo también, lo que ha contribuido en buena medida a estos buenos resultados.

P.- ¿Cuentan con novedades para este año? ¿Podría detallar cuáles son las más relevantes?

R.- El presente año será realmente importante para nuestra empresa. Se cumple nuestro décimo aniversario y para celebrarlo nada mejor que estrenar una nueva web, la cual contará con múltiples mejoras en visibilidad, servicios y tecnología. Así, destacamos el incremento del sistema de filtros, la optimización de los parámetros de búsquedas, el avance en funcionalidades de NDC, etc. y contaremos con importantes cupos de tarifas étnicas a diversos puntos del continente americano válidas para toda la temporada 2019, incluida Navidad.

P.- ¿Qué distingue a Cogeloalvuelo del resto de consolidadores aéreos con los que compiten en el territorio español?

R.- Hay factores realmente diferenciales entre los que se encuentran nuestro carácter multiGDS; la novedosa solución Business to Business (B2B) Wallet, que simplifica y optimiza notablemente los procesos de pagos con las agencias clientes; la funcionalidad RTS, la cual permite a la agencia de viajes total autonomía a la hora de acceder a nuestro banco de tarifas especiales en más de 100 compañías de todo el mundo y nuestro contenido NDC, en el que fuimos pioneros hace más de un año. También destacaría nuestro equipo de profesionales, con una sólida trayectoria

toría y cualificación que permite ofrecer servicios y soluciones inmediatas ante cualquier petición o incidencia que se presente. Y por último, resaltar que Cogeloalvuelo cuenta con el respaldo de IAG7 Viajes, grupo con más de 40 años de sólida trayectoria en la industria de agencias de viajes conociendo las necesidades de los agentes y con gran sensibilidad hacia sus problemas.

P.- NDC, uno de los grandes proyectos impulsados por los grandes grupos aéreos en el seno de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), parece que marcará un antes y un después en el negocio de la distribución

aérea. ¿El avance y desarrollo de este protocolo de comunicación les afecta de algún modo?

R.- El avance del NDC en la industria aérea es absolutamente imparable. En nuestro caso estamos trabajando en este nuevo protocolo de reservas desde el pasado año, lo que nos permite ofrecer una ventaja económica directa, así como acceso a un contenido totalmente diferenciado y más amplio del inventario de las compañías NDC. Ya el pasado 2018, a pesar de los primeros problemas existentes que surgieron, Cogeloalvuelo apostó por avanzar en el NDC con Iberia, lo que recibió una interesante acogida por parte de los clientes. Otros consolidadores muy relevantes aún no están conectados, con lo que nuestros clientes tienen aquí una clara ventaja.

P.- ¿Cree que NDC realmente marcará el futuro de la distribución aérea a nivel mundial?

R.- NDC es más presente que futuro. Los costes de distribución de las compañías aéreas a través de los GDS se reducen y cada vez más aerolíneas adaptarán este canal de distribución. Aquellas agencias que no dispongan de la tecnología y los medios necesarios para acceder a esta oferta, dejarán de ser competitivas.

P.- Mientras que el número de puntos de venta que disponen de título IATA se ha desplomado en la última década, las ventas vía BSP llevan años creciendo en España.

¿Se han visto beneficiados de esta recuperación del emisor español?

R.- Lógicamente este hecho nos favorece. La recuperación del BSP es una muestra del buen momento que atraviesa el Turismo a todos los niveles, tanto a nivel corporativo como vacacional. Y esto nos beneficia, al igual que sucede con el resto de empresas del Sector.

P.- ¿Qué posición ocupan actualmente en el mercado español? ¿Aspiran a ser el número uno?

R.- Estamos situados en el top cinco. Creemos a un buen ritmo, invirtiendo en innovación y tecnología, para ofrecer productos competitivos a nuestras agencias clientes. Aspiramos a ser el mejor partner para las agencias de viajes, competitivo, fiable y duradero.

P.- ¿Se han visto beneficiados por los cada vez más exigentes requisitos impuestos por IATA a las agencias de viajes? ¿Cogeloalvuelo es la solución idónea para aquellas agencias que no pueden o quieren tener licencia IATA?

R.- Años atrás puede que fuera la única razón, pero actualmente el cliente Cogeloalvuelo es muy variado. Hay desde agencias independientes o miembros de Grupos gestión a agencias que disponen de acreditación IATA. Pero lo que tienen en común es que buscan opciones que les permitan ser más competitivas y ahí es donde radica el éxito de nuestro consolidador.

P.- Las aerolíneas mostraron un cierto temor ante el crecimiento de los consolidadores aéreos.

¿Qué opina al respecto? ¿La pertenencia a IAG7 Viajes es sinónimo de seguridad tanto para agencias de viajes como para aerolíneas?

R.- La solvencia de los distintos consolidadores no es la misma y en cierto modo es algo que puede preocupar a las aerolíneas. Este no es, como he dicho anteriormente nuestro caso. Cogeloalvuelo cuenta con el respaldo de pertenecer a IAG7 Viajes, lo que supone una garantía importante para los proveedores y sobre todo para las agencias clientes, en lo económico como en la forma en que afrontamos las cosas, siempre con una visión a largo plazo.

P.- En el año 2016 tenían 4.000 agencias registradas. ¿Con qué cifra cuentan en la actualidad? ¿Aspiran a seguir creciendo en número?

R.- Tenemos alrededor de 4.200 puntos de venta registrados, pero nuestro interés se ha centrado en aumentar el número de agencias de venta habitual, y en estos momentos superamos las 2.500. Nuestro objetivo es seguir trabajando y dotarles de nuevos productos y servicios que nos permitan fidelizarlas cada vez más, y sientan que más que un proveedor somos su compañero de viaje.

La recuperación del BSP es una muestra del buen momento del Turismo a todos los niveles

Se cumple nuestro décimo aniversario y para celebrarlo nada mejor que estrenar una nueva página web

Cogeloalvuelo cuenta con el respaldo de IAG7

Hay factores realmente diferenciales entre Cogeloalvuelo y el resto de consolidadores que operan en el mercado español. Entre otros, se encuentran nuestro carácter multiGDS; la novedosa solución Business to Business (B2B) Wallet, que simplifica y optimiza notablemente los procesos

de pagos con las agencias clientes; la funcionalidad RTS, la cual permite a la agencia de viajes total autonomía a la hora de acceder a nuestro banco de tarifas especiales en más de 100 compañías de todo el mundo y nuestro conte-



ÁLVARO MÁRQUEZ

nido NDC, en el que fuimos pioneros hace más de un año. También destacaría nuestro equipo de profesionales, con una sólida trayectoria y cualificación que permite ofrecer servicios y soluciones inmediatas ante cualquier petición o in-

cidencia que se presente. Y por último, resaltar que Cogeloalvuelo cuenta con el respaldo de IAG7 Viajes, grupo con más de 40 años de sólida trayectoria en la industria de agencias de viajes conociendo las necesidades de los agentes y con gran sensibilidad hacia sus problemas.

Expedición a las Islas Británicas

Tómate un momento para saborear el viaje de tu vida



Imagina disfrutar con **Todo Incluido** de un crucero en el tiempo, **un viaje donde lo imposible se hace posible** mientras navegas por siglos de historia, revives leyendas milenarias y contemplas inmensos y bellos paisajes bañados en verde.

Reserva ya en pullmantur.es o en tu agencia de viajes. Única salida el 6 de julio de 2019.



Disfruta de 14 noches visitando Islas Shetland, Invergordon, Edimburgo, Islas Orcadas, Dublín, Liverpool e Islas Feroe entre otros.

Desde 1.995€ vuelos, tasas y otros cargos incluidos*

(*) Cargos por servicio y administración no incluidos: 154€.

pullmantur
≡ **cruceros**

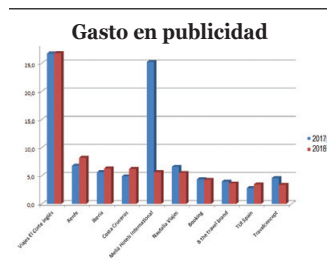
**Destinos
Exclusivos 2019**

Sueños que se hacen viajes

ESCAPARATE

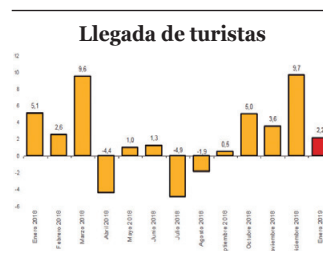
La inversión en publicidad desciende en el año 2018

Las empresas vinculadas al Turismo en España han desembolsado 194,6 millones de euros en publicidad, un 4,5% menos, según los datos de InfoAdex. De las diez primeras, tres son agencias. **Pag 32**



España recibe un 2% más de turistas en enero

En enero han llegado al país 4,2 millones de turistas internacionales, un 2,2% más que en el inicio de 2018. Reino Unido y Alemania son los dos grandes mercados emisores, con 807.347(+1%) y 515.989 viajeros (+2,7%). **Pag 9**



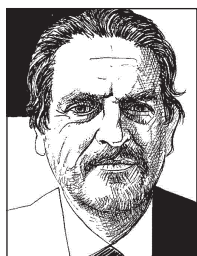
Las reservas aéreas crecen más del 2% en Amadeus

Amadeus sigue creciendo en el negocio de la distribución aérea. Las reservas efectuadas por agencias de viajes a través de su sistema aumentan un 2,1% en el global de 2018, ascendiendo a 580,2 millones de euros. **Pag 12**

PRONTUARIO

Diez años uniando Barcelona y Cerdeña

CADA AÑO ES especial, pero 2019 reúne una serie de novedades que para Grimaldi Lines lo hacen más especial que otros. En primer lugar, en 2019 se cumplen diez años de la línea entre Barcelona y Cerdeña. Hemos convencido a casi un millón de españoles a viajar con nuestros ferris embarcando el coche a esta isla del Mediterráneo. También estamos



LORENZO BANDINI

alargando y haciendo un *restyling* a nuestros buques, el Cruise Roma y el Cruise Barcelona, los que cada día viajan de Barcelona a Civitavecchia (Roma), haciendo escala en Porto Torres (Cerdeña). Además, 2019 es el año en que Grimaldi lanza su desafío en el campo de la sostenibilidad, dotando a sus nuevos ferris de baterías de litio y, de esta forma, producir una emisión de CO₂ igual a cero mientras el barco se encuentre en el puerto. Como última novedad, hemos acondicionado camarotes especiales para que el pasajero que viaja con su mascota pueda hacerlo en una de las Pet Cabins.

En este año rico de innovaciones y primicias, Grimaldi Lines sigue también con las buenas costumbres de siempre. Es decir, proponiendo sus 'paquetes' de vacaciones coche+barco+alojamiento y ofertas muy interesantes a quien quiere viajar con nuestros barcos. Ofertas y descuentos serán aplicados a todas las líneas operativas este año, las que unen Barcelona a Civitavecchia, Porto Torres y Savona. En Grimaldi Lines miramos al 2019 con el optimismo de siempre que ha llevado a la compañía a consolidar su posición de líder en transporte marítimo entre España e Italia.

Lozano Bandini es director de pasajeros de Grimaldi Lines en España.

La doble cita electoral en un mes retraerá el consumo en fechas clave para las agencias

Los españoles acudirán dos veces a las urnas en el plazo de un mes, el 28 de abril y el 26 de mayo

La celebración de dos convocatorias electorales en un periodo de cuatro semanas hará un flaco favor al Sector de las agencias de

viajes en nuestro país, que suelen sufrir los efectos de la incertidumbre política. Además, su impacto será aún mayor al coincidir con

fechas clave como son la Semana Santa, el puente de mayo y las ventas estivales. Las elecciones serán el 28 de abril y el 26 de mayo.

El 28 de abril, tan solo diez meses después de que Pedro Sánchez arrebatase a Mariano Rajoy la presidencia del Gobierno con una moción de censura, los españoles volverán a acudir a las urnas. A la incertidumbre que genera esta inestabilidad política, con el mandato más corto de la democracia (hasta ahora el récord correspondía al Gobierno de Leopoldo Calvo Sotelo, que duró un año y dos meses entre 1981 y 1982), se suma el hecho de que se celebrarán en apenas un mes dos elecciones —el 26 de mayo hay autonómicas, municipales y europeas—.

Todo ello, unido a que la campaña electoral coincidirá con fechas claves para el Turismo, como la Semana Santa, el puente de mayo y el arranque de la época más intensa de ventas para la temporada estival, hace presagiar unos meses con turbulencias para un Sector de agencias que, pese a la progresiva

recuperación de los niveles de ingresos, todavía está a años luz de la situación vivida antes del estallido de la crisis económica. Así lo reconocen empresarios y directivos consultados por NEXOTUR, que coinciden en que las elecciones y la incertidumbre política suelen pasar factura a las agencias de viajes.

El consumidor 'suele esperar'

"Siempre ha influido tanto en el vacacional como en el business travel", reconocen, al tiempo que argumentan que "el consumidor suele ser prudente y esperar a ver cómo queda el panorama político y económico". Además, advierten que "luego habrá que ver si tras las elecciones se consigue formar Gobierno pronto o se retrasa más todavía".

Antes de que Pedro Sánchez fracasase en su intento de sacar



Pedro Sánchez preside la reunión del Consejo de Ministros extraordinario.

adelante los Presupuestos Generales del Estado (PGE), lo que desencadenó la convocatoria de elecciones, desde el Sector de agencias ya se miraba al año 2019 con prudencia. Por ejemplo, los máximos responsables de los Grupos comerciales punteros del

país pronosticaron un "moderado crecimiento" para el global del año, señalando a la desaceleración económica y a la convocatoria de elecciones autonómicas, municipales y europeas, entre otros factores, como las principales amenazas para el negocio a corto plazo.

Alarmante desplome del margen de los turoperadores, que pasa del 1,8% al 0,5%

La revisión salarial y el NOL, los principales puntos de fricción en la negociación del Convenio

Tras tres encuentros de la mesa negociadora del Convenio Colectivo de Agencias de Viajes, las posturas entre la parte empresarial y los sindicatos continúan siendo muy distantes. Por un lado, los primeros, representados por CEAV, abogan por la contención salarial con el argumento de la caída de la rentabilidad de las agencias de viajes en los últimos años.

Según los datos aportados por el equipo de la Confederación en la mesa negociadora, el margen operativo de las mayoristas se ha desplomado en el periodo comprendido entre 2010 y 2017, pasando de ya un de por sí bajo 1,8% a un alarmante 0,5%. En el caso de las

agencias minoristas, ha pasado en los mismos años del 1,9% al 1,4%.

Otro punto que preocupa especialmente a la parte empresarial es el elevado coste que supone para las empresas del Sector el Nuevo Ordenamiento Laboral (NOL). Y es que, según estimaciones de CEAV, supone aproximadamente el 0,8% de la masa salarial de las agencias de viajes.

Incremento salarial

Mientras tanto, los representantes de los trabajadores, SPV, UGT y CCOO, entienden que la recuperación en materia de ingresos y de número de ocupados, en el segundo caso

con niveles incluso superiores a los registrados antes del estallido de la crisis económica, son razones más que suficientes para que se aplique una importante subida salarial. Su propuesta inicial, a la que se opone tajantemente la Confederación, es un incremento de entre el 2,5% y el 3% anual. Al respecto, CEAV hace referencia a que en convenios del sector servicios como el del colectivo de grandes almacenes, con similar representación de trabajadores y sin una caída tan acusada de la rentabilidad, se ha acordado un repunte del 1%.

En caso de que el nuevo Convenio tuviese una duración de tres años (aún está por determinar su periodo de



Ya se han celebrado tres encuentros.

vigencia), los sindicatos plantean un aumento de hasta el 9%, cinco puntos por encima del acordado en el anterior, que estableció subidas del 1% en 2016 y del 1,5% tanto en 2017 como en 2018.

Barack Obama asistirá a la cumbre de WTTC

El expresidente de Estados Unidos, Barack Obama, será invitado de honor y orador principal en su Cumbre Mundial que organizará el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) en Sevilla entre el 2 y el 4 de abril de 2019. La presidenta y CEO de WTTC, Gloria Guevara, se muestra "agradecida y honrada de ser la anfitriona de un líder tan importante como el presidente Barack Obama".

