



ISABEL
OLIVER

No habrá retrasos

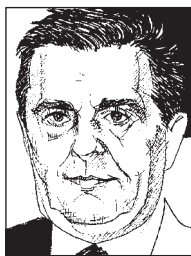
PÁG. 10 / No se prevé que el inicio del Inmerso se vea afectado



ISAÍAS
TÁBOAS

Mayores ventas

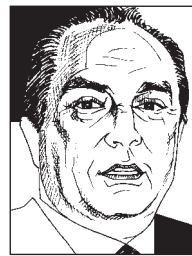
PÁG. 8 / Renfe cierra el año 2018 con un 59% más de beneficio



AURELIO
VÁZQUEZ

Histórico del Sector

PÁG. 6 / Aurelio Vázquez dejará Iberostar tras 20 años en el grupo



LUIS FELIPE
ANTOJA

Renovación de la marca

PÁG. 10 / Avasa estrena una nueva imagen corporativa



ANTONIO
MARISCAL

Un 'portal' muy útil

PÁG. 13 / En solo un año, más de 1.800 agentes inscritos en TravelExpertos

Los grandes partidos dan una escasa relevancia al Turismo

Los programas electorales no cuentan con grandes propuestas para el Sector

El 28 de abril hay elecciones generales, y una vez más, los principales partidos políticos que concurren dedican un papel secundario al Turismo. Se puede destacar la

excepción del Partido Popular, que cuenta con una batería de propuestas para el Sector. Por su parte, Vox no nombra ni una vez la palabra Turismo en sus 100 medidas.



Juan José Oliván preside Airmet.

El panorama sectorial cambiará a medio plazo

Se está atomizando tanto el Sector que algunos son inviables. Pág. 4

Aumenta más del 9% el gasto en 'paquetes'

Los españoles gastan un 9,2% más en 'paquetes' en 2018. Pág. 12

ESPECIAL SEMANA SANTA

Con motivo de las fiestas de Semana Santa, la Redacción de NEXOTUR se despide de sus lectores hasta el próximo 29 de abril.

El Turismo vuelve a tener un papel secundario en los programas electorales de los grandes partidos políticos que se presentan a las elecciones generales del 28 de abril. El Partido Popular es el que más propuestas recoge y se compromete a impulsar una Ley de Turismo que armonice las normas o eliminar las tasas que gravan específicamente la actividad turística, entre otras. Por su parte, el Partido Socialista Obrero Español se compromete a apro-

bar una Estrategia de Turismo sostenible 2030 y promover el Turismo sostenible del interior. El programa de Ciudadanos, por su parte, incluye el compromiso de elaborar un Plan Estratégico de Turismo para captar nuevos segmentos del mercado y se compromete a crear la Agencia para la Promoción del Sector Agroalimentario y el Turismo. Por último, la propuesta estrella de Podemos es crear un sello de calidad turística. Escaparaté en pág. 7

IATA comunica el techo de ventas con el NewGen ISS

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) ya ha comunicado a las agencias españolas cuál será el límite de crédito que tendrán a partir del 1 de mayo cuando se implante en polémico NewGen ISS. A pesar del temor inicial, el presidente de UNAV, Carlos Garrido, reconoce a NEXOTUR que el denominado Capacidad de Retención de Remesas



Alexandre de Juniac

(RHC) es "muy alto", lo que hace que sea "muy difícil de alcanzar". Aún así, "nos preocupa que IATA pueda ir bajando este límite en el futuro". Así, Garrido sigue mostrando su rechazo al proyecto al entender que "no está justificado" y lamenta que "nos imponen cada vez más y más obligaciones y exigencias". Escaparaté en pág. 11

Maroto: 'Quizá se tramitó demasiado rápido' la ley

¿Próxima revisión de la Ley de Viajes Combinados?

La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, ha reconocido en su intervención en el XXII Congreso de Turismo de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) que la nueva Ley de Viajes Combinados, que entró en vigor una semana después de haber sido aprobada por el Consejo de Ministros, "quizá se tramitó demasiado rápido" y confía en que "se pueda hacer una revisión". Segovia ha acogido el encuentro que ha congregado a más de 250 profesionales los días 4 y 6 de abril.

Escaparaté en págs. 8 y 9



UNAV celebra su XXII Congreso.

Vuelven los salones TurNexo en sus ediciones de verano

Comienzan los Salones TurNexo en su edición de verano con la convocatoria de Sevilla, el 24 de abril en la nueva sede Hotel Exe Sevilla Macarena. Le seguirán el 30 de abril, la de Madrid (Hotel Mayorazgo); el 7 de mayo, la de Valencia en la nueva sede Expo Hotel Valencia; y el 9 de mayo la de Bilbao (Gran



Preinscripción de Visitantes en www.turnexo.com

Hotel Domine Bilbao). Entre los proveedores ya han confirmado Amadeus, Air Europa, Club de Vacaciones, Dis-

tribucion, ERV, Geomoon, Iberia, Politours, Royal Caribbean, Tourmundial y Travelplan. Los agentes pueden inscribirse online gratuitamente en turnexo.com.

Escaparaté en pág. 12

De Febrero a Abril de 2019

POLITOURS

EGIPTO

CLÁSICO + CRUCERO NILO

VUELO DIRECTO
MADRID - LUXOR

Salidas: Sábados del 2/2 al 27/4

VUELO DIRECTO
BCN - LUXOR

Salidas: 13, 20 y 27 de abril

PROGRAMA EXCLUSIVO
POLITOURS

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

Precio final desde MAD
1.255€

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

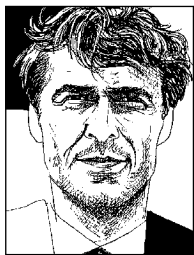
Precio final desde BCN
1.250€

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

■ CLAVES

El agente de hoy es un conslutro

ME SORPRENDIÓ GRATAMENTE encontrarme a una agente de viajes en un evento de negocios en Las Vegas, ansiosa por saber cómo funcionaba mi negocio. LuggageHero es una red de almacenamiento de equipaje basado en la economía colaborativa. Ofrecemos un servicio a los viajeros que necesitan un lugar donde guardar su equipaje mientras visitan la ciudad en sus viajes de negocios o por ocio.