Jornada de Airmet sobre Ley de Viajes Combinados

Airmet ha congregado a sus agencias en Madrid en una jornada formativa sobre la nueva Ley de Viajes Combinados y Servicios de Viajes Vinculados. Organizada en colaboración con Tourism and Law despacho especializado en el Sector Turístico, se han despejado las dudas surgidas entre las agencias y las preocupaciones que las mismas les habían trasladado.

Récord de visitantes en el Mobile World Congress

El Mobile World Congress (MWC) de Barcelona ha cerrado la edición más exitosa de su historia con la presencia de más de 109.000 visitantes de 198 países y más de 2.400 empresas expositoras. GSMA, la asociación que lo organiza, ha detallado que el 55% de los visitantes han sido profesionales de alto nivel, entre ellos, 7.900 CEO. El encuentro deja un impacto económico de unos 473 millones.

Grupo Pacífico destaca el papel de las DMC

El Grupo Pacífico ha puesto el foco en Latinoamérica para la expansión de su negocio, sobre todo en cuanto a viajes de incentivo. Desarrolló el año pasado casi una veintena de eventos en siete países latinoamericanos y espera aumentar esta cifra en 2019. Cuenta con dos DMC en cada país de Latinoamérica. Según Pacífico, los eventos MICE está aumentando en Latinoamérica.

Iberia obtiene los mejores resultados de su historia, con un incremento de casi el 7% de sus ingresos

Los ingresos de International Airlines Group ascienden a 24.406 millones de euros, casi un 7% más

International Airlines Group (IAG) cierra el ejercicio de 2018 con unos resultados espectaculares. El beneficio neto del gigante aéreo se eleva un 44,2%, pasando de 2.009 millones a 2.897 millones de euros. También crecen un 6,7% sus ingresos totales, que ascienden a 24.406 millones. El beneficio operativo antes de partidas excepcionales es de 3.230 millones, un 9,5%



Willie Walsh

más que en el ejercicio anterior de 2017.

Su consejero delegado, Willie Walsh, destaca que "hemos conseguido estos fantásticos resultados a pesar de tres importantes desafíos: el aumento de un 30% en los precios del combustible, las importantes incidencias sufridas debido al control del tráfico aéreo y un efecto adverso de los tipos de cambio de 129 millo-

nes de euros". De cara a 2019, el grupo prevé, con los niveles actuales del precio del combustible y tipos de cambio, que su beneficio operativo se mantenga en línea, en términos generales, con la cifra alcanzada en 2018.

Los ingresos de Iberia

De las diferentes divisiones del grupo aéreo, mención especial merece Iberia, que logra en el año 2018 los mejores resultados de su historia

y, además, registra el mayor crecimiento porcentual. La aerolínea española obtiene un beneficio operativo de 437 millones de euros, lo que supone un avance interanual del 16,2%. Alcanza un margen operativo ajustado del 10%. Sus ingresos también experimentan un fuerte aumento interanual del 6,6%, hasta los 5.182 millones.

El beneficio operativo de Vueling es de 200 millones de euros, lo que supone un repunte del 6,4%. Y ello a pesar de que la low cost ha sufrido

importantes incidencias operativas por las regulaciones y las huelgas del control del tráfico aéreo. Su margen operativo ajustado descendió un punto con respecto al año anterior, hasta el 11,8%.

La ganancia operativa de British Airways también muestra un importante avance del 11,6%, ascendiendo a 1.952 millones de libras esterlinas (2.278,7 millones de euros). Aer Lingus, por su parte, se queda en 305 millones de euros, un 13,8% más que en 2017.

El Mundo Airmet

CREANDO EL FUTURO

TECNOLOGIA

"No me quedo detrás, voy por delante"

En un mundo de constante innovación Airmet apuesta firmemente por los desarrollos tecnológicos creando herramientas que permitan a las agencias mejorar sus procesos y ofrecer más alternativas al cliente final.

MARKETING

"Saber llegar al cliente"

En Airmet hemos creado una sola marca, Viajando por el Mundo donde concentramos todas las acciones de marketing que dirigimos a los clientes de cada una de las agencias. Saber llegar al consumidor nos da ventaja, fidelizarle es nuestro objetivo.

SERVICIOS

"El valor cualitativo"

Facilitar la gestión de las agencias ayuda a la venta. Desde Airmet se ofrece:

- Servicio Jurídico especializado en agencias de viajes.
- Asesoría fiscal y contable.
- Apoyo comercial.
- Atención personalizada.

RENTABILIDAD

"El valor cuantitativo"

Gestionamos el acceso a los mejores niveles de comisiones con nuestros proveedores, así como las sobrecomisiones y ráppes. Negociamos campañas promocionales y de venta, creamos producto propio con mejores márgenes de negociación. Apostamos por la optimización de la gestión a través de diferentes herramientas tecnológicas.

Nuevo guiño del Gobierno de Pedro Sánchez al ICTE

La Secretaría de Estado de Turismo ha impulsado la iniciativa UNETUR (Comité de Coordinación Interinstitucional de Estándares y Distintivos Turísticos), con la que busca desarrollar un modelo integral de calidad y competitividad turística en España. Uno de los objetivos prioritarios de esta entidad, impulsada en colaboración con Segittur, el ICTE, el ITH y la UNE, es promocionar la 'Q'.

Europcar renueva comité de dirección en España

Europcar lleva a cabo una renovación de parte de su comité de dirección en España con dos incorporaciones. Con más de 15 años de experiencia en puestos de responsabilidad en *marketing* y ventas, Lluís Figueras se convierte en director comercial y de *marketing*, reemplazando a Tobias Zisik, recientemente nombrado director general de Europcar Mobility Group España.

'Muy buena acogida' del canal B2B de Muchosol

Muchosol refuerza su apuesta por el canal de agencias de viajes. La plataforma *online* de alquiler de villas y apartamentos turísticos, que hace poco más de un año selló una alianza de distribución con Viajes Carrefour, acaba de llegar a un acuerdo con Traveltool. Gracias al mismo, los más de 600 puntos de venta del Grupo de gestión tendrán acceso a la cartera de 30.000 alojamientos de Muchosol.

Más de 10.000 expositores en la ITB de Berlín 2019

Entre el 6 y 10 de marzo se ha desarrollado la feria ITB de Berlín, una de las tres grandes ferias del continente europeo junto a Fitur (Madrid) y WTM (Londres). Ha contado con más de 100.000 empresas expositoras de 181 países, destacando como cada año la elevada presencia española. Cerca de 400 expertos han participado en la convención que organiza la feria.

La venta directa de los hoteles españoles 'se está incrementando de forma considerable'

El presidente de CEHAT reconoce que 'se ha apostado fuerte por la venta directa'

El sector hotelero español viene "apostando fuerte" por la venta directa *online*, estrategia que ya comienza a dar resultados. El presidente de CEHAT, Juan

Molas, asegura que "se está incrementando de forma considerable". Y su evolución será más positiva si se eliminan por completo las cláusulas de paridad.

Los esfuerzos del sector hotelero español para impulsar sus canales de venta directa *online*, dan sus frutos. En una entrevista concedida a NEXOTUR, el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, reconoce que "la venta directa se está incrementando de forma considerable".

"Algunas cadenas hoteleras son un ejemplo de la fuerte implantación de la misma", detalla el responsable del *lobby* hotelero, quien aclara que "todo depende de las nuevas tecnologías, de invertir en ellas y, sobre todo, de que la relación calidad-precio sea la más adecuada". "Se ha apostado fuerte por la venta directa y se ha ganado cuota, especialmente aquellos hoteles que tienen marca", sentencia.

Una medida que daría todavía más alas a esta forma de comercialización del producto hotelero es la eliminación de las polémicas cláusulas de paridad impuestas por las plataformas de distribución turística (OTA). Al respecto, Molas explica que "hay varios países europeos



Su evolución será más positiva si se eliminan las cláusulas de paridad.

que ya lo han conseguido y España, probablemente, tendrá la misma capacidad para que los precios sean decididos por los hoteleros". "Estamos trabajando de forma contundente para que sea el hotelero el que defina los precios a aplicar y no tenga que estar condicionado por las grandes plataformas", apunta.

En este sentido, detalla que "estamos intentado llegar a acuerdos con las plataformas de distribución

online para limitar su capacidad de determinación de precios". Pese a todo ello, defiende que "los hoteleros tienen el control de su producto". "Otra cosa es que las negociaciones con las agencias de viajes, turoperadores, plataformas *online*, etc., sean las más adecuadas, pero quienes tiene la última palabra sobre los precios que se aplican son los hoteleros, y debe seguir siendo así", remarca.

El Turismo, ocho años por encima del PIB mundial

El Turismo vuelve a crecer, y ya son un total de ocho años consecutivos, con más intensidad que la economía mundial. Su aportación al PIB del planeta asciende al 10,4%, con 8,8 billones de dólares. Además, da empleo a 319 millones de personas.



Gloria Guevara

La industria del Turismo continúa incrementando su peso en el Producto Interior Bruto (PIB) global. Según los últimos datos recabados por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), su contribución asciende a 8,8 billones de dólares (7,7 billones de euros) en 2018, lo que supone un crecimiento interanual del 3,9%.

Se trata, además, del octavo año consecutivo en el que su evolución es más positiva que la de la economía mundial, que registra un aumento del 3,2% en el mismo ejercicio. Tras este periodo de ocho años de crecimiento más intenso que la media, la aportación del Turismo se eleva de forma significativa, con el 10,4% de toda la actividad económica del mundo, como destaca WTTC.

En términos de empleo, WTTC destaca que las empresas vinculadas al Turismo cuentan con un total de 319 millones de ocupa-

dos, lo que representa uno de cada diez trabajadores. Así, el Sector Turístico es responsable de uno de cada cinco nuevos puestos de trabajo creados en el mundo durante los últimos cinco años, siendo el segundo sector con mejor evolución,

encontrándose solo por detrás de la industria manufacturera.

En 2029, 421 millones

La presidenta y CEO de WTTC, Gloria Guevara, destaca que "2018 fue otro año de fuerte crecimiento para el Sector, que refuerza su papel como motor económico y de creación de empleos". En su opinión, los datos de este ejercicio "demuestran el poder de los viajes y el Turismo como una herramienta para que los gobiernos generen prosperidad a la vez que crean empleos, apoyando especialmente a las mujeres, los jóvenes y otros grupos de la sociedad a menudo marginados". De hecho, su organización prevé que "contribuya con 100 millones de nuevos empleos a nivel mundial en los próximos diez años, lo que representa 421 millones de ocupados en 2029".

Duras críticas de CEAV al nuevo sistema NewGen ISS de IATA, que llegará a nuestro país el próximo 1 de mayo

La Confederación se ha mostrado en contra la limitación del crédito con el Remittance Holding Capacity (RHC)

CEAV reitera su rechazo al NewGen ISS de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), cuya implementación supondrá un antes y un después en las relaciones entre compañías aéreas y agencias. El proyecto, que como avanzó en exclusiva NEXOTUR entrará en vigor en España el próximo 1 de mayo, "no se trata de un simple cambio de las actuales resoluciones IATA o de la operativa actualmente establecida para la acreditación de las agencias de viajes", sino que "va mucho más allá", suponiendo "la modificación unilateral" por parte del *lobby* aéreo "de aspectos muy relevantes del programa de agencias", avisa la Confederación.

En este sentido, CEAV advierte que "el punto más perjudicial" será el establecimiento del denominado Remittance Holding Capacity (RHC), un límite a las ventas en metálico para todos los agentes con acceso al BSP Cash como forma de pago. Al respecto, la Confederación explica que "supone una limitación del crédito de la agencia, sin tener en consideración las circunstancias de cada caso, habiéndose dado muchos problemas en países en los que ya se está aplicando". Otras modificaciones recogidas son el denominado EasyPay, sistema de prepagos opcional para las agencias, que entrará en vigor

en España el día 18 de marzo; los nuevos tipos de acreditación para agentes; y la nueva forma de garantía financiera, voluntaria, llamada Global Default Insurance (GID).

Simplifica la incidencia

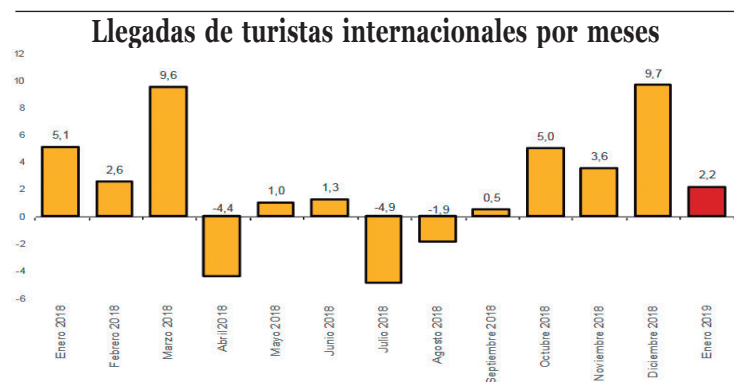
CEAV revela que IATA ha iniciado una campaña informativa en España para difundir las "múltiples ventajas" de este nuevo sistema, "simplificando la incidencia que estos temas tendrán en las agencias y aludiendo a que el objetivo de NewGen ISS es crear un BSP más flexible, seguro y adaptado a las necesidades tanto de las agencias de



Otras modificaciones recogidas son el denominado EasyPay.

viaje como de las aerolíneas". Sobre esta cuestión, la Confederación se muestra "en total desacuerdo",

argumentando que "en realidad se preocupa únicamente de las necesidades de estas últimas".



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

© NEXOTUR

España recibe un 2% más de turistas, que gastan un 5% más

Buen arranque para el receptivo español. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en enero han llegado al país 4,2 millones de turistas internacionales, un 2,2% más que en 2018. Reino Unido y Alemania son los dos grandes mercados emisores, con 807.347 (+1%) y 515.989 viajeros (2,7%).

Todo lo contrario ocurre en Francia, que experimenta un retroceso del 8,7%, con 446.037 turistas emitidos. Estados Unidos y Portugal protagonizan los mayores crecimientos del mes, con tasas respectivas del 25,5% y del 21,7%.

De las principales Comunidades autónomas de destino, solo

Canarias y Comunidad Valenciana muestran un comportamiento negativo, con caídas del 2,1% y del 8%. La tendencia es totalmente opuesta en Baleares (+18,8%), Madrid (+9%), Andalucía (+6,6%) y Cataluña (+5,3%).

En relación al gasto, en enero se alcanza la cifra de 4.689 millones de euros, lo que supone un aumento interanual del 3,6%. El desembolso medio por turista se sitúa en 1.117 euros, con un incremento del 1,4%, mientras que el diario sube un 5%, hasta los 138 euros. La duración media de los viajes de los turistas internacionales es de 8,1 días, lo que representa un descenso de 0,3 días.

ERV pasará a denominarse ERGO Seguros de Viaje el próximo mayo

La compañía de seguros ha presentado la nueva marca en la ITB de Berlín

ERV ha presentado en la Feria Internacional de Turismo de Berlín 2019 (ITB) la nueva marca ERGO Seguros de Viaje. Con ella pretende comenzar a ope-

rar a partir del próximo mes de mayo. El grupo ERGO, al que pertenece ERV, refuerza así su apuesta por este segmento de seguros de viajes.

ERV cambia de marca. La compañía de seguros pasará a denominarse ERGO Seguros de Viaje. Con esta medida, recogida en el programa estratégico de ERGO —grupo asegurador al que pertenece ERV—, se refuerza la apuesta de la empresa por el segmento de seguros de viaje.

La decisión de renombrar a sus compañías de seguros de viaje afecta tanto al mercado alemán, sede de la matriz, como al resto de países donde opera. Oficialmente, ERV presentará por primera vez la nueva marca ERGO Seguros de Viaje el próximo 6 de marzo en el marco de la Feria Internacional de Turismo de Berlín 2019 (ITB).

En España, ERV comenzará a asumir la identidad de ERGO Seguros de Viaje durante el próximo mes de mayo. Será entonces cuando empiece su transformación de denominación, mostrando a sus clientes nuevo logotipo e identidad corporativa en todos sus materiales publicitarios, folletos y en su nueva web.



La directora general de ERV en España, Ana Dueñas.

En palabras de la directora general de ERV España, Ana Dueñas, "este cambio de denominación comercial supone un paso muy importante dentro de la nueva estrategia internacional del Grupo ERGO". "Tiene como objetivo aunar la estrategia de todas las compañías que forman parte del grupo, renovando

y reforzando los recursos de las distintas unidades y desarrollando negocios internacionales", detalla Dueñas. La directiva confía en que este cambio se traduzca en una mejora del "conocimiento de nuestra marca, gracias a las campañas internacionales de publicidad y el atractivo de ERGO".





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



GEATRAVELMEDIA

+ de 70.000 seguidores



Grandes proveedores turísticos reconocen el papel crucial de la agencia en la Convención de AVASA

Más de 600 profesionales asisten a la convención más innovadora del Grupo de gestión Avasa

Durante los días 1 y 2 de marzo, el Grupo Avasa ha celebrado la vigésima segunda edición de su Convención anual en Sitges. El evento ha congregado a más de 600 profesionales del Tu-

risimo, cifra récord para Avasa. Bajo el lema 'Innovando junto a ti', Avasa ha querido destacar la nueva etapa del Grupo, que se dirige hacia un camino de innovación y desarrollo de nue-

vos proyectos adelantándose a las nuevas tendencias del Sector. Aunque siempre bajo su premisa de hacerlo siempre de la mano tanto de sus asociados, colaboradores y partners.

A pesar de la vertiginosa evolución experimentada por la distribución turística desde el cambio de siglo, las agencias de viajes continúan jugando un papel fundamental. Así lo han reconocido los directivos de grandes proveedores que se han dado cita en el Foro Debate de la Convención anual de Avasa.

"Nuestro presidente se refiere a los agentes como nuestros ángeles de la guarda", resalta el vicepresidente global de ventas B2B de Meliá Hotels International, José Miguel Moreno, quien recuerda que "han sido tanto en los buenos como en los malos momentos el partner clave de la cadena". "Creemos en ellas y son una prolongación de nuestro brazo comercial", insiste el directivo. En relación a la digitalización del negocio, explica que "el cambio ha sido abismal en los últimos años", lo que demuestra que "más del 70% de nuestras ventas sean online".

Pese a tratarse de una *low cost*, el director comercial de Vueling, David García, revela que "el 50% de nuestras ventas se canalizan a través de agencias". "Para crecer necesitamos de las minoristas, y esto va a seguir siendo así", apunta. Si bien puntualiza que mientras que "a corto plazo el asesoramiento de la agencia continuará siendo muy importante", a medio plazo "tendrán que usar más las nuevas tecnologías para hacer más sencilla la relación con el cliente".

Por otro lado, el directivo de Vueling pone a Amazon como el ejemplo a seguir en materia de innovación y de utilización de datos. "Amazon facilita la vida al cliente, y hacia ahí debemos ir proveedores y agencias, pasando de una estrategia de producto a una de cliente", prosigue. "Mientras que esta plataforma se dirige a los clientes por el nombre, en el Sector Turístico se pide el número de reserva", relación que a su juicio hay que cambiar para lograr un mayor acercamiento y una mejor comunicación.

Un canal con futuro

También el director general de la Unidad de Negocio de Coches de Europcar Mobility Group, José María González, opina que "sin la tecnología adecuada es imposible" servir de forma eficiente a las personas. Respecto al canal de agencias, remarca que "es una parte importante y es inviable que haya un modelo único de venta que las excluya". "En el futuro tendremos que seguir colaborando tanto con agentes de viajes como con los demás proveedores", avanza.

Por su parte, el fundador y CEO de Destinia, Amuda Goueli, revela

que está estudiando la adquisición de una agencia de viajes. El motivo, según argumenta, es que "el ser humano necesita tener a otro ser humano que le hable, que le dé confianza y tranquilidad". Asimismo, reconoce las dificultades que tiene el canal *online* en la venta de productos más complejos. Por ejemplo, Destinia ha eliminado la pestaña del producto crucero "porque después de haberla desarrollado no se ha vendido". Algo similar ocurre con las lunas de miel, los cuales "son para muchos el viaje de su vida y no se la van a jugar". "Quieren tener delante a alguien que les informe", apunta.

El moderador del Foro Debate, el director comercial de Amadeus España, David Vidal, entiende que las agencias "tendrán un papel relevante siempre y cuando sean capaces de estar en todas las fases de viaje", para lo cual precisarán de las nuevas tecnologías. En esta línea, apunta que "el mundo ha cambiado más en los últimos años que en varias décadas". "Creemos en el futuro de las agencias que sigan innovando", sentencia.



La convención ha congregado a más de 600 profesionales turísticos.

Cerca de un centenar de proveedores se han dado cita en el tradicional 'workshop' que se celebra en el evento

El grupo comercial ha diseñado una aplicación exclusiva para esta Convención

Nueva demostración de fuerza de Avasa. Más de 600 profesionales de la industria turística, entre ellos unos 400 agentes de viajes, han participado en la vigésima segunda edición de la Convención anual del Grupo comercial, que se ha celebrado en Sitges entre los pasados días 1 y 2 de marzo.

Bajo el lema 'Innovando junto a ti', ha sido su convención más innovadora y tecnológica. Y es que el objetivo prioritario de la empresa que preside Luis Felipe Antoja es adelantarse a las nuevas tendencias del Sector "de la mano tanto de los asociados como de los principales proveedores y partners".

Una de las actividades estrella del evento ha sido el Foro Debate dirigido a los directores de sus agencias: 'Tendencias en la comercialización de servicios turísticos a través de las agencias de viajes'. Ha abordado desde un punto de vista práctico la aplicación de la tecnología, contado para ello con directivos de proveedores turísticos de primer nivel: José María González (Europcar Mobility Group), José Miguel Moreno (Meliá Hotels Interna-

tional), David García (Vueling), Amuda Goueli (Destinia) y David Vidal (Amadeus).

Además del foro, la Convención ha albergado diez cursos de formación impartidos por profesionales y expertos del Sector, además de un *workshop* de proveedores, un referente para muchos profesionales del Turismo, en el que participan 90 colaboradores. Asimismo, la dirección de Avasa ha dado a conocer sus nuevos proyectos, su visión a futuro y su estrategia de trabajo frente a toda su red de agencias.

Aplicación exclusiva

Como novedad tecnológica, Avasa ha diseñado una *app* exclusiva para esta Convención. En ella los usuarios podrán consultar toda la información relativa a la convención y sus participantes (agencias y proveedores), recibirán notificaciones en tiempo real de los sucesos más significativos del encuentro, dispondrá de un chat para compartir impresiones, tendrán acceso a un buzón de sugerencias, etc.



Directivos de primer nivel se dan cita en el Foro Debate.



Ha celebrado un 'workshop' de proveedores con 90 colaboradores.

ERV relanza Select con nuevas coberturas

ERV relanza Select, su seguro estrella para desplazamientos vacacionales, con nuevas garantías e incremento de límites en importantes coberturas. Entre los cambios destaca la ampliación de su garantía de asistencia médica hasta 60.000 euros para viajes por Europa y hasta 150.000 para el resto del mundo. Se podrá extender estas coberturas hasta el límite que se precise en su opción de ampliación por tramos.

Madrid City Tour insta por buses turísticos ilegales

Madrid City Tour, la UTE adjudicataria del servicio oficial de autobús turístico del Ayuntamiento de Madrid, insta al Ayuntamiento a que cumpla con su acuerdo de suspender la actividad de los autobuses turísticos de Busvisión, que siguen operando fraudulentamente, a pesar de la sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Madrid y la del Juzgado de lo Contencioso-Administrativo de Madrid.

Aervio ingresa como socio en GEBTA España

GEBTA ha incorporado a Aervio, agencia especializada en viajes de negocio de alto perfil tecnológico. Aervio es una compañía *startup* que presta servicio a más de un centenar de empresas, cuyo volumen de gasto en viajes está entre los 200.000 y los 300.000 euros anuales. La nueva TMC asociada a GEBTA dispone de una innovadora plataforma de gestión de viajes corporativos.

Alsa con la Alianza para Formación Profesionales

Alsa se ha adherido a la Alianza para la Formación Profesional Dual para desarrollar acciones encaminadas a impulsar este sistema de aprendizaje en nuestro país. Se trata de la primera empresa del Sector en sumarse a esta Alianza. La FP Dual es el aprendizaje en alternancia entre empresa y centro educativo. Surge como una alternativa ante las altas tasas de desempleo juvenil.

Alemania tiene 13 agencias de viajes por cada 100.000 habitantes, la mitad que España

En el país germano han desaparecido cerca de 400 puntos de venta en tan solo dos años

Alemania, junto a Reino Unido el gran mercado emisor de turistas del viejo continente, tiene una densidad de agencias de viajes por habitantes significativamente inferior en relación a España. Según los datos recabados por la Asociación Alemana de Agencias de Viajes (DRV), al cierre del pasado año 2018 operaban en el país un total de 11.029 puntos de venta. Teniendo en cuenta que la cifra de residentes es de 82,8 millones, hay 13,3 puntos de venta por cada 100.000 habitan-

tes, o lo que es lo mismo, una oficina por cada 7.506 personas.

Sector sobredimensionado

A pesar de que el poder adquisitivo del consumidor español está a años luz del alemán, la densidad de agencias por habitantes es muy superior. Según el último informe publicado por Amadeus España y la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), hay aproximadamente

9.500 puntos de venta repartidos por el territorio nacional, en el que habitan 46,6 millones de personas.

Por lo tanto, por cada 100.000 residentes en España hay 20,4 oficinas (una por cada 4.902 personas). A pesar de que desde el estallido de la crisis económica ha desaparecido una tercera parte del parque de agencias (unas 5.000 han dejado de operar), estos datos vendrían a demostrar que el Sector sigue sobredimensionado, como ya han advertido en reiteradas ocasiones

directivos y expertos consultados por el periódico NEXOTUR.

Volviendo al mercado alemán, cabe destacar que el buen momento que atraviesa la economía y, por ende, el negocio turístico, no evita que se produzca una progresiva reducción del número de agencias abiertas al público. En 2018 se ha registrado un descenso del 0,8%. Un año antes, en 2017, la caída fue del 2,7%, pasándose de las 11.422 oficinas que había en 2016 a 11.116 al cierre del citado ejercicio.



El presidente de DRV, Norbert Fiebig.

Apostamos por el Business Travel

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

avasa
business



AUTORESERVAS

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



24H ATENCIÓN 24 HORAS

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



APP MPower- Travel Guide

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



Tarifas PYMES y TT.OO.

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



BUSCADOR HOTELES

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



RECLAMACIONES

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



SISTEMA DE ALERTAS

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

Únete a nuestro grupo y
apuesta sobre seguro.

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

Cockpit de Aerticket ya implementado en 50 países

Cockpit, el motor de reservas del grupo Aerticket, ya opera en medio centenar de países. Este hito hace aún más competitiva la herramienta del consolidador, presente en España desde 2010, cuyo objetivo para el actual ejercicio es llegar a la cifra de 80 mercados internacionales. Este crecimiento será posible gracias a su expansión en América Latina y, especialmente, en África.

Ahorro de hasta 34% por reservar dos vuelos de ida

Kayak ha lanzado Kayak Mix, una combinación automática que propone dos vuelos de ida, en lugar de ida y vuelta. Teniendo en cuenta los resultados, el 'portal' ha lanzado la Guía de Vuelos 2019, que incluye una selección de destinos en los que los españoles pueden conseguir un mayor ahorro. Según la misma, los mayores descuentos corresponden a Honolulu (34%) y Atlanta (30%).

Sexta edición de 'Imagine Express' de Renfe-SNFC

Renfe-SNCF e Imagine Creativity Center han lanzado por sexto año consecutivo el programa disruptivo 'Imagine Express', que ha transcurrido entre Barcelona y París a bordo de un tren de alta velocidad del 22 al 24 de febrero. En esta edición ha reunido a 24 participantes; desarrolladores, diseñadores y emprendedores, procedentes de nueve países.

La aviación corporativa aumenta con el Mobile

El paso del Mobile World Congress (MWC) por Barcelona ha supuesto un incremento de las operaciones de aviación corporativa en el Aeropuerto de El Prat. En total, 351 vuelos privados del lunes 25 al jueves 28 de febrero, un 95% más que una semana normal de febrero. Un 65% procedió de Europa. Y los vuelos intercontinentales han representado un 18% y los nacionales un 17%.

Las reservas aéreas de agencias a través de Amadeus crecen un 2% pese al efecto NDC

Ha suscrito 50 nuevos contratos o renovaciones de acuerdos de distribución aérea

En 2018, Amadeus "mantuvo su positiva trayectoria de crecimiento tanto en términos de ingresos como de rentabilidad", afirma su consejero delegado de

Amadeus, Luis Maroto. Así, el grupo ha cerrado el ejercicio con unos ingresos de 4.943,9 millones de euros, un 6,6% más que en 2017.

Amadeus sigue creciendo en el negocio de la distribución aérea. Las reservas efectuadas por agencias de viajes a través de su sistema aumentan un 2,1% en el global de 2018, ascendiendo a 580,2 millones de euros.

El GDS protagoniza grandes avances en Asia-Pacífico y Norteamérica, con tasas respectivas del 11,7% y 9,3%, tendencia totalmente opuesta a la registrada en Europa Occidental, su principal mercado, donde sufre una caída del 7,2%. Detrás de este comportamiento negativo están "la volatilidad en el plano macroeconómico, la quiebra de una aerolínea y la evolución de las estrategias de distribución de algunas líneas aéreas de la región", detalla el grupo. A excepción de esta zona, las reservas se incrementan un 7,2% en 2018.

A pesar de la creciente apuesta de las aerolíneas por sus canales de venta directa, Amadeus continúa ampliando la oferta. Durante 2018 ha firmado 50 nuevos contratos o renovaciones de acuerdos de distribución de contenido con aerolíneas. Sus usuarios pueden

acceder al contenido de 115 aerolíneas híbridas y de 'bajo coste' en todo el mundo, cuyas reservas a través del GDS crecen un 13% en el ejercicio.

Previsiones positivas

Además, Amadeus ha suscrito acuerdos con varias aerolíneas para crear canales privados que permitan a las agencias esquivar los recargos aplicados a las contrataciones vía GDS. En marzo llegó a un acuerdo con Air France KLM, mientras que hace escasas semanas hizo lo propio con Qantas.

Sumando las diferentes líneas de negocio de que dispone, el grupo cierra 2018 con unos ingresos de 4.943,9 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 6,6%. Su beneficio ajustado repunta un 1%, pasando de 1.113,1 millones a 1.122,8 millones, mientras que su resultado bruto de explotación (Ebitda) sube un 9,7%, hasta 2.040,6 millones.

En palabras del consejero delegado de Amadeus, Luis Maroto, el



El consejero delegado del grupo Amadeus, Luis Maroto.

grupo "mantuvo su positiva trayectoria de crecimiento tanto en términos de ingresos como de rentabilidad". "Nuestros esfuerzos de diversificación, incluida la ampliación de nuestra oferta para hoteles a través de la adquisición de TravelClick, también apuntalaron nuestro crecimiento", destaca. También avanza que "confiamos en tener una sólida evolución financiera en 2019", año en el que continuarán "invirtiendo en nuestra tecnología para apuntalar nuestro éxito en el largo plazo".

La Red Destinos Turísticos Inteligentes toma forma

La Red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) constituye sus dos órganos de gobierno: la comisión plenaria y la comisión ejecutiva. Tras su lanzamiento el pasado octubre, los cerca de 70 destinos que la integran han firmado en el protocolo de adhesión.



Reyes Maroto

Durante el acto, la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, ha agradecido el apoyo de los destinos, las instituciones y las empresas colaboradoras, que "han contribuido a convertir a la Red DTI en una realidad". A su juicio, esta iniciativa "sirve a la reflexión sobre los nuevos modelos de desarrollo turístico". Por su parte, la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, ha señalado que la red "no solo la forman los destinos", sino que "también cuenta con el apoyo de representantes del Sector y de la industria tecnológica, lo que nos ayudará a identificar aquellas tecnologías que son clave en la transformación digital de los destinos".