© JANNIK LAWAETZ

Esto no parece que deje muchas opciones para un agente. Sin embargo hablando con ella cambien de opinión: "Cuanto más sepa, mejor servicio podré ofrecer", dijo.

"¿Me puedes recomendar otros servicios como este?", me preguntó.

Su respuesta me hizo entender que los agentes de viajes de hoy no solo se basan en los servicios que ofrecen, sino que también actúan como consultores, aconsejando a sus clientes sobre las mejores experiencias de viaje. Lo que puede incluir una estancia en un Airbnb o una cena a través de EatWith. Adaptarse a las necesidades de los clientes, e incluso sorprenderlos un es realmente el objetivo del agente de viaje de nuestros días.

"Sí, tengo varias recomendaciones más allá de las obvias", le respondí a esta inquieta agente. "Así que creo que compartiré algunas contigo, esperando que tú también compartas las mismas con tus clientes", le dije.

"Para tus clientes que visitan el Reino Unido, YourParkingSpace es el líder de estacionamiento en línea que permite encontrar espacios de estacionamiento, accesos para el vehículo y garajes en alquiler en toda la región. Los alquileres se realizan por hora o a más largo plazo. Si organiza un alquiler de coches para ellos, puede añadir esta información como un extra.

También podrá hablarles a sus viajeros con niños pequeños que se dirigen a los Estados Unidos y Canadá sobre BabyQuip. Este fantástico servicio se encuentra en más de 300 ciudades y ofrece a las familias una amplia variedad de equipo de calidad para bebés incluyendo sillas altas, cochecitos, libros y juguetes.

Uno de nuestros servicios favoritos es Vayable, a través del cual los locales de más de 600 ciudades ofrecen a los viajeros de todo, desde un recorrido por la ciudad estándar hasta una experiencia poco convencional."

© Jannik Lawaetz es fundador y CEO de LuggageHero.

‘La nueva norma amplía la protección otorgada a los viajeros, incluyendo nuevas formas de contratación, incrementa la transparencia en la contratación, elimina ambigüedades y colma lagunas legislativas’, explica el abogado de Carrau Corporación

TRIBUNA



© ENRIQUE AMBLAR

La nueva regulación de los viajes combinados

EL PASADO DÍA 27 de diciembre de 2018 fue publicado en el Boletín Oficial del Estado (BOE) el Real Decreto Ley 23/2018, de 21 de diciembre, de transposición de directivas comunitarias en materia de marcas, transporte ferroviario, viajes combinados y servicios de viaje vinculados.

En materia de transporte el Real Decreto Ley aprobado conlleva la modificación de la Ley 38/2015, de 29 de septiembre, del sector ferroviario, que ha sido adaptada a la Directiva 2012/34/UE del Parlamento y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012, por la que se estableció un espacio ferroviario europeo único, directiva esta que fue modificada a su vez por la 2016/2370, de 14 de diciembre.

Igualmente, en materia de transporte de pasajero el Real Decreto Ley modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes complementarias a fin de transponer la Directiva (UE) 2015/2303 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015, relativa los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados.

Analizando las principales modificaciones que el Real Decreto Ley aprobado ha conllevado en materia de transporte de pasajeros

cabe poner de manifiesto la modificación del ámbito de aplicación y las definiciones armonizadas de manera que el sujeto protegido por la norma pasa a ser 'el viajero', concepto más amplio que el de consumidor, ampliándose igualmente el alcance del concepto de viaje combinado, dando cabida a muchos productos de viaje que se encontraban en una indefinición jurídica o no estaban claramente cubiertos por la regulación anterior.

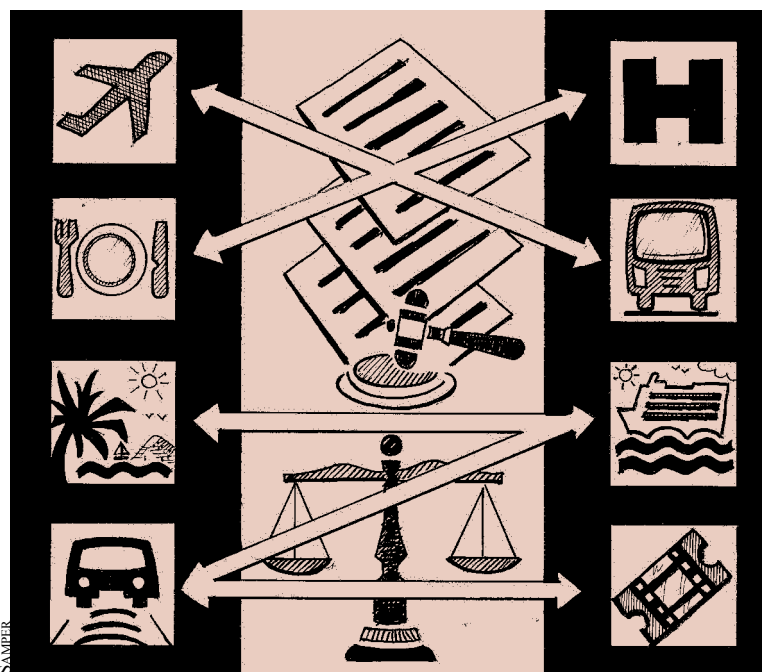
El Real Decreto Ley igualmente introduce el concepto de 'servicios de viaje vinculados' a través de los cuales se facilita a los viajeros, de manera presencial o en línea, la contratación de servicios de viaje, llevando a los viajeros a la celebración de contratos con distintos prestadores, incluyendo procesos de reserva conectados. Estos servicios de viaje vinculados constituyen una figura alternativa a los viajes combinados, estableciéndose unas obligaciones para

su desarrollo de menor calado que las exigidas a los precitados viajes.