La comisión ejecutiva ha quedado presidida por Oliver y cuenta con tres vicepresidencias: una de organización que recae sobre el presidente de Segittur, y dos institucionales representadas por la Federación

Española de Municipios y Provincias (FEMP) y Red.es. Además, dispone de ocho vocalías correspondientes a ocho destinos (Benidorm, Calvià, Donostia, Pontevedra, Arona, Palencia, Avilés y San Bartolomé de Tirajana).

Antes de la constitución de los órganos de gobierno, se ha presentado el plan de trabajo para 2019, del que cabe destacar el impulso de la coordinación de los DTI entre Segittur y Red.es. Se desarrollarán actuaciones destinadas a la evolución del proyecto, con nuevos informes diagnóstico, la creación del grupo de trabajo para la metodología, la promoción nacional e internacional, así como el fomento de la colaboración público-privada.

Plan de trabajo para 2019

Entre los servicios que la Red ofrecerá a los miembros asociados se incluye el acceso a ayudas y fondos europeos, una nueva web y una herramienta de autodiagnóstico. Asimismo, se creará un catálogo de soluciones tecnológicas, se facilitará un servicio de asesoría para la implantación de la metodología DTI y se dará apoyo en la implantación de las normas UNE.

Norwegian apuesta por España pese a la desconfianza que genera

Una correduría de seguros ha dejado de cubrir su posible quiebra y algunas agencias tendrían previsto dejar de vender sus billetes temporalmente

Norwegian responde a las dudas que ha despertado su inestabilidad financiera, en especial tras la ruptura con International Airlines Group (IAG), manteniendo prácticamente su oferta de plazas en España para la temporada de verano, que dará comienzo el 31 de marzo y se extenderá hasta el 26 de octubre. Ofrecerá un total de 6,21 millones de asientos, lo que supone un tímido recorte del 2% en comparación con las 6,35 millones que puso a disposición de sus clientes en el mismo periodo de 2018.

La compañía aérea, que transportó 5,8 millones de pasajeros en España en la citada temporada, mantiene así su apuesta por el mercado español a pesar de la desconfianza que han generado sus problemas econó-

micos. Por ejemplo, una importante correduría de seguros ha dejado de cubrir su posible quiebra, mientras agencias de viajes, tanto grandes como pequeñas, tendrían previsto dejar de vender sus billetes de forma temporal. También Gobiernos autonómicos de los destinos insulares, así como los hoteleros, han mostrado su temor ante los rumores sobre la viabilidad de Norwegian.

Y a todo ello se suma la amenaza de huelga de sus pilotos. Como publicó NEXOTUR, el Sepla les exigió documentación con las "causas objetivas y reales" que justifiquen el cierre de bases de Palma de Mallorca, Gran Canaria y Tenerife, anunciado recientemente por la compañía aérea. Según advirtió, se reserva el derecho de recurrir a to-

das las medidas legales que sean necesarias, paros incluidos. "Norwegian debe ser clara sobre nuestro futuro, y no dudaremos en movilizarnos si es necesario, ya que el descontento y la incertidumbre en nuestro colectivo es cada día mayor", aseveró.

Dos años con pérdidas

La aerolínea de 'bajo coste' perdió 150 millones de euros en 2018. Pese a tratarse de una mejora del 19% en relación con el ejercicio anterior, estos resultados, unidos a la falta de acuerdo con IAG, agudizaron su ya de por sí delicada situación económica, provocada por la dura competencia existente en el sector, el gasto en combustible y los proble-

mas con los motores de sus aviones Dreamliner. Su facturación, en cambio, se disparó un 30%, ascendiendo a 4.153 millones de euros.

En relación a su programa para la temporada estival en España, su directora de ventas en el país, Prisca Dorie, destaca que "con 6,21 millones de plazas en oferta, Norwegian se consolida como la sexta mayor aerolínea en España y, en cualquier caso, como el referente para los mercados nórdico y estadounidense". También incide en que "Norwegian es, como no podía ser de otro modo, la mayor aerolínea entre España y los países nórdicos, con una cuota de mercado cómodamente por encima del 40%", además de hacer referencia al "incremento del 84,5%" en Estados Unidos.



Perdió 150 millones en 2018.

Los hoteles y compañías aéreas son los 'players' más innovadores según lo percibe el 'business travel'

Las empresas con mayor crecimiento en volumen de negocio han sido las que más han invertido en innovación

Los actores del Business Travel afirman que los *players* del sector turístico más innovadores son los hoteles y las compañías aéreas, según el II Informe de Innovación de las Agen-

cias de Viajes en España (IIAVE2018) que han elaborado Amadeus, Segittur y la consultora BrainTrust a partir de las opiniones de más de 1.200 profesionales del turismo.

Las agencias de viajes, por el contrario, a pesar de que invierten bastante en innovación, no se ven reflejadas como innovadoras por los viajeros de negocios.

La opinión de los viajeros negocios coincide con la de los viajeros vacacionales en cuanto a los actores más innovadores y los que menos, que en este caso son las agencias de viajes y el tren. En mitad de la tabla están las compañías de rent a car y los cruceros. Por otro lado, la opinión de expertos y proveedores turísticos es ligeramente distinta a los viajeros, sobre todo en cuanto a las agencias de viajes se refiere, que las colocan en un nivel más alto de innovación. Lo que sí están todos de acuerdo es en que el tren es el actor menos innovador.

En general, la percepción de la innovación en las agencias no es alta en el Sector Turístico, sin embargo, ellas creen que sí son innovadoras. De hecho, el estudio detecta que para las agencias la innovación es un elemento fundamental de su negocio y un 38% de las agencias encuestadas sitúa en 'alto' o 'muy alto' el impacto de la innovación en su negocio.

Así, ocho de cada 10 agencias invertirán este año lo mismo en innovación que en 2018, porque creen que sus innovaciones se adaptan a las necesidades de los viajeros; y un 12% incrementará su partida en este capítulo. El señala, además, que las empresas con mayor crecimiento en volumen de negocio han sido las que más han invertido en innovación. La forma de atraer nuevos clientes, el modo de gestionar los presupuestos y las reservas y el acceso a la información de los proveedores y destinos son los aspectos en los que las agencias consideran que se debe invertir más de cara al futuro.

La innovación, clave

Durante la presentación del informe, el presidente de Segittur, Enrique Martínez Marín, ha señalado que "en un entorno dominado por una creciente volatilidad, la incertidumbre

generalizada y el cambio en todos los órdenes de nuestras vidas, el sector turístico se enfrenta ante el reto de identificar y diagnosticar acertadamente y con la necesaria anticipación, aquellas amenazas y oportunidades globales que de la mano de la tecnología pueden poner en cuestión modelos establecidos. Ante estas circunstancias, se impone la innovación como única alternativa para sobrevivir al cambio".

Por su parte, el director comercial de Amadeus en España, David Vidal, ha comentado que "los resultados de este segundo informe indican que, a pesar de todos los avances que se han realizado, todavía queda camino por recorrer en materia de innovación, pues es, sin duda, una de las claves de futuro de las agencias de viajes, un sector fundamental en la economía del turismo de nuestro país".

El director de Turismo y Ocio de BrainsTrust, Ángel García



La presentación del II Informe de Innovación de las Agencias de Viajes en España.

Butragueño, ha destacado que "el mundo va tan deprisa y los cambios son tan rápidos que, pese a que las agencias están invirtiendo en innovación y aplicando cambios sustanciales en sus modelos de negocio, no consiguen que los viajeros perciban realmente ese impacto. Esto se debe a que hay mucha inversión

en innovación que va 'por detrás' en procesos y herramientas, no como en otros sectores donde los cambios son más evidentes. Por ello, las agencias deben centrarse en aplicar cambios orientados a conocer y segmentar a sus clientes, personalizar la propuesta de valor y dar a conocer sus innovaciones".



El grupo con mayor incremento en los últimos 3 años



Departamento tecnológico propio



Más de 30 profesionales a tu disposición



Mayorista y productos EXCLUSIVOS



Consolidador aéreo exclusivo con tarifas negociadas



DITGESTION

Mucho más que un grupo de gestión

✉ info@ditgestion.com
☎ [943 219 732](tel:943219732)
📘 [@DITcentral](https://www.facebook.com/DITcentral)

TurNexo

100% Agentes

Andalucía

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

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



Miércoles 24 de Abril de 2019

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



Carrís Hoteles presenta su página 'responsive'



La nueva versión *responsive* de la web de Carrís Hoteles mantiene la información anterior sobre la cadena y sus establecimientos, y ofrece un sencillo sistema de reservas fácil de utilizar, pero no está disponible para las agencias.

Santander presenta una nueva web de Turismo



Santander presenta una nueva versión de su página web de Turismo, en la que, optimizando su diseño y su estructura de accesos, amplía su información de interés para los visitantes, aunque sigue siendo muy limitada sobre sus servicios.

La página compatible de Autocares Ruiz Muñoz



Autocares Ruiz Muñoz ofrece una versión *responsive* de su web con un diseño muy diferente pero con una estructura y una información sobre la empresa y sus servicios de transporte semejantes a las de la versión anteriormente analizada.

Nueva web 'responsive' de Turismo en Irlanda



La nueva versión de la página oficial de Turismo de Irlanda mantiene, con un nuevo diseño compatible para cualquier terminal, una completa información turística del país y un buscador de alojamientos que para reservar ofrece el enlace con su web.

TravelAdvisors lanza nueva aplicación para el móvil

Travel Advisors Guild (TAG) ha anunciado el lanzamiento de su nueva aplicación móvil MyTAG, en colaboración con Amadeus, con la que los clientes de sus agencias viajes podrán estar conectados vayan donde vayan e interactuar en cualquier momento y lugar.

Esta herramienta cuenta con un gran número de ventajas clave antes, durante y después de la experiencia del usuario. Por ejemplo, los clientes de las agencias tendrán acceso inmediato a toda la información del viaje previamente contratado, de esta manera, la asociación sigue avanzando en su reto EcoTAG mediante la concienciación del no uso de papel.

Algunos de los servicios relevantes que ofrece la app a los consumidores son los siguientes: podrán contactar directamente con la agencia ante cualquier incidencia, gestionar las reservas contratadas y pedir otras nuevas, conectar con el sistema de facturación de las aerolíneas (*check-in*), recibir notificaciones en tiempo real sobre cambios o modificaciones de sus servicios y encontrar lugares de interés cercanos entre muchas otras ventajas.

Las compañías hoteleras españolas apuestan por la nube para gestionar sus negocios

Hesperia y Lopesan, últimas cadenas junto con Grupo Pacha que eligen soluciones 'cloud' de SAP

Hesperia y Lopesan se han convertido en las dos últimas compañías hoteleras que han adoptado *cloud* como base para gestionar sus nego-

cios, según ha anunciado SAP. Ambas hoteleras han seleccionado SAP S/4HANA Cloud siguiendo una tendencia que cada vez se hace más

patente en esta industria: las cadenas hoteleras españolas están apostando por la nube en su proceso de digitalización.

Las cadenas hoteleras españolas están apostando por la nube en su proceso de digitalización, asegura SAP tras anunciar que Hesperia y Lopesan han adoptado *cloud* como base para gestionar sus negocios con SAP S/4HANA Cloud. Grupo Pacha dio ese paso con anterioridad y Meliá Hoteles International o Selenta Group también apostaron por diferentes plataformas y soluciones de la oferta de SAP para la nube. El *partner* encargado de la implementación en Hesperia y Lopesan ha sido Iecisa.

El Sector Turístico sigue siendo uno de los grandes motores de la economía española y lo seguirá siendo, a pesar de la ralentización de su crecimiento. Dentro del Sector Turístico, la facturación de los hoteles también habría experimentado un crecimiento inferior al de años precedentes, según DBK, al pasar de un 11,7% en 2016, a un 9,5% en 2017 y un 6% en 2018.

La directora ERP Cloud de SAP España, Isabel Rodríguez, ha señalado que "la importancia del Sector Turístico, y dentro de él, del hotelero, hace que su digitalización sea crucial para la buena salud de la economía del país". "Las previsiones de moderación

del crecimiento vienen a reforzar esa idea: para poder hacer frente a los desafíos del mercado es fundamental disponer de una infraestructura simple, avanzada y que permita reaccionar con rapidez para adaptarse a los cambios que se produzcan en el mercado", prosigue la directiva que asegura que "por eso cada vez son más las empresas que eligen la nube para realizar su transformación digital".

Vocación de crecimiento

Hesperia Hotels & Resorts ha sido una de las últimas compañías junto con Lopesan en dar el paso a la nube. Con más de 30 hoteles y 4.000 habitaciones que acogen al año a más de un millón y medio de huéspedes, Hesperia Hotels & Resorts acaba de poner en marcha una nueva etapa empresarial independiente, con una clara vocación de crecimiento como referente en el sector hotelero español. Uno de los pilares en los que se basa para encarar ese nuevo período es la innovación tecnológica. Por esa razón ha elegido SAP S/4HANA Cloud como conjunto de soluciones de gestión de negocio para controlar



La digitalización del Sector es crucial para la buena salud de la economía del país.

sus finanzas y sus operaciones; SAP Cloud Platform como plataforma en la que basar la innovación; y SAP Analytics Cloud para poder realizar análisis del negocio en tiempo real.

Por su parte, Lopesan Hotel & Resorts, con 16.500 camas, en 22 hoteles distribuidos en Canarias, Alemania, Austria, y República Dominicana, ya era usuaria de las soluciones de gestión empresarial de SAP en modelo *on-premise*. Ahora ha decidido migrar a SAP S/4HANA

Cloud como parte de una nueva estrategia para basar su gestión en soluciones en la nube y por la que trabaja, desde hace meses, con SAP SuccessFactors en el área de Recursos Humanos. Lopesan se encuentra en plena expansión internacional, fundamentalmente en el Caribe, y considera que la modalidad *cloud* le ofrece una mayor flexibilidad, escalabilidad y plazos de implantación más cortos a la hora de incorporar nuevos hoteles.

Nueve de cada 10 reservas de alojamientos hoteleros 'online' se realizan a través de las agencias de viaje

El 35% de las reservas de alojamiento en España se producen en plataformas presentes en Internet

Según las estimaciones de Statista Digital Market Outlook recogidas por Ingenico ePayments, el sector hotelero facturará hasta 2.816 millones a través de reservas *online* en 2019. El Turismo continúa como uno de los principales motores de la economía española, y se consolida como uno de los más digitalizados. En este contexto, Ingenico ePayments acaba de lanzar la solución Reservation Hub, que gestiona y almacena de forma segura la información sobre los pagos con el objetivo de ahorrar costes y tiempo al establecimiento hotelero.

Este proceso de migración tecnológica ha sido el objeto de análisis de

la jornada organizada por Magnolia en Palma de Mallorca, 'El puzle de la experiencia digital en Turismo', celebrada a finales de febrero donde los directivos de las principales compañías de Turismo han repasado las últimas soluciones relacionadas con el Sector y los principales retos de las empresas. Combinadas, estas soluciones conforman un rompecabezas que ayuda al cliente a disfrutar de una experiencia homogénea y fluida.

Distribución hotelera

De acuerdo al último estudio de Hotrec sobre distribución del mercado hote-

lero, el 35% de las reservas de alojamiento en España se producen en plataformas *online* de reservas de alojamiento, donde las agencias de viajes digitales ostentan la mayor cuota de mercado (un 92%). En este contexto, compañías hoteleras, pequeños alojamientos y PMS (Property Management Systems) han de asegurarse de gestionar y proteger la información de pago de sus clientes en cumplimiento con la normativa de seguridad PCI DSS Nivel 1, utilizada por los principales emisores de tarjetas.

"El Sector Turístico es fundamental para Ingenico ePayments, ya que somos conscientes de las ca-

rencias y los riesgos de seguridad a los que se enfrentan los hoteles en su actividad diaria, muchas veces incluso sin saberlo", ha afirmado el gerente de Ventas en Ingenico ePayments, Óscar Martínez. "Las herramientas como Reservation Hub de Ingenico son estratégicas para proteger el entorno de pago *online* de las compañías hoteleras a través de una solución fiable y robusta", asegura. Reservation Hub permite al hotel externalizar la gestión de los datos de pago, lo que garantiza el cumplimiento de las estrictas normativas de seguridad de los principales emisores de tarjetas.



Herramientas estratégicas.

TurNexo

100% Agentes

Madrid

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

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

Martes 30 de Abril de 2019
HOTEL MAYORAZGO

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



MOSTRADOR

Dinópolis lanza su nuevo 'T-Rex Show'

Dinópolis (Teruel) ha presentado su nuevo 'T-Rex Show,' cuyo protagonista, el temible y querido a la vez por los más pequeños, Tyrannosaurus rex, estrena la última tecnología de vanguardia, nuevos sistemas de iluminación, sonido y proyección, dotándolo de una mayor espectacularidad. La renovación la ha llevado a cabo Viridiana Producciones Teatrales S.L. El centro de ciencia y ocio y sus siete sedes, ubicadas en diversas localidades de la provincia de Teruel, ha abierto el pasado 16 de marzo, la que es ya su decimonovena temporada.

✉ www.dinopolis.com

Kuoni propone disfrutar de las islas Maldivas este marzo con diferentes ofertas

Innahura, Kudafushi, Kuredu Island, Cocoon Maldives o Veligandu Island son algunos de los alojamientos

Kuoni dispone de diferentes propuestas para disfrutar estos meses de las Maldivas. El único operador con oficina propia en las islas del Índico propone una semana en Maldivas Innahura Resort, siete días y seis noches, desde 1.870 euros (más 379 de tasas), si se contrata antes del día 30 de abril, para estancias entre el 1 de mayo y el 31 de octubre.

Para este marzo, propone también nueve días y seis noches en otros hoteles como. El cuatro estrellas superior Kudafushi, con

todo incluido en una *beach villa*, desde 2.360 euros (+390 euros tasas). O en pensión completa en el Kuredu Island de tres estrellas superior con pensión completa, desde 2.010 euros (+390 tasas). También una *beach villa* con todo incluido, desde 2.635 euros (+390 tasas) en el cinco estrellas Cocoon Maldives. O, por último, también una *beach villa* con todo incluido, desde 2.695 euros (+390 tasas) en el cuatro estrellas Veligandu Island.

✉ www.viajeskuoni.es



Kuoni dispone de oficina propia en las Maldivas.

Plus Ultra refuerza su conexión con Venezuela con una nueva frecuencia

A las salidas de los martes y sábados se une la de los jueves el 20 de junio

A menos de un año desde que Plus Ultra Líneas Aéreas iniciara operaciones entre España y Venezuela, anuncia la incorporación de una nueva frecuencia entre Madrid y Caracas a partir del 20 de junio. De esta forma, contará con tres vuelos directos semanales entre ambas capitales, al sumar a los martes y los sábados, los jueves. A estas tres conexiones se suma la de Tenerife Norte-Caracas, que tiene lugar todos los domingos.

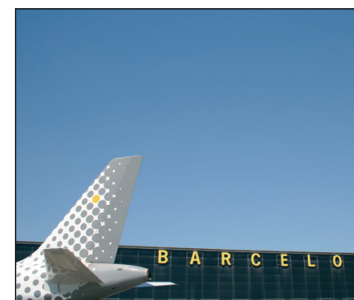
✉ www.plusultra.com



La ruta está operada por un Airbus A340 con capacidad para 303 plazas.

Vueling se refuerza con 200 vuelos extras para Semana Santa

Vueling ofrece una programación de más de 200 vuelos extra de cara a su operativa especial para la Semana Santa. Entre los destinos que se verán más reforzados, están Barcelona, con una programación de cerca de 80 vuelos extra para visitar destinos nacionales e internacionales, así como las islas Baleares y Canarias, con más de 40 vuelos en total para realizar una escapada a la península. Destaca también el refuerzo con la zona sur de España, con 15 vuelos extra, o en la zona norte, concretamente con Bilbao; gracias a ocho vuelos adicionales. En el ámbito interna-



Barcelona, 80 vuelos extras.

cional, también destaca el refuerzo de la operativa en Italia, el Norte de Europa, Francia o Portugal.

✉ www.vueling.com

Pullmantur organiza 'Sea Dates', el primer crucero para 'singles' de 50 años en adelante con salida desde Barcelona

Con salida el 29 de marzo, el viaje tendrá una duración de cuatro días y tres noches y recorrerá el sur de Francia

El 29 de marzo, el buque Sovereign zarpará del puerto de Barcelona en Sea Dates, el primer programa de Pullmantur Cruceros para *singles* de 50 años en adelante, promocionado en Ourtime by Meetic, la web de citas para jóvenes mayores de 50 años en España. Con plazas limitadas y todo incluido, vuelve a Barcelona el 1 de abril, con el itinerario Barcelona-La Seyne-sue Mer/Toulon-Sète-Barcelona.

Durante los cuatro días y tres noches que dura el viaje, los pasajeros disfrutarán de un ambiente exclusivo y de un programa de actividades diseñado para ellos con el objetivo de que vivan la mejor experiencia para *singles* en alta mar. Además, tendrán la oportunidad de visitar Montpellier y recorrer sus callejones medievales, los Jardines

de Peyrou y el acueducto romano; adentrarse en Sète, una ciudad eminentemente pesquera, y degustar sus exquisitas tapas locales, y recorrer Carcassonne, Patrimonio Mundial de la Unesco, con sus estrechas y empinadas calles.

El programa a bordo

Una vez a bordo, al programa regular de entretenimiento, se unen una amplia variedad de actividades específicas. En carnaval de seducción, cada pasajero recibirá una máscara veneciana y una carta con el objetivo de que busque a la persona que tiene la misma. Una vez que se encuentran, disponen de siete minutos para una *speed dating*. Olimpiadas del amor será una competición por parejas donde

deberán de superar diferentes y divertidísimas pruebas. Los más madrugadores podrán practicar yoga matutino durante la salida del sol. Por último, también habrá dúos de Karaoke y clases grupales de salsa y chachachá.

Como ha destacado el presidente y CEO de Pullmantur Cruceros, Richard J. Vogel, con este crucero "queremos ofrecer una propuesta atractiva a un segmento de la población que quiere continuar atesorando momentos y con la que compartimos nuestra principal seña de identidad: la intensidad con la que navegamos, con la que vivimos". Para Vogel, Sea Dates es "un ejemplo de cómo estamos evolucionando de forma constante para ajustar nuestro producto".

✉ www.pullmantur.es



El buque Sovereign será el encargado de realizar este programa.

100% Agentes **TurNexo**

Valencia

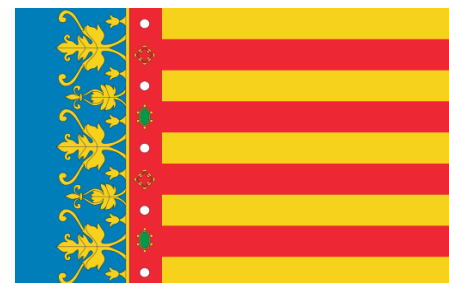
¿Quieres presentar tu producto
a agentes de viajes de Valencia?
—Participa como Expositor.
Info: TurNexo@TurNexo.com

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

Martes 7 de Mayo de 2019
HOTEL EXPO VALENCIA

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



■ CLUB NEXOTUR

El Hotel Santa Cecilia ofrece descuentos a profesionales

El Hotel Santa Cecilia de Ciudad Real lanza una promoción especial con importantes descuentos para los profesionales miembros del Club NEXOTUR. Entre sus diferentes ofertas, el esta-

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

blecimiento hotelero permite alojarse al agente y un acompañante por 40 euros, IVA incluido, con desayuno buffet y plaza de garaje. Para más información o realizar reserva puede llamar al 926 22 85 45.

■ FAM TRIP



La isla ha albergado más de 40 'fam trips' a lo largo de 2018.

Intensa promoción de Lanzarote

La Sociedad de Promoción Exterior de Lanzarote ha desarrollado o participado en la organización de un total de 41 viajes de familiarización a lo largo de 2018. Estas acciones se suman a las 85 iniciativas de promoción en el exterior, 63 *press trips* y 60 acuerdos de *co-marketing* con proveedores.

MSC Cruceros recibe MSC Bellissima, el segundo buque de la clase Meraviglia

Estará muy ligado a Barcelona en su temporada inaugural, ya que será puerto de embarque

MSC Cruceros ha dado la bienvenida a la última incorporación de su moderna flota, MSC Bellissima. El nuevo buque insignia de la compañía es el segundo de la clase Meraviglia en entrar en servicio. Se trata de una familia de barcos diseñados para cualquier estación del año, con numerosas posibilidades para los pasajeros, incluida la última tecnología dirigida a mejorar su experiencia, con la introducción del primer asistente de crucero personal virtual del mundo: ZOE. Otro elemento clave de su oferta serán los dos nuevos espectáculos del Cirque du Soleil at Sea, exclusivos para los pasajeros de MSC Cruceros: SYMA-Sail beyond Imagination que transporta a la audiencia al épico viaje de un joven marino, lleno de imaginación, y VARELIA-Love in Full Color, que da un giro futurista a un cuento medieval tradicional.

Dotado de 12 restaurantes y más de 20 bares y salones, los pasajeros podrán elegir sus preferidos, incluyendo un nuevo restaurante de especialidades francesas, L'Atelier Bistrot. El barco también



Durante la primavera de 2020 se desplegará en China.

contará con el aclamado Chocolate & Café del Chef de repostería Jean-Philippe Maury, dedicado exclusivamente a creaciones y postres de chocolate únicos y elegantes. Por otro lado, cabe destacar su premiada oferta para familias, con actividades y servicios dirigidos a los niños, con áreas dedicadas al entretenimiento de LEGO y Chicco, colaboradores de MSC Cruceros. También dispone de la cúpula LED más larga del mar, con 80 metros, así como de innovadores camarotes y suites, con diez categorías

diferentes de alojamiento para los viajeros, quienes encontrarán una opción para cada gusto.

MSC Bellissima estará muy ligado a Barcelona en su temporada inaugural, ya que será puerto de embarque esta primera temporada, en la que este barco realizará cruceros por el Mediterráneo Oriental. En noviembre de este año, se posicionará en Emiratos Árabes Unidos, con cruceros semanales desde Dubái. Ya en primavera de 2020, se desplegará en China.

✉ www.msccruceros.es

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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



Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

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

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

TurNexo

100% Agentes

Euskadi

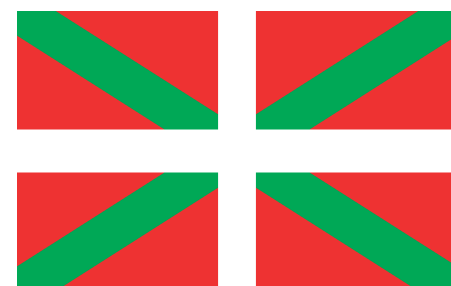
¿Quieres presentar tu producto
a agentes de viajes de Bilbao?
—Participa como Expositor.
Info: TurNexo@TurNexo.com

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

Jueves 9 de Mayo de 2019
GRAN HOTEL DOMINE BILBAO

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



Silversea lanza dos 'World Cruises' para el año 2021, uno de ellos el primero de expedición

La Owner's Suite en el Silver Cloud está disponible por 875.000 euros por persona

Ya se ha abierto la preventa de las dos nuevas vueltas al mundo de Silversea para 2021. El itinerario 'Uncharted World Tour' en el Silver Cloud es el primero de la com-

pañía naviera con un programa de expedición. Con salida el 30 de enero desde Ushuaia y llegada el 16 de julio a Tromsø, Noruega. El 7 de enero desde Fort Lauderdale

saldrá el Silver Whisper para relizar el itinerario 'Finest Tour', para los que prefieren un ritmo más relajado. Finalizará en Nueva York el 6 de junio.

Silversea cuenta para 2021 con dos nuevos 'World Cruises', uno de ellos con un programa de expedición. Al ofrecer diversidad de experiencias y diferentes formas de descubrir nuestro planeta, ambas vueltas al mundo permitirán a los huéspedes de Silversea adentrarse en la auténtica belleza del mundo a su manera, mientras navegan con una comodidad excepcional.

Silversea presenta así el 'Expedition World Cruise 2021', denominado 'Uncharted World Tour'. Totalmente inclusivo, desde Ushuaia hasta Tromsø, el viaje de 167 días se realizará a 107 de los destinos más asombrosos del planeta, en 30 países. En este programa los huéspedes podrán interactuar con destinos remotos a través de la exploración; excursiones incluidas; conferencias informativas del equipo de expedición de Silversea; y clases magistrales ofrecidas por muchos expertos. Además, disfrutarán de una cena

privada en la London Tower Bridge, una exclusiva fiesta vikinga en el bosque Kjarnaskogur de Islandia, entre otros eventos.

Un viaje de 167 días

Con salida desde Ushuaia el 30 de enero de 2021, el lujoso rompedor de Silversea, el Silver Cloud, viajará entre los destinos más destacados de la Antártida, antes de establecer el rumbo hacia Valparaíso a través de los Fiordos de Chile. Posteriormente, zarpará hacia Papeete, Tahití, a través de la Isla de Pascua y la legendaria Isla Pitcairn, antes de viajar a Lautoka, Fiji. Las escalas a otros destinos icónicos en Oceanía, preceden a la llegada de los huéspedes a Cairns, Australia, para adentrarse en la costa de Kimberley. Posteriormente visitarán varios destinos en Indonesia antes de llegar a Singa-

pur. Luego, Sumatra, Sri Lanka y Cochín, India, y seguirá dirección a Piraeus (Atenas), se dirigirá a Lisboa pasando por Sevilla y llegará a Reykjavik. Finalmente, se explorará Islandia, con una escala en la Región de Svalbard y finalizarán el viaje en Tromsø, Noruega, el 16 de julio de 2021. La Owner's Suite en el Silver Cloud está disponible por 875.000 euros por persona.

Para los que prefieren un ritmo relajado, Silversea presenta el 'World Cruise 2021-Finest Tour', 54 puertos, 150 días y 34 países, que comenzará con la salida del Silver Whisper de Fort Lauderdale el 7 de enero de 2021, y concluirá en Nueva York el 6 de junio del mismo año.