Para estar en presencia de un viaje combinado o ante un servicio de un viaje vinculado, se exige la combinación de determinados servicios de viaje para que puedan

cuenta la era digital en que nos hallamos y la importancia de la contratación en línea.

Con relación a los viajes combinados se contempla expresamente la posibilidad de modificar unilateralmente el contrato siempre que se



configurarse como tales, así sólo la combinación de diferentes tipos de servicios de viaje, como el alojamiento, el transporte de pasajeros en autobús, tren, barco o avión, así como el alquiler de vehículos de

motor o de determinadas motocicletas, debe ser tenida en cuenta a efectos de determinar si se trata de un viaje combinado o un servicio de viaje vinculado. Igualmente, cuando determinados servicios, como pueden

ser la adquisición de entradas para conciertos o acontecimientos deportivos o las visitas guiadas, se combinan con un sólo servicio de viaje de otro tipo, únicamente dará lugar a un viaje combinado o un servicio de viaje vinculado si los servicios contratados representan una posición igual o superior al veinticinco por ciento del valor del viaje combinado o de los servicios del viaje vinculado, o si se ha publicitado como un elemento esencial del viaje, o constituyen por cualquier otra razón una característica esencial de este.

El Real Decreto Ley refuerza así mismo la información precontractual del viajero y su carácter vinculante, ampliándolo a nuevas formas de contratación, habida

haya reservado este derecho en el contrato, que estas sean insignificantes, y se haya informado al viajero de manera clara, comprensible y destacada en un soporte duradero.

Por su parte, los viajeros podrán resolver el contrato siempre que los cambios propuestos alteren sustancialmente las características principales de los servicios de viaje, estableciéndose un plazo de 14 días naturales para el reembolso de todo pago indebido realizado por el viajero en caso de resolución.

El precio de estos viajes combinados podrá incrementarse únicamente si tal posibilidad se recoge en el contrato y viene justificado en los supuestos legalmente previstos (combustible, tasas...). Esta posibilidad está condicionada a que el viajero pueda ver reducido el precio por las mismas causas. En todo caso si el aumento del precio excede del ocho por ciento el viajero podrá resolver el contrato en un plazo razonable fijado por el organizador.

Respecto de la ejecución del contrato y en aquellos supuestos en que debido a la concurrencia de circunstancias inevitables y extraordinarias sea imposible ga-

rantizar el retorno puntual de los viajeros, el organizador, o en su caso el minorista, no asumirá el coste de alojamiento continuado que supere tres noches por viajero, salvo que se trate de colectivos especialmente protegidos.

El Real Decreto Ley establece igualmente que cuando exista una falta de conformidad que afecte sustancialmente a la ejecución del viaje, entendiéndose por tal la no ejecución o ejecución incorrecta de los servicios de viaje incluidos en un viaje combinado, y el organizador, o el minorista no la haya subsanado en plazo razonable fijado por el viajero, este podrá poner fin al contrato sin pagar penalización, y solicitar tanto una reducción del precio como una indemnización por los daños y perjuicios causados.

Finalmente se regula la obligación para los organizadores y minoristas de constituir una garantía, en los términos que establezcan las administraciones autonómicas, que responda, con carácter general, de las obligaciones derivadas de la prestación de sus servicios, especialmente el reembolso de pagos anticipados y repatriaciones de viajeros en caso de insolvencia. Esta garantía deberá ser efectiva y suficiente para cubrir todos los pagos que previsiblemente se vayan a recibir por un organizador o un minorista en temporada alta. Estos,

en cualquier caso, deberán adaptar la protección en caso de un aumento de riesgos, caso de un incremento importante de la venta viajes combinados.

Esta protección frente la insolvencia del organizador, minorista, es extendida por el Real Decreto Ley a los servicios de viaje vinculados.

La exigencia de la precitada garantía será igualmente exigida a los empresarios no establecidos en un Estado miembro de la Unión Europea siempre y cuando faciliten servicios de viaje vinculado en España.

En definitiva, la nueva norma dictada, con relación a los viajes combinados y servicios de viaje vinculados, amplía la protección otorgada a los viajeros, incluyendo nuevas formas de contratación, incrementa la transparencia en la contratación, elimina ambigüedades y colma lagunas legislativas.

© Enrique Amblar es abogado de Carrau Corporación.

Los servicios de viaje vinculados constituyen una figura alternativa a los viajes combinados

El protegido por la norma pasa a ser 'el viajero', concepto más amplio que el de consumidor

OPINION

NEXOTUR

PERIODICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZDIRECTOR
EUGENIO DE QUESADADIRECTOR ADJUNTO: CARLOS ORTIZ RODRIGO
COORDINADORA GENERAL: MARGA GONZÁLEZ

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

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

CONSEJO ASESOR (DIRECTORES): FRANCISCO VÁZQUEZ (CIMET), CLAUDIO MEFFERT (FUTURALIA) Y JULIO C. ABREU (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.COMDIRECTOR 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 ABADDEPARTAMENTOS | 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: NEXODATAPUBLICIDAD / DEPARTAMENTO PROPIO: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)
MADRID: MERCEDES LEÓN, FERNANDO GONZÁLEZ / BARCELONA: PEPITA HERNÁNDEZ

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

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

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

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

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

▲ CHECK-IN / CONGRESO UNAV

Ministros con el Sector

UNAV se ha apuntado un nuevo tanto al lograr que la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, presida el almuerzo de clausura del Congreso de Turismo celebrado en Segovia, al igual que hizo el ministro de Justicia del anterior Gobierno, Rafael Catalá, en la anterior edición del Congreso celebrada el pasado año en el Parador de Cuenca.