El Silver Whisper partirá de Fort Lauderdale y se dirigirá descubrir destinos extraordinarios en América Central. Tras cruzar el Canal de Panamá, llegará a Callao (Lima), y se dirigirán a la Isla de Pascua y otros



Silver Cloud es el buque que realizará el itinerario con expedición.

puntos destacados de la Región del Pacífico Sur. Posteriormente llegarán a Auckland, Nueva Zelanda, desde donde continuará por Sydney, Brisbane, Cairns y Darwin, antes de llegar a Benoa en Bali. Varias paradas en Filipinas, Taiwán y Corea del Sur precederán la llegada del barco a Tokio. Tras visitar Kagoshima, viajará a los destinos más icónicos de

Asia: Shanghai, Hong Kong, Ho Chi Minh, Singapur, Yangon, Colombo y Mumbai. El siguiente destino será Piraeus (Atenas), visitando varios puertos del mediterráneo como Barcelona y Málaga. Y, finalmente, llegarán a Lisboa antes de cruzar el Océano Atlántico en el tramo final para desembarcar en Nueva York.

www.silversea.com

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

CONEXO



PVP: 18€

Solicite su ejemplar: suscripciones@nexotur.com

NEXOTUR

GRUPO
Nexo

NEXO

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

NEXOTUR®

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

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

EDICIÓN

1000
ESPECIAL



**HISTORIA
DEL TURISMO
EMISOR EN ESPAÑA**

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

*Casi un cuarto de
siglo de actualidad
de las agencias
de viajes, que es
la historia del
Turismo Emisor
español, conta-
da trimestre a
trimestre y en
lenguaje pe-
riodístico.*

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

CLUB NEXOTUR



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

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

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
GUAMA	Descuento del 20% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para I aprogramación de los folletos de Cuba América	Abierto	Ventas Madrid	☎ 917823787 ✉ 915641622
C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
OCTOPUSTRAVEL	15% de descuento para socios y acompañante sobre tarifa de venta al público	Más de 20.000 hoteles en 3.300 ciudades de 112 países. Máximo dos personas por reserva.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 523 78 54 ✉ 91 531 34 90
CADENAS HOTELERAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
ACCOR HOTELES	Hasta 30% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Más de 1.600 hoteles en todo el mundo, marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio...	Abierto	web Accor	www.accorhotels.com
HUSA HOTELES	45% de descuento sobre tarifa para miembros del Club.	Hotel Husa Mainake Torre del Mar (Málaga) y Husa Alarde Algeciras. AD. Sujeto a disponibilidad.	Abierto	☎ 952 54 72 46 ✉ 952 54 15 43	☎ 956 66 04 08 ✉ 956 65 49 01
OCA HOTELS	Consultar condiciones especiales en cda uno de los hoteles de la cadena.	Alojamiento en habitación doble con desayuno incluido. Sujeto a disponibilidad en el momento de efectuar la reserva.	30-12-2014	En cada hotel	Teléfono en cada hotel www.ocabotels.com
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 ✉ 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 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
ERVEUROPEASEGUROSDEVIAJE	85% de descuento sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de Viaje Póliza Especial Agentes. Mod. Individual: 82,04 euros. Mod. Familiar. 150,24 euros.	28-02-2015	Nuria Ramos	☎ 91 344 17 37 ✉ 91 457 93 02
INTERMUNDIAL SEGUROS	40% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Seguro de viaje anual especial Profesionales del Turismo por 120,50 euros.	31-12-2019	Marta Bernabé	☎ 91 290 30 82



El Sector ha cambiado y la Información también



NexoHotel.com
HOTELERÍA Y ALOJAMIENTO

20 XX CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO **20**

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 Finisterre, 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 exóticos 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**

HOTELERIA

Meliá gana 140,1 millones y mejora márgenes gracias a su modelo de negocio

Excluyendo las plusvalías, el Ebitda del grupo mejoró también un 0,9%, hasta los 307,8 millones de euros

Meliá Hotels International ha obtenido en 2018 un beneficio sin plusvalías de 140,1 millones de euros, un 13% más, a pesar del descenso del 1,5%

de los ingresos consolidados, que se situaron en 1.831,3 millones. Excluyendo las plusvalías, el Ebitda ha mejorado también un 0,9%, hasta los

307,8 millones de euros. La hotelera destaca la notable mejora de la rentabilidad y el excelente comportamiento de los resultados financieros.

Los resultados de Meliá Hotels International en 2018 reflejan la solidez del modelo de negocio de la compañía, cuyo foco estratégico en la internacionalización y la transformación digital compensaron la desaceleración en regiones como Mediterráneo o el Caribe, imputable a la fuerte recuperación de destinos como Turquía o el Norte de África en el primer caso, y a determinados acontecimientos puntuales que retrajeron la demanda del mercado, en el segundo. Así lo han destacado desde la hotelera.

La compañía reporta una sólida evolución de las ventas a través de sus canales propios de distribución, tanto melia.com, con un 9,7% más en sus ventas globales, y meliaPro, con un 34,7% más. Además, la evolución del negocio hotelero se refleja en un indicador clave como el RevPAR (ingreso medio por habitación disponible), que registró una mejora del 1,7% a nivel

global, (+2,7% en moneda constante). El RevPAR global acusa el efecto de la menor ocupación en América, imputable fundamentalmente al cierre por reforma del Meliá Caribe Tropical (República Dominicana) y Meliá Coco Beach (Puerto Rico), así como a problemas puntuales en algunos destinos de México.

Apertura y posicionamiento

La reciente apertura del nuevo buque insignia en la República Dominicana, The Grand Reserve at Paradisus Palma Real, junto a la reapertura de los dos hoteles en que se ha transformado el Meliá Caribe Tropical, junto al Paradisus Los Cayos y el Meliá Internacional Varadero, en Cuba, refuerzan el liderazgo de Meliá en el segmento superior y lujo en la región del Caribe, donde el Grupo abrirá próximamente el Paradisus Playa Mujeres y el Sol Tamarindo (Costa Rica). La hotelera



The Grand Reserve at Paradisus Palma Real, buque insignia en República Dominicana.

presenta asimismo un intenso programa de aperturas hasta 2020, con más de 50 hoteles cuya apertura ya tiene fecha en Asia-Pacífico (16), Américas (10), Emea (17) y África (8).

Con vistas al ejercicio 2019, las previsiones de Meliá, avaladas por

su crecimiento y por los sólidos fundamentales del negocio turístico internacional apuntan a un incremento moderado (un dígito bajo) del RevPAR, y al objetivo del grupo de seguir mejorando de manera consistente sus márgenes operativos.

NH duplica su resultado neto recurrente en 2018 por la reducción de la deuda

El beneficio neto total creció en 2018 hasta 117,8 millones de euros, 82,3 millones más que en 2017

En 2018 NH Hotel Group ha superado las previsiones realizadas, alcanzando los mejores resultados de su historia. Así, ha duplicado su beneficio neto recurrente, hasta 72 millones de euros. Sus ingresos han crecido un 4,6% sus ingresos, hasta 1.623 millones de euros; y ha elevado un 14% su ebitda, hasta 265 millones, reducido significativamente su endeudamiento financiero neto, hasta -171 millones de euros. El grupo ratifica un objetivo de ebitda de 285 millones de euros para 2019 y un beneficio neto recurrente en torno a 100 millones.

La buena marcha de los ingresos comparables se produce en la gran mayoría de mercados donde opera, con alzas del 6,5% en Benelux, del 4,2% en Italia, del 3,2% en Europa Central y del 2,7% en España. Latinoamérica refleja el impacto del cambio de la divisa en sus principales mercados.

Los ingresos por habitación disponible (RevPAR) han crecido un 3,8%, hasta 70,4 euros. El precio medio ha ascendido un 2,3%, hasta alcanzar en todo el año una media de 97,9 euros (en el cuarto trimestre de 2018

dicha media alcanzó los 100 euros) y finalmente la ocupación media se ha situado en un 72%, un 1,5% más que el año anterior. Asimismo, la compañía ha mostrado un comportamiento superior a sus competidores directos en el conjunto de los principales destinos donde opera, con un RevPAR relativo un punto y medio porcentual por encima de sus competidores, gracias a un mejor comportamiento en precios y ocupación relativa.

Buena evolución

El ebitda se ha incrementado un 14% en el periodo, hasta 264,8 millones de euros, lo que supone un aumento de 32 millones de euros, gracias al crecimiento de los ingresos y la contención de costes del grupo en el ejercicio. El margen de ebitda crece 1,3 puntos porcentuales hasta situarse en el 16,3% de los ingresos y el ratio de conversión de ingresos a ebitdaes del 45%. El resultado neto recurrente se ha duplicado en 2018 hasta 72 millones de euros y el beneficio neto total, incluyendo las plusvalías obtenidas durante el año por la estrategia



Ha abierto diez hoteles y firmado seis bajo fórmulas de alquiler y gestión.

de rotación de activos y el efecto de la normativa IAS 29 por hiperinflación en Latinoamérica, alcanza los 117,8 millones de euros.

La buena evolución en 2018, especialmente en el último trimestre, ha llevado a la compañía a ratificar su objetivo de alcanzar 285 millones de euros como ebitda, a pesar de los cambios que se han producido en el perímetro y las nuevas oportunidades de reposicionamiento, que afectan a

la operativa de los hoteles. Asimismo, se espera situar el beneficio neto recurrente en torno a 100 millones de euros en 2019.

Además de la apertura de diez hoteles en 2018, ubicados en La Habana, Marsella, Bruselas, Monterrey, Venecia, Madrid, Graz, Essen y Toulouse, NH ha firmado otros seis hoteles bajo fórmulas de alquiler y gestión en Europa y Latinoamérica durante el ejercicio.

■ PRODUCTO

Room Mate Hotels abre las puertas de su primer hotel en París

Room Mate Hotels continua su plan de expansión con la apertura de Room Mate Alain, su primer establecimiento en la ciudad de París. Está ubicado en pleno corazón de París, cercano al emblemático Arco del Triunfo. Cuenta con 50 habitaciones divididas en cinco categorías: superior, superior con balcón, *deluxe*, *deluxe* con balcón y triple. Unas instalaciones cuidadas hasta el último detalle, dispone de una sala de reuniones, un gimnasio y un spa. Además, el Bar de Alain en la planta baja del hotel, dispone de una selecta carta de cócteles, vinos y platos que degustar, disfrutando de un ambiente único.

Leonardo Boutique Hotel Barcelona Sagrada Familia se renueva

Leonardo Hotels está apostando e invirtiendo en el mercado español. La cadena anuncia que ha concluido la reforma de su establecimiento Leonardo Boutique Hotel Sagrada Familia en Barcelona. Dicha renovación ha afectado al conjunto del hotel, tanto a las habitaciones como a las zonas comunes. Leonardo Boutique Hotel Sagrada Familia es, a día de hoy, un alojamiento de 69 habitaciones que destaca por su localización respecto de los principales puntos de interés turístico de la Ciudad Condal. Entre las mejoras hay que mencionar la incorporación de nuevos *gadgets* tecnológicos.

Olympia Hotel ha presentado sus nuevos salones de eventos

El Olympia Hotel Events & Spa, en la localidad valenciana de Alboraya, ha presentado al Sector MICE sus nuevos salones en un encuentro al que han asistido diversos profesionales de esta industria, entre ellos, agencias de viajes, organizadores de eventos y clientes finales. La dirección del hotel ha ofrecido un cóctel *afterwork* donde ha mostrado la completa renovación de los salones (ocho espacios para 1.500 personas), con diferentes tipos de montajes para reuniones, congresos, etcétera, además de comprobar la tecnología disponible en los salones para los diferentes eventos y celebraciones. Han probado también la oferta gastronómica del hotel.

La innovación pone en ventaja a los hoteles frente a los apartamentos turísticos

Los hoteles reciben mejor valoración por parte de los usuarios que los apartamentos turísticos

Braintrust ha realizado un análisis comparativo del mercado del alojamiento turístico en las principales ciudades españolas. Partiendo de datos del

Instituto Nacional de Estadística (INE), los Ayuntamientos de Madrid y Barcelona, Google Maps, el Barómetro Braintrust de viajes de ocio y otras

fuentes adicionales, ha elaborado una radiografía del sector que muestra tanto la situación actual como las perspectivas y oportunidades.

Los hoteles cuentan con una ocupación media por habitaciones de un 77,5% en Madrid y un 78,6% en Barcelona sin que se muestren excesivas variaciones entre unos meses y otros, destaca Braintrust en su análisis comparativo del mercado del alojamiento turístico en las principales ciudades españolas. Además, la ocupación hotelera es superior en sus meses pico (por encima del 80%) que la de los apartamentos turísticos (en torno al 70%). Con una ocupación media en la actualidad de 69,5% en Madrid y 68% en Barcelona, los apartamentos turísticos sufren mayores variaciones de las tasas de ocupación que los hoteles. En Madrid, los mayores picos de ocupación se encuentran antes (abril-junio) y después del verano (septiembre-noviembre), mientras que Barcelona presenta un grado de ocupación algo más sostenida entre mayo y noviembre.

Al igual que ocurre con los hoteles, casi un 30% de la oferta de apartamentos turísticos en Madrid se concentra en la zona centro, donde se encuentran 3.142 alojamientos frente a unos 118 establecimientos hoteleros, (lo que supone el 64% del total de la oferta madrileña de hoteles). En Barcelona, el distrito Eixample es el que presenta el mayor número de alojamientos, aglutinando el 24% de los apartamentos turísticos (más de 2.300 alojamientos) y un 37,8% de los hoteles (96).

El codirector del Barómetro Turístico Braintrust, José Manuel Brell, ha comentado que "tras el boom de los últimos años, en los últimos meses estamos viendo una caída progresiva en cuanto a la ocupación y duración de las estancias en los apartamentos turísticos lo que viene dado por un aumento desmesurado de la oferta, y una bue-

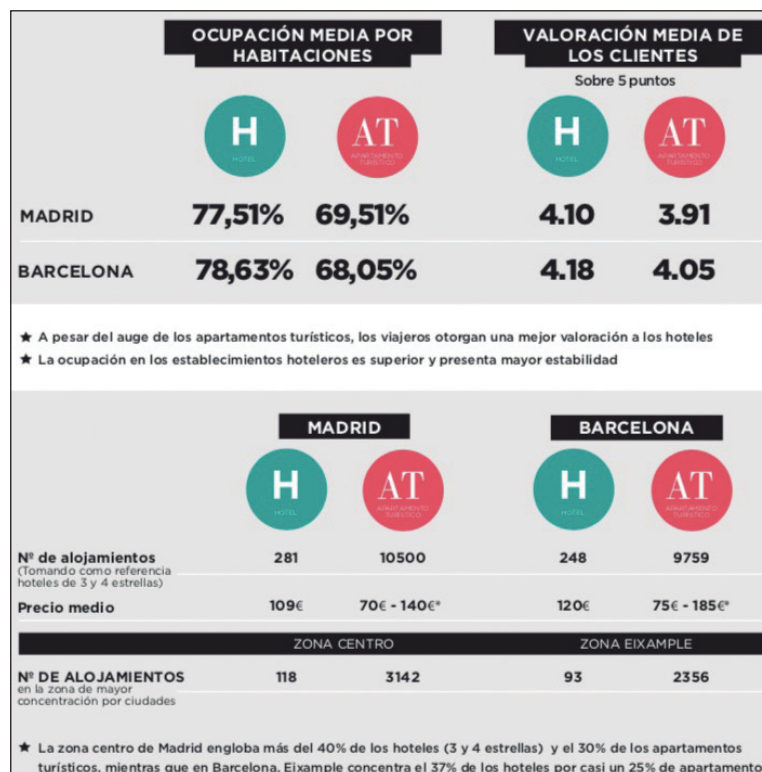
na labor de los hoteles en cuanto a innovación y mejora de la experiencia cliente que ha empezado a calar entre los viajeros". "Los hoteleros van por delante en la carrera de la personalización y de la experiencia para el viajero", concluye.

En Madrid, el precio medio por noche en una habitación estándar de un hotel se encuentra en 2018 en 109 euros, mientras que el de los apartamentos turísticos se mueve en un rango de entre 70 a 140 euros, siendo los distritos Moncloa-Aravaca y Salamanca los que presentan precios más altos. En lo referente a Barcelona, el precio medio de la habitación de hotel se sitúa en 120 euros y los apartamentos turísticos se ofrecen entre los 75 y 185 euros, con los precios más elevados en las zonas de Eixample, Sarrià-Sant Gervasi y Sant Martí.

Con una valoración media de 3,91 sobre cinco en Madrid y 4,05 sobre cinco en Barcelona, los alojamientos turísticos parecen cumplir con las expectativas de sus visitantes, siendo mejor valorados los alquileres de casa entera. Sin embargo, la valoración que los viajeros hacen de los hoteles de tres y cuatro estrellas tanto en Madrid como en Barcelona es superior, con un promedio de 4,10 en la capital y de 4,18 en la ciudad condal.

La innovación, factor crítico

La necesidad de desestacionalizar la demanda y la disminución de la duración de las estancias, junto al aumento de la oferta de alojamientos y a unos clientes más informados y exigentes, ha llevado al sector hotelero a apostar por la innovación a fin de lograr la diferenciación de productos y servicios, y generar propuestas de valor añadido atractivas para los clientes



Comparativa de apartamentos turísticos en las principales ciudades españolas.

que les ayuden a ganar cuota.

Entre las prácticas más destacadas se encuentran aquellas centradas en la personalización, diferenciación, actualización de los modelos de negocio y analítica de datos. Para ello, los hoteles están integrando todas sus comunicaciones empleando la tecnología en la nube, opción obligada que ya es el presente y facilita a los empleados disponer de una visión global de todas las necesidades de sus clientes, con independencia del canal y la etapa de consumo en que se encuentren.