Maroto ha reconocido en su intervención en el Congreso de UNAV que la Ley de Viajes Combinados, que entró en vigor una semana después de haber sido aprobada por el Consejo de Ministros, "quizá se tramitó demasiado rápido". Pese a que su departamento no intervino en la elaboración de la nueva normativa (ya que ésta corrió a cargo del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social), da de algún modo la razón a las principales Organizaciones empresariales, que denuncian el caos que ha generado la reforma exprés de la legislación.

Y es que lo habitual en estos casos es que exista un periodo transitorio de seis meses. Sin embargo, la amenaza de sanciones por parte de la Unión Europea —motivada por el retraso de España en el proceso de transposición— obligó al Gobierno a llevar a cabo una revisión exprés.

Como publicó NEXOTUR, CEAV calificó de "imprudente" que "después de tres años para transponer la Directiva de Viajes Combinados", el Gobierno "haya exigido a las agencias que la apliquen de forma inmediata", lo cual ha obligado a empresas, Grupos comerciales y Asociaciones a trabajar a destajo para intentar solventar las múltiples dudas de los agentes de viajes españoles.

Congresos sectoriales: Renovarse o morir

RENOVIACIÓN EN LOS CONGRESOS SECTORIALES. Terceira (Azores) y Segovia (Castilla) han sido sedes de las Jornadas Técnicas de CEAV y del Congreso de Turismo de UNAV. Los dos grandes eventos de la Confederación Española de Agencias de Viajes (en realidad de Asociaciones de Agencias) y de la Unión Nacional de Agencias de Viajes (la decana de las Asociaciones del Sector).

La renovación del modelo, aunque no tanto de sus participantes, es cada vez más visible en unos eventos que habían agotado sus formatos tradicionales. En ambos casos se potencian, simultáneamente, una sesión intensa de trabajo (media jornada) y el conocimiento del destino (a modo de *fam tryp*).

Especial mención merece el cambio y mejora constante de modelo impulsado por UNAV a su gran Congreso de Turismo, que ha reunido a tres centenares de agentes con los proveedores en Segovia. Tras las intervenciones de rigor, a cargo tanto del presidente Carlos Garrido de la Cierva como del presidente y diputada de Turismo de la Diputación Provincial de Segovia y del alcalde y concejala de Turismo del Ayuntamiento de Segovia, el Congreso de UNAV estrenó un formato sin precedentes en las grandes citas del Sector. Haciendo alarde de innovación y tecnología, cada sesión se abrió con intervenciones en vídeo y presentaciones a cargo del director de ventas de Iberia, Guillermo González Vallina; los directores comerciales de Amadeus y Beroni, David Vidal y Ingrid Graells; el director general de Movelia, Santiago Vallejo; y el director de Travelport, Fred Lindgren. Y tras la presentación, cinco intervenciones, que concitaron el interés de los agentes.

El Congreso de Turismo de UNAV es la referencia dominante del Sector por el dinamismo e innovación de los que hace gala y que bien merecería contar con más jóvenes agentes, por el interés de su contenido

El secretario general de la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM-CEOE), Miguel Garrido, realizó una atinada aproximación a las claves del éxito para la transformación sectorial. El CEO de Pangea, David Hernández, reveló la estrategia de las macroagencias y

adelantó cómo será la tienda del futuro. El CEO de Minube.com, Raúl Jiménez, tras reconocer su error al vaticinar el fin de las agencias, adelantó las actuales tendencias en la demanda de viajes. El CEO de Smatvel, Íñigo Valenzuela, trató las tecnologías aplicadas a la agencia. El fundador de Big Blue, Juan Carlos Iglesias, diseccionó la problemática de captar y fidelizar clientes en el Sector. Y el presidente de los *travel managers* (AEGVE), Antonio Perea, tratando a las

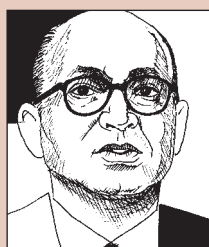
claras las singularidades de los clientes corporativos. La presentación del ObservaTur de UNAV y una mesa redonda con tres clientes *millennials* debatiendo con los directores generales de Viajes Carrefour, TourMundial, AON e InterMundial, completó una sesión de trabajo con un excepcional nivel de excelencia organizativa y de contenidos. Un hito congresual que bien merece la enhorabuena a UNAV, a su presidente Carlos Garrido y al vicepresidente ejecutivo, José L. Méndez, y su equipo.

Felicitación que es de justicia extender al equipo de CEAV, que dirige Mercedes Tejero, por las modélicas Jornadas Técnicas de Isla Terceira, en las que faltó su presidente Rafael Gallego (que ha tenido un nuevo hijo). Sólo falta atraer a los agentes jóvenes a estos eventos.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Jesús Nuño

El presidente del Grupo El Corte Inglés ha renovado su compromiso con el Sector en una carta a los agentes participantes del Congreso de UNAV, cuyo contenido ha sido comentado muy positivamente. Nuño, que preside también Viajes El



Corte Inglés y fue vicepresidente de UNAV, asegura que las agencias de viajes "tienen futuro, y mucho", y apuesta por la profesionalidad de los agentes y la ventaja competitiva que supone su privilegiado conocimiento del cliente.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / GOBIERNO

El vodevil del Imserso

La desesperante lentitud del Gobierno y del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social en la aprobación del concurso del Imserso para los viajes de nuestros mayores, se ha complicado con la no menos lenta gestión del concurso.

Un ejercicio de incompetencia que obligará a los adjudicatarios a volar, literalmente, para tener preparados los programas en tiempo y forma.

Cuestión aparte es si la adjudicación de los lotes recaerá en los dos actuales concesionarios (que ya cuentan con experiencia organizativa probada), o se incluirá un tercer actor, que podría acabar en fiasco, a la vista de lo ocurrido con el estreno de la UTE liderada por Iberia en el anterior concurso. Estrenarse en un programa tan complejo y con tan poco tiempo es jugársela o, lo que es peor, poner en riesgo el futuro de los viajes del Imserso.

Especial preocupación genera entre los agentes las malas prácticas del aspirante, que ha remitido a las agencias un contrato ofreciendo condiciones especiales para la venta de un producto que todavía no tiene... con la amenaza nada velada de que, si no firman ya, serán penalizados en el futuro.

Esta mala praxis, más propia de depredadores que de competidores, genera fundadas dudas entre muchos agentes de viajes sobre la agresiva política comercial de quien pretende vender la piel del oso antes de cazarlo y de una manera tan heterodoxa.

No se puede jugar con los hoteles (y la apertura de establecimientos), aerolíneas (y las rutas domésticas), agencias (y su remuneración). Pero menos aún con los viajes de nuestros mayores.

Existe una gran confusión entre las agencias que está provocando numerosos cambios de Grupo / Creo que va a cambiar el panorama a medio plazo porque hay situaciones insostenibles / La tendencia de algunos Grupos de gestión es convertir las herramientas tecnológicas en un modelo de proveedor único / Cybas nos parecía la opción más interesante

«Nuestro proyecto pasa por hacer un Grupo de gestión grande y homogéneo»

Juan José Oliván / Presidente de Airmet

En septiembre de 2018 Airmet acordaba la entrada en su accionariado de IAG7 Viajes, que busca con esta operación reforzar su estrategia de crecimiento y su posicionamiento en el Sector Turístico. El Grupo comercial daba luz verde a su propuesta para comprar el 50% de las acciones después de haber descartado otras opciones de empresas interesadas en dicha participación. Más de seis meses después de dicha operación, la empresa que preside Juan José Oliván anuncia la adquisición de Cybas, lo que le permite superar la cifra de 700 puntos de venta.

P.- Qué balance hace de estos primeros meses desde la entrada de IAG7 Viajes como socio de Airmet?

R.- Pues en primer lugar hay que indicar que los temores que siempre produce la entrada de un nuevo socio se han disipado totalmente, pues nos deja funcionar con total libertad. Y por otra parte, ya estamos colaborando estrechamente en los nuevos proyectos que esperamos que vean la luz durante este año.

P.- ¿La incorporación de IAG7 Viajes al capital de Airmet beneficia a las agencias asociadas?

R.- Yo creo que ya se están viendo algunos resultados. Hemos incorporado nuevos servicios y se está dando un impulso a proyectos que por nosotros mismos tardaríamos más en darle salida.

P.- Recientemente se ha producido la adquisición de Cybas. ¿Qué objetivos persiguen con esta operación?

R.- Nuestro proyecto pasa por hacer un Grupo de gestión grande y homogéneo. Cybas nos parecía la opción más interesante porque comparte nuestra filosofía de independencia y servicio a las agencias de viajes como los valores fundamentales.

P.- ¿Está afectando a Airmet la guerra actual que existe entre los Grupos de gestión?

R.- Evidentemente, pues existe una gran confusión entre las agencias, lo que está provocando numerosos cambios de Grupo. Algunas están comprando el discurso de la comodidad que proporcionan determinadas herramientas y supuestos servicios, a costa de sacrificar su rentabilidad, lo que a mi modo de ver es un grave error que a medio plazo les pasará factura. Lo que hace sobrevivir a una empresa es que ésta sea rentable.

P.- Dice que este tipo de estrategias comerciales les pasará factura. ¿Cree que habrá más cierres a corto o medio plazo de Grupos de gestión competidores?

R.- El tema de la rentabilidad afecta a cualquier tipo de empresa, tanto agencias como a Grupos de gestión. Y sí creo que va a cambiar el panorama a medio plazo porque algunas situaciones son insostenibles. Se está atomizando tanto el Sector en este aspecto que va a hacer inviable la continuidad de algunos.

P.- ¿Y qué está haciendo Airmet ante todo esto?

R.- Seguir trabajando en nuestros principales objetivos, que son conseguir más rentabilidad, mejor atención comercial en el día a día y mejorar la asesoría jurídica que va a ser determinante a partir de ahora. Y todo ello sin abandonar otros aspectos que consideramos que les ayudan en su trabajo como son herramientas tecnológicas, como el actual buscador de hoteles, cruceros, vuelos y los que se van a ir incorporando durante este año. Y una intranet que bajo mi punto de vista es una de las mejores, tanto por diseño y contenido como por el trabajo de mantenimiento diario que hacemos.

P.- Una de sus acciones ha sido mejorar la asesoría jurídica. ¿Se han disparado las consultas a raíz de la entrada en vigor de la nueva Ley de Viajes Combinados?

R.- Efectivamente, el número de consultas sobre el tema se ha disparado debido a que ha generado una gran incertidumbre en el Sector y está requiriendo de un gran esfuerzo de explicación por nuestra parte. Por eso estamos realizando

reuniones zonales para explicar y debatir con nuestras agencias sobre este asunto y así poder ir aclarando todas las dudas de una manera cercana y sencilla.

P.- ¿No cree que ha sido todo un despropósito el modo en el que se ha aprobado este cambio normativo?

R.- Todos sabemos que la Directiva UE 2015/2302 de 25 de noviembre de 2015 debería haber sido incorporada al ordenamiento jurídico español desde hace casi un año, pero no entró en vigor hasta el final del pasado diciembre, por lo que la base de partida ya es un des-



propósito pues como siempre llegamos tarde y mal. Ahora nos toca ir improvisando a medida que se vayan presentando las situaciones. Pero es la eterna historia de la poca consideración que los diferentes Gobiernos le dan a nuestro Sector.

P.- Hablando de herramientas tecnológicas, ¿qué es lo que diferencia unas de otras?

R.- La tendencia de algunos Grupos de gestión es convertir esas herramientas en un modelo de proveedor único, lo que hace que en realidad se conviertan en un mayorista más, por lo tanto son ellos los

que marcan las reglas de negocio sin ningún tipo de elección para la agencia. Nuestro modelo, sin embargo, es multiproveedor, salvo en aquellos casos que no se pueda por cuestiones legales. Es decir, la agencia elige libremente en cada caso con qué proveedor hace la reserva. Con este modelo se consigue la neutralidad por nuestra parte porque los precios vienen directos del proveedor sin más intermediación, garantizando que siempre se muestre la mejor tarifa.