El codirector del Barómetro Turístico Braintrust, Ángel García Butragueño, destaca que "los nuevos actores que ofrecen servicios de hospitalidad han desafiado a

los proveedores tradicionales y muchos hoteles no saben cómo hacer frente al fenómeno de los apartamentos turísticos y propuestas similares". Sin embargo, "la diferenciación pasa por el buen hacer de los hoteles pasando del foco producto al foco cliente, frente a la explosión tecnológica y a la filosofía del *do-it-yourself*", añade. "La puesta en marcha de propuestas innovadoras en cuanto a experiencia del cliente, personalización y fidelización, deben llevar a los hoteles en el futuro a triunfar frente a estas otras propuestas y a ser valorados por los viajeros como negocios en continuo movimiento que saben adaptarse a los nuevos tiempos", concluye.

PRODUCTO

Riu estrena el año con la reapertura del Tikida Palmeraie

Riu Hotels & Resorts ha inaugurado el año con la reapertura del hotel Riu Tikida Palmeraie, a tan solo seis kilómetros del centro antiguo de Marrakech, tras su cierre el pasado noviembre para una reforma integral. El hotel, inaugurado en 2009, se encuentra situado entre exóticos jardines y cuenta con servicio 'todo incluido', wifi gratuito y programas de entretenimiento. Las 392 habitaciones que alberga este hotel han sido completamente renovadas, eliminando las bañeras y cambiándolas por duchas y renovando por completo los suelos y la decoración, donde predominan los tonos tierra y la madera. Las zonas exteriores y zonas comunes también se han renovado.

Palladium impulsa la reforma del Fiesta Hotel Castell Playa

Palladium Hotel Group ha iniciado el proyecto de reforma integral del Fiesta Hotel Castell Playa ubicado en Menorca para reposicionarlo y elevar su categoría, tal y como el grupo viene haciendo con otros de sus activos. Según han destacado, el Fiesta Hotel Castell Playa es uno de los hoteles con mayor trayectoria de la hotelera, ya que tiene 50 años y el objetivo es que siga siendo un hotel de referencia y uno de los más atractivos durante otros 50 años más. El objetivo del proyecto es preparar, actualizar y reforzar la estructura del edificio de cara a los próximos años. Es el único hotel que Palladium Hotel Group tiene en la isla de Menorca y cuenta con vistas a la bahía d'Arenal d'en Castell.

Revenue Management llega a ITH con la empresa HotelsDot

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) sumaba el pasado mes de enero a HotelsDot como nuevo asociado en el área de Nuevas Tecnologías y Operaciones Hoteleras. El objetivo de HotelsDot es ayudar a los alojamientos turísticos a incrementar sus ingresos potenciando la venta directa y definir el mix de distribución que mejor se ajuste a sus necesidades atendiendo a los principios del Revenue Management, a través de canales como la formación y el asesoramiento. Para ello, la empresa ofrece diferentes opciones formativas, además de poner a disposición de los alojamientos un equipo de expertos que le acompañarán durante todo el proceso de implementación de su estrategia.

Hilton lanza Signia Hilton para reuniones y eventos

Con tres establecimientos en Estados Unidos, la nueva marca nace con vocación global

Hilton cuenta con una nueva marca de reuniones y eventos, Signia Hilton, con la que ofrecerá al Sector MICE y al Business Travel "experiencias excepcionales" gracias a las últimas tecnologías y a un diseño de vanguardia y de calidad en todos los ámbitos de cada establecimiento. "Estamos orgullosos de lanzar Signia Hilton, que ejemplifica nuestro espíritu innovador y elevará el nivel de lo que significa ofrecer una hospitalidad verdaderamente inspirada en el cliente", ha resaltado el presidente y CEO de Hilton, Christopher J. Nassetta.

Signia Hilton empezará con tres hoteles en Estados Unidos (Signia

Hilton Orlando Bonnet Creek, Signia Hilton Atlanta y Signia Hilton Indianapolis), pero nace con vocación global y estará presente en los mejores destinos urbanos y complejos turísticos, explican desde la compañía.

Altos niveles de experiencia

Los hoteles de la nueva marca se caracterizarán por tener como mínimo 500 habitaciones y espacios de reuniones modulares y flexibles de al menos 23 metros cuadrados. Asimismo, destacarán por ofrecer altos niveles de expe-

riencia a sus huéspedes debido a sus "entradas impresionantes", con una arquitectura moderna, paisajes cuidados y un equipo acogedor; y experiencias de bienestar premium, con piscinas infinitas, modernos spas o clases de *fitness*.

Los espacios para reuniones y eventos serán la clave de la nueva marca. Desde los grandes salones hasta las pequeñas salas de reuniones contarán con un diseño inteligente combinado con las últimas tecnologías que facilitarán el pensamiento innovador en los asistentes a los eventos, la optimización del trabajo y la colaboración.



Diseño del Signia Hilton Indianapolis.

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, 1º 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 Morería, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputació, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
HOTELPLUS Isla del Huevo, 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 2ª MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5422071
HVALATRAVEL.COM Diputació, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ºB MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5221241
MSC CRUCEROS Arequipás, 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 Diputació, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686

NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	☎ 91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	☎ 91-5612373 Fax 91-5614242
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS C/Imáns Suárez Ferrín, 4B CULLEREDO (A CORUÑA)	☎ 981-654801 Fax 981-651467
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 Huevo, 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 Fax 91-5509365
TURAVIA CLUB Edif. Barajas C/ Trespaderno 29, 4º MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 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 Almagro, 19, Madrid	☎ 91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Tarragona, 161, 15º BARCELONA	☎ 901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Luisa Fernanda, 2 MADRID	☎ 91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	☎ 91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
LAN Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID	☎ 91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	☎ 91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
AMERICAN AIRLINES Plaza del Callao, 5 - planta 8 MADRID	☎ 902-011737

Compañías

Marítimas

BALEARIA Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE	☎ 902-160180 Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trías 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, 1ºMADRID	☎ 91-2952497 ✉reservas@croisieurope.com
EUROFERRYS Estación Marítima ALGECIRAS	☎ 956-651178-507070 Fax 956-653379
P&O PORTSMOUTH Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO	☎ 94-4234477 Fax 94-4235496
SPANISH CRUISE LINE Alcalá, 54 MADRID	☎ 91-5317102 Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA www.trasmediterranea.es	☎ 902-454645
VISION CRUCEROS www.visioncrueros.com	☎ 91-7896400 ☎ 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	☎ 91-7546502 Fax: 91-7545365
RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN	☎ 964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE. Y CANARIAS	☎ 928-512694-543456 Fax 928-514137

Centrales de

Reservas

CANARIAS.COM-TENERIFE av. Las Americas, cc Americas Plaza L26 ARONA	☎ 922-715353 Fax 922-719131
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	☎ 902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	☎ 922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	☎ 902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
HUSA HOTELES Sabino Arana, 27 BARCELONA	☎ 93-5101300 Fax 93-3397064
INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA	☎ 93-4090522 Fax 93-4090493
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	☎ 91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	☎ 91-5166666 Fax 91-5166657
RIU HOTELS Laude s/n PALMA DE MALLORCA	☎ 971-743030 Fax 971-744171
SOL MELIA Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA	☎ 902-144444 Fax 91-5791392
TRANSHOTEL Isla del Huevo, 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	☎ 902-300022 Fax 985-273487
INST.BALEAR PROMOCION TURIST. Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA	☎ 971-176191 Fax 971-176185
UNAV (Unión de Agencias de Viajes) Rosario Pino, 8 3ºB MADRID	☎ 91-5796741 Fax 91-5799870

Transporte

por Carretera

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

Servicios

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

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

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

☎ 91 369 41 00

91 369 18 39

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING

Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

NEXOTUR

COMETXO

GRUPO
Nexo

COMETXO

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

Ruiz Muñoz ofrece sus servicios de transporte en una 'web responsive'

Autocares Ruiz Muñoz ofrece una versión *responsive* de su página con un diseño muy diferente, pero con una estructura de accesos y una información sobre la empresa y sus servicios de transporte semejantes a las de la versión anteriormente analizada.



www.ruizmunoz.com

La nueva *web* de Ruiz Muñoz, empresa de transporte terrestre con sede en Madrid, ofrece con diseño compatible para cualquier tipo de terminal y manteniendo la estructura de accesos, información sobre la compañía, su flota de autobuses y sobre sus tipos de servicios discretos de transporte terrestre, aunque sigue sin incluir sus tarifas, mientras para la solicitud de presupuestos solo ofrece un formulario. También incluye un área de Recursos Humanos con un formulario para solicitar empleo. En cuanto a idiomas, ofrece versiones en castellano, inglés, chino, ruso y portugués.

INFORMACIÓN

Desde la primera línea de las páginas o seleccionando un tipo en la zona de servicios, se accede a una descripción general de las principales características de ese tipo de servicio. También ofrece una adecuada descripción de los cuatro tipos de autobús que componen su flota.

RESERVA

Sigue sin ningún tipo de gestión de reservas *online*, ni ofrece ninguna información sobre sus condiciones ni tarifas. Presenta únicamente un formulario para la solicitud de presupuestos y mantiene la página que dedica a la descripción de sus formas de pago.

GENERAL

Presenta las formas de contacto con Ruiz Muñoz y el acceso a su *blog*, pero no mantiene el enlace con sus redes sociales ni el formulario para indicar la satisfacción sobre sus servicios. Dedica un área a la gestión de empleo con un formulario de solicitud y envío del currículum.

▲ **Lo Mejor /** Facilidad de Uso
Con pocos cambios en la estructura y la información, sigue ofreciendo una información adecuada desde cualquier terminal.

▼ **Lo Peor /** Gestión
Sigue sin informar sobre sus condiciones de comercialización ni sus tarifas, para lo que mantiene un formulario.

RUIZ MUÑOZ / Transportes

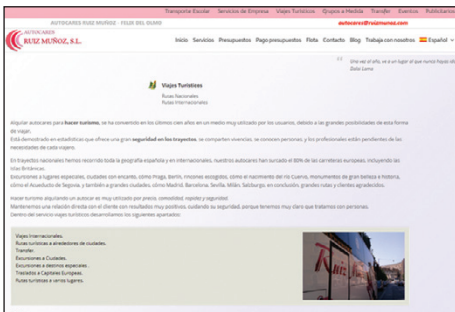
Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página de Autocares Ruiz Muñoz sigue siendo de relativo interés para las agencias porque, aunque ofrece una información adecuada sobre su flota y sus tipos de servicios, ahora desde cualquier tipo de terminal, para su gestión ofrece únicamente un formulario.

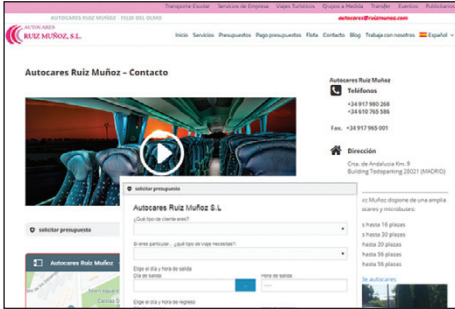
6.2



Entrada / Presenta el acceso a todos sus servicios, al resto de sus áreas de información y un formulario de consulta.



Producto / Ofrece una descripción de cada tipo de servicio y la descripción y características de los tipos de vehículo de su flota.



Reserva / Mantiene un formulario para la solicitud de presupuestos y ofrece información sobre las formas de pago.

Irlanda presenta una nueva versión compatible de su 'web' de Turismo

La nueva versión de la página oficial de Turismo de Irlanda mantiene, con un nuevo diseño compatible para cualquier tipo de terminal, una completa información turística del país y un buscador de alojamientos que para reservar ofrece el enlace con su *web*.



www.discoverireland.com

Turismo de Irlanda, organismo responsable de la promoción de Irlanda en el extranjero, presenta una nueva versión de su *web*, de diseño compatible para terminales móviles, en la que mantiene una amplia información sobre los atractivos y servicios turísticos para un viajero en el país, a la que se accede por destino desde un mapa activo o desde una pantalla de selección por tipo de información, incluyendo un completo buscador de alojamientos con enlace con su *web*. La página presenta versiones personalizadas para múltiples países, uno de ellos España.

INFORMACIÓN

Accediendo desde el mapa o desde la pantalla de destinos presenta una amplia descripción del seleccionado, sus atractivos y sus servicios turísticos. También informa de las actividades a hacer en Irlanda para un turista y propone y describe algunos viajes recomendados por el país.

RESERVA

No contempla la gestión de reservas, pero ofrece al viajero la posibilidad de reservar sus ofertas enlazando con otra central e incluye un completo buscador de alojamientos por tipo que para reservar ofrece las formas de contacto y el enlace con la página del seleccionado.

GENERAL

La *web* ofrece un amplio conjunto de información para un viajero en Irlanda, que incluye, seleccionando origen y destino, las compañías aéreas y de ferrys disponibles. También permite al usuario registrado seleccionar sus favoritos e incluye el enlace con su *web* de Turismo de Negocios.

▲ **Lo Mejor /** Amigable
La página permite acceder fácilmente a una amplia información de sus atractivos y servicios turísticos.

▼ **Lo Peor /** Tamaño Letra
Al contrario que en la versión anterior, dedica un amplio espacio a los textos, pero sería más cómodo con letras más pequeñas.

IRLANDA / Destino

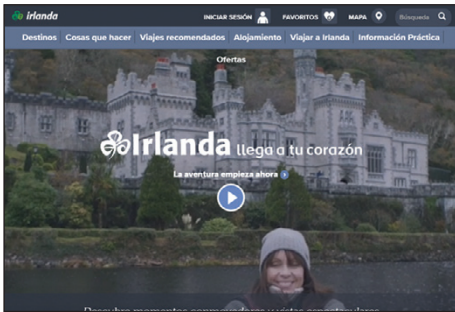
Ponderación de los Valores

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 INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	ENLACE CON OTROS PORTALES									
6	GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS									
6	GESTIÓN DE TRANSPORTES									
4	GESTIÓN DE OTROS SERVICIOS									

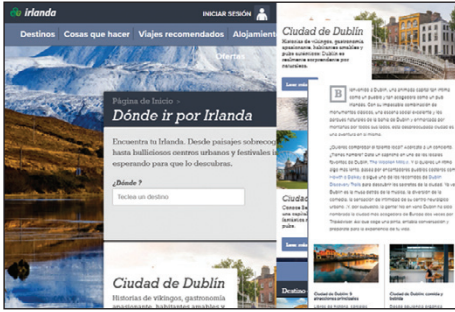
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva versión de la *web* de Irlanda sigue siendo de utilidad para las agencias de viajes, ya que además de una amplia información sobre el país, ofrece un área muy completa sobre transportes en barco y avión y alojamientos, así como el enlace con la página de Turismo de Negocios.

7.6



Entrada / Con un nuevo diseño *responsive* presenta el acceso a un mapa activo, a todas sus áreas de información y ofertas de viaje.



Producto / Ofrece información de sus destinos, sus atractivos turísticos, una agenda de eventos y sus viajes recomendados.



Reserva / Permite reservar sus ofertas recomendadas y ofrece un buscador de alojamientos con enlace con su *web*.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias demandan profesionales con experiencia demostrable de varios años

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

■ **Lleego Travel Market.** Málaga. Se necesita agente joven, dinámico y seguidor de las nuevas tecnologías. Su función será ayudar a nuestro equipo de desarrollo a mejorar la herramienta de venta y gestión de vuelos. Requisitos mínimos: alto conocimiento de Amadeus y familiarizado con contabilidad y facturación aérea. Otros requisitos: conocimientos de Galileo, BSP, haber trabajado en un soporte a agencias, inglés y disponibilidad para viajar.

■ **Empresa Viajes Regalo.** Madrid. Se busca agente de reservas con experiencia en realización de reservas, emisión de vuelos, reservas de cruceros, hoteles, alquiler de coches... Conocimiento de proveedores y turoperadores del Sector. Otros requisitos: inglés medio/alto; de tres a cinco años de experiencia; conocimiento alto de Galileo y Amadeus; capacidad de trabajo bajo presión; y perfil comercial, entusiasta y colaboración en equipo.