P.- Algunos Grupos de gestión ofrecen páginas de venta online a sus agencias asociadas, aunque reconocen que la venta por este canal es marginal. ¿Tiene Airmet alguna alternativa a esto?

R.- Actualmente tenemos un modelo de página, pero atendiendo a la demanda de algunas de nuestras agencias. En breve podremos a disposición de todas ellas un nuevo modelo que creo va a suponer una mejora importante y estará a la altura de lo que demandan hoy en día los clientes.

P.- ¿Una pequeña agencia de viajes independiente tiene alguna posibilidad de cerrar ventas a través de una página web propia?

R.- Esto depende mucho de la visibilidad que tenga su web y del tipo de productos que ofrezca. Mi opinión personal es que se requiere de una inversión en tecnología y posicionamiento que esta fuera del alcance de la mayoría de ellas.

P.- ¿No cree que es un error por parte de las agencias de viajes independientes dar tanta importancia al hecho de contar con una web que permita efectuar reservas?

R.- Tal como demuestran los estudios realizados en este sentido, creo que es vital que cada empresa defina la importancia y la utilidad que quiere otorgarle, manteniendo su enfoque en los aspectos esenciales de atención al cliente que requiere siempre una agencia de calle.

P.- ¿Qué otros objetivos se han marcado para este año?

R.- Algunos que ya estamos empezando a poner en práctica, como son el aumento de los viajes de formación en colaboración con los proveedores, nuevos módulos de nuestra plataforma Travelmet, más acciones de marketing de cara al cliente final, potenciar el uso de las redes sociales con el fin de captar clientes para las agencias, nuevos acuerdos comerciales, cambios en la intranet y algunos que por el momento no puedo revelar. Por otra parte, este año se cumple nuestro 20 aniversario y tendremos alguna sorpresa.

P.- Muchos expertos prevén una ralentización del consumo turístico este 2019. ¿Qué opina al respecto?

R.- Estamos ante un año con muchas incertidumbres tanto a nivel nacional por la situación política como por la nueva coyuntura económica que se avecina, por lo que todo parece indicar que así será.

Los temores que siempre produce la entrada de un nuevo socio se han disipado totalmente

Estamos ante un año con incertidumbres por la situación política y la nueva coyuntura

En breve tendremos un nuevo modelo de 'web'

Actualmente tenemos un modelo de página web, pero atendiendo a la demanda de algunas de nuestras agencias. En breve podremos a disposición de todas ellas un nuevo modelo que creo va a suponer una mejora importante y estará a la altura de lo que demandan hoy en día los clientes.

Mi opinión personal es que se requiere de una inversión en tecnología y posicionamiento que esta fuera del alcance de la mayoría de ellas. Tal como demuestran los estudios realizados, creo que es vital que cada empresa defina la importancia y la utilidad que quiere otorgarle al hecho de disponer de un 'portal', manteniendo su enfoque en los aspectos esenciales de atención al cliente que requiere siempre una agencia de calle.



© JUAN JOSÉ OLIVÁN

La tendencia de algunos Grupos de gestión es convertir

las herramientas tecnológicas en un modelo de proveedor único, lo que hace que en realidad se conviertan en un mayorista más, por lo tanto son ellos los que marcan las reglas de negocio sin ningún tipo de elección para la agencia de viajes. Nuestro modelo, sin embargo, es de multiproveedor.

ESPECIAL CIRCUITOS POR EL MUNDO



SALIDAS GARANTIZADAS MÍNIMO 2 PERSONAS

VUELOS INCLUIDOS

GALICIA "MINICRUCERO COSTERO POR LAS RÍAS"

Isla de Salvora y Ribeira > Isla de la Toja > Isla de Arousa y Boiro > Santiago de Compostela > Islas Ons y Bueu > Pontevedra y Combarro > Isla de San Simón y Cíes

7 días / 6 noches

**Complejo Nuevo
Astur Spa 3*** en Sanxenxo
536€ MP

Incluye: Crucero con almuerzo a bordo del 2º al 6º día. Visitas y entradas según itinerario.

BERLÍN - PRAGA - CESHY - KRUMLOV Y VIENA

8 días / 7 noches

Hoteles 4*
969€

Incluye: 7 desayunos y 2 cenas. Visitas y excursiones con guía de habla hispana.

DISCOVER BULGARIA

Sofía > Plovdiv > Veliko Tarnovo

8 días / 7 noches

Hoteles 3*, 4* y 5*
1.050€

Incluye: 7 desayunos, 6 almuerzos y 7 cenas. Visitas y excursiones con guía de habla hispana.

TOSCANA "GOLD": ARTE Y GASTRONOMÍA

Florence > Pisa > Lucca > Siena > San Gimignano

6 días / 5 noches

Hotel 4* en Florencia
1.390€

CIRCUITO EXCLUSIVO

Incluye: 5 desayunos y 4 almuerzos gastronómicos. Visitas y excursiones con guía de habla hispana, destacando los Museos de la Accademia y los Uffizi. Grupo reducido.

LAPONIA, CABO NORTE E ISLAS LOFOTEN

Rovaniemi > Kiruna > Svalbard > Harstad > Tromsø > Kamøyvaer > Saariselkä

9 días / 8 noches

Hoteles 3* y 4*
1.656€

Incluye: 8 desayunos, 1 almuerzo y 4 cenas. Visitas y excursiones con guía bilingüe, incluyendo español.

CIRCUITO TAILANDÉS

Bangkok > Kanchanaburi > Ayutthaya > Sukhotai > Chiang Rai > Chiang Mai

11 días / 8 noches

Hoteles Primera y Turista Superior
1.555€

Incluye: 8 desayunos y 5 almuerzos. Visitas y excursiones con guía local acompañante de habla hispana durante el circuito.

CEYLAN (SRI LANKA)

Colombo > Habarana > Nuwara Eliya > Kandy > Tissamaharama > Waskaduwa

11 días / 8 noches

Hoteles Primera
1.985€

Incluye: 8 desayunos, 7 almuerzos y 7 cenas. Visitas con guía de habla hispana.

CANADÁ: EXTRAORDINARIO ESTE

Montreal > Quebec > Ottawa > Toronto

11 días / 9 noches

Hoteles 3* y 4*
2.190€

Incluye: 9 desayunos. Visitas con guía bilingüe, incluyendo español, y crucero en Charlevoix, la zona de las Mil Islas y en las Cataratas del Niágara.

Hasta
12%
de descuento

Reservas hasta
el 30 de abril

Precios "desde" por persona y estancia en habitación doble y régimen indicado válidos para determinadas fechas hasta diciembre 2019, reservando hasta el 30 de abril. Incluye: vuelos desde Madrid, tasas aéreas y traslados. Hasta 12% de descuento (excepto tasas y visados), ya aplicado en los precios: consulta condiciones. Establecimientos previstos o similares. Bebidas no incluidas en los circuitos. Circuito de Galicia no incluye vuelos. Circuito Toscana Gold: salidas garantizadas, mínimo 6 personas. Consulta condiciones. Plazas limitadas. MP: media pensión. Tourmundial Operadores, S.A. C.I.C.M.A. 1812

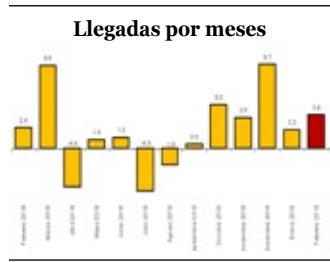


tourmundial.es

ESCAPARATE

Un 4% más de turistas en España en febrero

En febrero la cifra de turistas extranjeros que han visitado el destino España ha registrado un incremento del 3,8%. Según el informe Frontur que se realiza cada mes un total de 4,4 millones. **Pag 32**



El gasto en 'paquetes' crece más de un 9%

Los residentes en España han destinado 4.381,3 millones de euros en 2018, un 9,2% más, a sus viajes organizados. El gasto en 'paquetes' al extranjero crecen un 9,7%, hasta los 3.029,2 millones. **Pag 12**



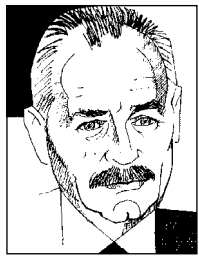
El tráfico aéreo aumenta más de un 5% en febrero

El tráfico aéreo mundial ha experimentado en febrero un aumento interanual del 5,3%. Es el crecimiento más moderado de los últimos 12 meses, según la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA). **Pag 12**

PRONTUARIO

¿Tenemos un plan B?

TODOS NOS ALEGRAMOS que el sector de la industria de reuniones vaya bien. Las impresionantes y gratificantes cifras de resultados que presentan entidades de la importancia de la Feria de Madrid, la Fira y algunos destacados centros de congresos y convenciones españoles, ya no sólo en su lectura económica sino en la de participación, nos llena de orgullo y satisfacción.



CLAUDIO MEFFERT

Es más, tanto Feria de Madrid como la Fira se han hecho cargo de importantes centros de congresos que estoy seguro que con su demostrada experiencia y profesionalidad tendrán un gran futuro. Hasta aquí las felicitaciones. Y son totalmente sinceras.

Ahora bien, no es mi estilo ser *pájaro de mal agüero*, pero todos sabemos que nuestro sector, como casi todos los sectores de otras actividades, sufre vaivenes. Que los resultados son dientes de serrucho, que desgraciadamente no son regulares. Es más, varias veces nos han dado un susto de muerte. Los magníficos resultados de hoy, no deben llevarnos a la complacencia y tranquilidad. La mal llamada consolidación siempre es parcial y nunca definitiva. Cuando las cosas van bien lo que parece que hacemos es 'levantar pedidos' y en contraposición casi nos olvidamos de cómo vender.

Es verdad que los factores externos nos suelen beneficiar. Tenemos una bien ganada reputación de profesionalidad, servicios e infraestructuras. Pero el prescriptor y el cliente no nos pertenecen. El plan B no es una quimera, es una realidad tan o más importante que el A. En consecuencia, no debemos bajar la guardia nunca.

Claudio Meffert es miembro del Consejo asesor de NEXOTUR.

Pedro Sánchez niega que el destino España haya crecido 'por incertidumbres ajenas'

El presidente del Gobierno aboga en la Cumbre de WTTC por impulsar el Turismo rural

La cumbre mundial del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), que se ha celebrado en Sevilla los días 3 y 4 de abril

ha reunido a unos 1.650 delegados de alto nivel procedentes de todo el mundo. En el encuentro el presidente del Gobierno, Pedro

Sánchez, ha subrayado la necesidad de impulsar un Turismo sostenible desde el punto de vista ambiental, cultural y social.

El presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, ha aprovechado su presencia en la Cumbre del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), que se celebra en Sevilla, para poner en valor la importancia del Turismo español. Según ha expresado, considera un orgullo presidir el Ejecutivo de "uno de los países más tolerantes del mundo", una realidad que "se debe en gran medida a que somos, también, la primera potencia turística mundial".

También recuerda que en 2018 España batió todos los récords en número de visitantes internacionales (82,6 millones), con un aumento del 0,9% respecto a 2017, y un gasto de casi 90.000 millones de euros, un 3,1% más que el año anterior. Además, asegura que se trata de un crecimiento logrado "por méritos propios y no por incertidumbres ajenas", obviando así la indudable repercusión positiva que ha tenido la inestabilidad de países competidores. Según un estudio de CaixaBank Research, la situación geopolítica del Norte de África y

Oriente Próximo supuso el desvío en 2017 de alrededor de 3,5 millones de turistas hacia nuestro país.