■ **Gestora de Viajes y Negocios.** Córdoba. Se necesita profesionalidad para ase-

soñar de viajes. Ofrecemos incorporación inmediata, buenas condiciones laborales y económicas. Requisitos: conocimientos de Amadeus, inglés y manejo de herramientas Office. Se valorará experiencia acreditada, buenas referencias y cartera de clientes. Horario de lunes a viernes de 8.30-14.00 y de 16.30-19.00 horas.

■ **Viajes Carrefour.** Grijón. Se busca agente de viajes con experiencia en vacacional para trabajar por las tardes.

■ **Campimar.** Madrid. Buscamos agente de viajes con experiencia y que sepa manejar Amadeus o Galileo. Valoramos manejo de Ofivaje y nivel aceptable de inglés.

■ **Consultia Travel.** Valencia. Consultia Travel, agencia de viajes especializada en la gestión y asesoramiento de viajes de empresa, precisa gestor de viajes de cuentas de empresa para trabajar desde la sede central ubicada en Sedaví (Valencia). Requisitos: experiencia demostrable en *business travel*, amplio manejo de Amadeus e inglés oral y escrito. Horario de 9:00-14:00h y 16:00-19:00h de lunes a viernes.

■ **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 Redondo.** Madrid. Agencia familiar especializada en Turismo cultural y con producto propio en viajes culturales y de experiencias, selecciona una persona para su oficina de Madrid. Requisitos: buena presencia, facilidad en la atención telefónica, resolutive, buena disposición 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 Asia y América.

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

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

■ **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.

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

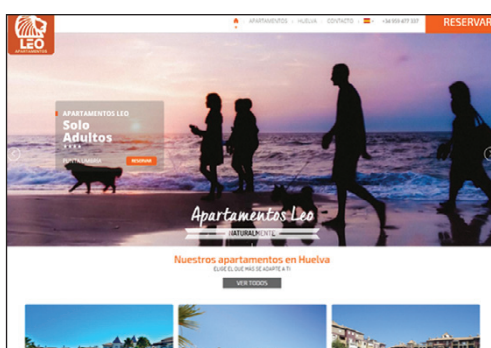
Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Apartamentos en Huelva

↑ La nueva página de Leo Apartamentos mantiene, en formato compatible para cualquier terminal y pocos cambios en su estructura, la **información** sobre sus apartamentos y el sencillo sistema de reservas, que sigue sin estar disponible para las agencias.

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

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



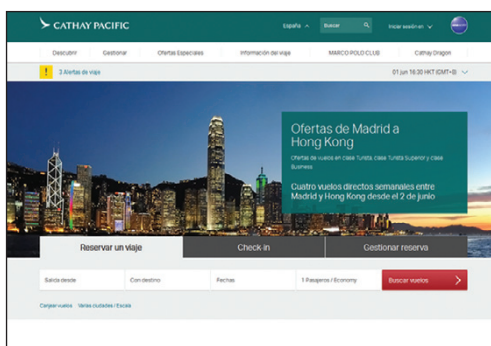
<http://www.apartamentosleo.com>

Vuelos a Asia-Pacífico

↑ Cathay Pacific presenta una página de correcto diseño en la que ofrece una amplia **información** sobre la compañía y sus vuelos desde Europa a Extremo Oriente y Oceanía, así como un sencillo sistema de reservas, que no está disponible para las agencias.

→ Es una página de **utilidad** para viajeros a ese área.

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



<http://www.cathaypacific.com>

Vehículos y alojamientos

↑ Aucorsa presenta una nueva versión de su **web** en la que, con un nuevo diseño compatible para cualquier terminal, mantiene la **información** sobre la empresa, sus líneas, horarios, tarifas y puntos de venta, añadiendo la recarga **online** de tarjetas.

↑ Por su información y recarga **online** es de **utilidad** para el cliente.

→ En cuanto a **reservas**, contempla la recarga de tarjetas **online**.



<http://www.aucorsa.com>

Ofertas para las agencias

↑ La página de CnTravel presenta **información** sobre sus ofertas de alojamientos en parte de España y Portugal, algunos circuitos y 'paquetes', así como un completo sistema de gestión de reservas de alojamientos, exclusivo para los agentes de viajes.

↑ Por su sencilla gestión es una página de **utilidad**.

↑ Su gestión de **reservas** es exclusiva para las agencias.



<http://www.reservasonlinecntravel.com>

Congresos en Tarragona

↑ El Palacio Ferial y de Congresos de Tarragona vuelve a modificar el diseño de su página en Internet, reduciendo el nivel de **información** sobre sus espacios, equipamientos y servicios, y manteniendo el calendario de eventos, general y por tipo.

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

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



<http://www.palautarragona.com>

Alojamientos Rurales

↑ Algestur vuelve a cambiar la **home** y reduce la **información** sobre la empresa, manteniendo, mediante el uso del sistema de Ruralgest, una completa oferta de alojamientos de Turismo Rural y la gestión **online** de reservas, que no está disponible para las agencias.

→ Es una **web** de **utilidad** para el cliente final.

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



<http://www.algestur.com>

LEGISLACIÓN

Catálogo SISTHO

Se incluyen 120 destinos

✓ La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, y el secretario de Estado de Infraestructuras, Transporte y Vivienda, Pedro Saura, han dado a conocer los 120 destinos de un total de 13 Comunidades autónomas que se incluirán en el catálogo del Sistema de Señalización Turística Homologada (SISTHO). En concreto, de los nuevos destinos aprobados, 12 se incluirán directamente en el catálogo ocupando el cupo libre existente del acuerdo de 2013, y los 108 restantes se incluirán una vez se firme el nuevo convenio que está en proceso de redacción. La Secretaría de Estado de Turismo había recibido cerca de 200 peticiones de nuevos destinos por parte de las Comunidades autónomas, pero solo 123 cumplen todos los requisitos de calidad turística y de seguridad vial (establecidos por la Dirección General de Carreteras) necesarios para ser incluidos en el catálogo.

Boletín Oficial del Estado
<https://www.boe.es>

CURSO

DIT Academy en el MSC Bellissima

Participarán 60 profesionales del Grupo comercial

DIT Gestión desarrollará del 12 al 15 de marzo la séptima edición del curso crucero DIT Academy a bordo del nuevo buque insignia de MSC Cruceros, el MSC Bellissima. Un total de 60 profesionales participarán en esta sesión formativa, realizando un itinerario que arrancará en el puerto de Barcelona y hará escala en Marsella y Génova. Los agentes de viajes de DIT Gestión recibirán formación sobre la ruta para orientar al cliente hacia la venta, empleando las más avanzadas técnicas como el neuromarketing, los presupuestos creativos o cómo diferenciarse de

la competencia. La próxima edición de DIT Academy también abordará la nueva normativa de contratos de viajes combinados, el reglamento general de protección de datos (RGPD) o los últimos desarrollos tecnológicos puestos en marcha por DIT Gestión. En este curso crucero participará la jefa de ventas de la zona norte de MSC Cruceros, Susana Gregorio, junto con responsables de todos los departamentos de DIT Gestión. La formación a bordo del MSC Bellissima se compaginará con recorridos para conocer los destinos durante las escalas.



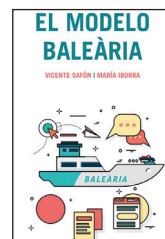
LIBROS

Historia de Baleària

‘El modelo Baleària’
Vincle Editorial

Vincle Editorial presenta el libro ‘El modelo Baleària’.

Incluido en la colección Economía y Empresa y escrito por Vicente Safón y María Iborra, analiza el modelo de negocio de la naviera valenciana, las claves de su éxito y los retos a los cuales se enfrenta. Safón e Iborra describen la historia de Baleària y analizan los datos económicos y su estrategia empresarial para conocer las claves del modelo de éxito de esta empresa. También hacen especial énfasis en la contextualización de su liderazgo dentro del sector del transporte marítimo. El modelo Baleària muestra la gran capacidad de la naviera para adaptarse a las nuevas oportunidades y amenazas del sector.



CALENDARIO

Gran cumbre de WTTC en Sevilla

● Del 2 al 4 abril de 2019, Cumbre Mundial del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), Sevilla. Esta organización internacional y eminentemente privada, que aglutina a los líderes de la industria global de viajes y Turismo, congregará a un centenar y medio de miembros, entre ellos, altos ejecutivos y directivos de empresas de gran relevancia en los segmentos de aerolíneas, hoteles, cruceros, agencias de viajes, turoperadores, alquileres de vehículos, sistemas de distribución o firmas tecnológicas. Sevilla acogerá tanto el consejo ejecutivo de la WTTC como su asamblea general, así como los premios anuales que concede. Y junto al centenar y medio de líderes empresariales, otros 600 delegados participarán en una serie de encuentros paralelos de autoridades políticas internacionales de primer nivel. El expresidente de Estados Unidos, Barack Obama, será invitado de honor y orador principal. Más información en la página web www.wttc.org.

La información profesional no es un juego de niños

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

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13 / 28014 Madrid

E-mail: atencion-clientes@nexotur.com / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid



De Profesional a Profesional

SUBEN

Miguel A. de la Mata

Viajes El Corte Inglés se impone en el concurso público convocado por Aena, reafirmando así su liderazgo en este segmento. La agencia también gestiona los viajes de 18 de las 35 empresas que conforman el Ibex35.



Juan del Hoyo

Azul Marino cierra un histórico 2018. El volumen de negocio del grupo vasco roza los 82 millones de euros en el global del ejercicio, lo que representa un vertiginoso crecimiento del 82% en comparación con los 45 millones que alcanzó en 2017.



Ana Dueñas

ERV Seguros de Viaje repite por cuarto año consecutivo como una de las cinco aseguradoras con presencia en España mejor valoradas por la calidad de su servicio, según el barómetro de la Asociación Española de Corredurías de Seguros (Adecose).



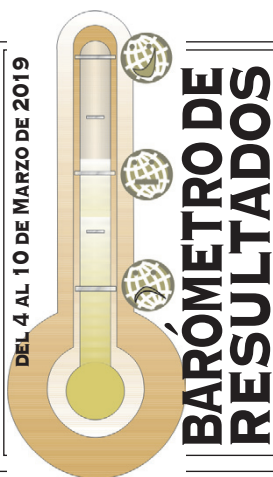
SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Luis Felipe Antoja	3
Entrevista / Álvaro Márquez	4
Escaparate	6-15
Mostrador	17-21
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluatnet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

LA SEMANA

Mejor arranque de año en materia de empleo

El Turismo empieza el año de la misma manera que lo terminó, manteniéndose como uno de los grandes generadores de empleo de la economía española. Según los últimos datos difundidos por TurEspaña, de los 518.728 puestos de trabajo creados en enero en todo el país, 82.199 corresponden a actividades vinculadas al Turismo. En total, el número de afiliados a la Seguridad Social asciende a 2,2 millones, registrando un incremento del 3,8% en comparación con el inicio de 2018. Se trata de la cifra más alta de toda la serie histórica en un mes de enero. El empleo turístico representa el 12% del total en la economía nacional. Todas las ramas turísticas muestran una evolución positiva.



DEL 4 AL 10 DE MARZO DE 2019

BARÓMETRO DE RESULTADOS



SEMANA DEL 11 AL 17 DE MARZO DE 2019

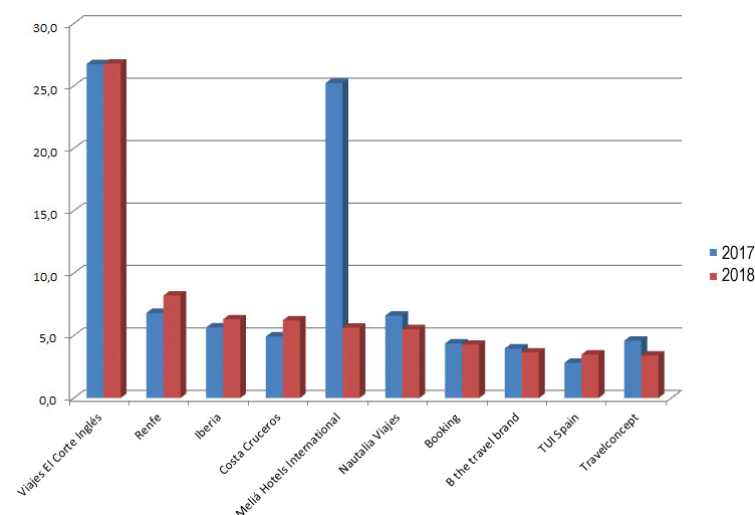
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

Baja la inversión publicitaria en 2018

Las empresas vinculadas al Turismo que operan en el territorio español han desembolsado 194,6 millones de euros en publicidad, lo que supone un retroceso interanual del 4,5%. De las diez primeras sociedades que figuran en la lista elaborada por InfoAdex, tres son agencias de viajes: Viajes El Corte Inglés, Nautalia Viajes y B the travel brand. La primera lidera la tabla con 26,8 millones invertidos en el global del año.

Gasto en publicidad de las empresas turísticas



Fuente: InfoAdex.

© NEXOTUR

Por empresas, es el segundo año consecutivo en el que no figura ninguna vinculada al Turismo entre las 20 primeras (en los anteriores había aparecido Viajes El Corte Inglés). Lideran el ranking Volkswagen (86,9 millones y un aumento del 2,3%), El Corte Inglés (85,3 millones y un

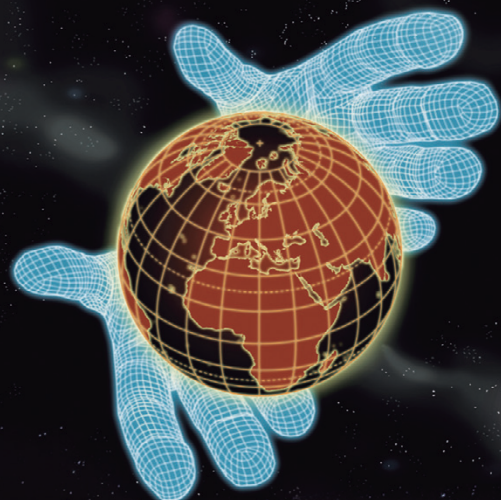
repunte del 2,3%) y Orange (74,1 millones y un avance del 2%).

Por su parte, las grandes redes de agencias que operan en el mercado español también siguen reduciendo la partida que destinan a publicidad. Las cuatro primeras (Viajes El Corte Inglés, Nautalia, B the

travel brand y Halcón Viajes) han invertido un total de 38,3 millones de euros durante 2018, lo que supone un retroceso del 4% en comparación con los 39,9 millones que desembolsaron en 2017. En 2014, primer año en el que NEXOTUR publicó las cifras de estas empresas, su inversión ascendió a 53,5 millones. Por lo tanto, en un periodo de cuatro años se ha producido un recorte del 28,4%, tendencia que contrasta con la evolución favorable de los niveles de ingresos y del número de ocupados en el Sector.

Viajes El Corte Inglés, líder indiscutible del ranking, es la única que incrementa la partida destinada a publicidad. La agencia que dirige Miguel Ángel de la Mata ha invertido 26,8 millones, lo que representa un ligero aumento del 0,4% en relación a 2017, cuando su presupuesto se situó en 26,7 millones. La segunda posición es para Nautalia Viajes con 5,5 millones, cifra un 16,6% inferior respecto a los 5,5 millones que desembolsó en 2017. B the travel brand, por su parte, ha invertido 3,7 millones de euros, un 7,5% menos que en 2017, cuando destinó cuatro millones. En cuarto lugar figura Halcón Viajes. La marca de Globalia ha desembolsado 2,3 millones, un 11,5% menos que los 2,6 millones del ejercicio anterior.

Cabe destacar que de estas cuatro agencias, tres de ellas figuran en el top ten de las empresas turísticas que mayor inversión hacen en publicidad. Viajes El Corte Inglés ocupa el primer lugar. Nautalia está en la sexta posición, dos puestos por encima de B the travel brand, en la octava. Halcón es la vigésimo primera.



Date de alta
en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana
en tu email

AGENCIAS DE VIAJES

Las huelgas de controladores europeos cuestan 12.000 millones de euros

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.

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?