Revalidar el éxito en 2019

Por otro lado, Sánchez alienta a revalidar el éxito en 2019, el "año de consolidación", en el que apuesta por "afrontar los desafíos presentes", como la innovación continua, la apertura de nuevos destinos, la sostenibilidad, la desestacionalización y la creación de empleo estable y de calidad. En este sentido, apela a la necesidad de impulsar el Turismo rural, un ámbito con gran potencial y que representa una "gran oportunidad de futuro" para luchar contra la despoblación.

En su intervención, también ha subrayado la necesidad de impulsar un Turismo sostenible desde el punto de vista ambiental, cultural y social, y ha remarcado que el Sector Turístico ha de ser un actor fundamental para cohesionar social y territorialmente los países y las sociedades. También ensalza el valor del Turismo

como fuente de progreso humano, tolerancia y solidaridad frente a "los muros y repliegues", asegurando que representa una forma de entender y de mirar el mundo que hoy está puesta en cuestión.

En el acto inaugural de la cumbre, en la que el invitado estrella ha sido el expresidente de Estados Unidos, Barack Obama, la presidenta y CEO de WTTC, Gloria Guevara, ha incidido en que los "desafíos importantes" a los que se enfrenta el mundo "requieren una acción global coordinada, un comportamiento de cambio y más colaboración". "Si no trabajamos en nuestro futuro, las predicciones de crecimiento podrían no materializarse, afectando a millones de empleos y avanzando hacia los objetivos de desarrollo sostenible", advierte.

"El año pasado vimos 1.400 millones de llegadas internacionales y 4.400 millones de personas volando por todo el mundo", mientras que "teniendo solamente en cuenta el Turismo nacional, hubo 7.000 millones de viajes solo el año pasado, y esto es sólo el comienzo", remarca.



El presidente del Gobierno, Pedro Sánchez.

Así, avanza que "durante la próxima década, nuestro sector generará 100 millones de empleos adicionales, lo que significa que uno de cada cuatro nuevos puestos de trabajo creados serán gracias a viajes y Turismo". "Nuestro Sector es realmente el mejor socio para que los gobiernos generen crecimiento económico, creen empleos y reduzcan la pobreza, pero no podemos tomar un desempeño histórico sólido y pronósticos positivos como un hecho", sentencia.

Aurelio Vázquez abandona Iberostar después de más de 20 años en el grupo

Según afirma el todavía COO, toma esta decisión para emprender nuevos retos profesionales y personales

Iberostar pierde a un histórico del Sector. Aurelio Vázquez anuncia su salida tras más de 20 años en el grupo. El todavía COO toma esta decisión para emprender nuevos retos profesionales y personales.

El actual director de operaciones (COO) de Iberostar, Aurelio Vázquez, anuncia su marcha de la empresa para emprender nuevos retos profesionales y personales. Tras una trayectoria de más de dos décadas, la empresa presidida por Miquel Fluxá

le agradece "su extraordinaria aportación a la construcción de la realidad que es hoy el grupo".

Agradecimiento a Fluxá

"No tengo más que palabras de agradecimiento para la familia Fluxá por la confianza que en mí han depositado, lo que me ha permitido desarrollar una fructífera y apasionante carrera profesional dentro del grupo", señala Vázquez, quien da

las gracias "a todas las personas y equipos que me han acompañado en esta trayectoria, sin los que nada de lo realizado hubiera sido posible".

También agradece "la colaboración de todas las organizaciones empresariales, sindicales, medios de comunicación, partidos políticos y miembros de las diferentes administraciones con los que he tenido oportunidad de trabajar durante mi etapa al frente de las patronales hoteleras de España".



El actual director de operaciones de Iberostar, Aurelio Vázquez.

Los grandes partidos políticos dedican poca o nula relevancia al Turismo en sus programas electorales

Solo el Partido Popular parece tomarse en serio al Sector, mientras que Vox no incluye una sola medida

El Turismo vuelve a jugar un papel secundario, e incluso marginal en determinados casos, en los programas electorales de los grandes partidos que concurren a las

elecciones generales del próximo 28 de abril. A pesar de su contribución decisiva a la economía española, con un peso en el Producto Interior Bruto (PIB) cercano al 12% y un

porcentaje todavía más elevado en términos de empleo, la mayoría de fuerzas políticas, con la única excepción del Partido Popular, dedican unas pocas líneas al Sector.

El caso más llamativo es el de Vox, que en su documento '100 medidas para la España viva' ni si quiera llega a mencionar la palabra Turismo. Todo lo contrario sucede con el Partido Popular, cuyo programa recoge toda una batería de medidas específicas para la industria del Turismo.

La formación liderada por Pablo Casado se compromete a impulsar una Ley de Turismo que armonice las normas que afectan al Sector y sea capaz de vertebrar su crecimiento en un escenario competitivo y cambiante; eliminar las tasas dirigidas a gravar específicamente la actividad turística; trasladar una imagen positiva del Turismo; reforzar con planes especiales la seguridad en las áreas de gran presencia turística; e impulsar la formación para poder dar respuesta a las necesidades del cliente.

En materia fiscal, el Partido Popular aboga por mejorar las

condiciones de la devolución del IVA a turistas extracomunitarios para promocionar a España como destino de compras y fomentar el gasto en el comercio nacional, así como incentivar fiscalmente el empleo de jóvenes que realicen actividades profesionales y empresariales turísticas en zonas rurales. Por otro lado, propone apoyar la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, además de la puesta en marcha del segundo plan de Destinos Turísticos Inteligentes. Otras de sus propuestas son impulsar las zonas comerciales, ampliando la libertad de horario, potenciar una mayor distribución de los beneficios del Turismo y apoyar a Paradores.

El Partido Socialista Obrero Español (PSOE), que según las encuestas podría ser el más votado, se compromete a aprobar una Estrategia de Turismo sostenible 2030 con

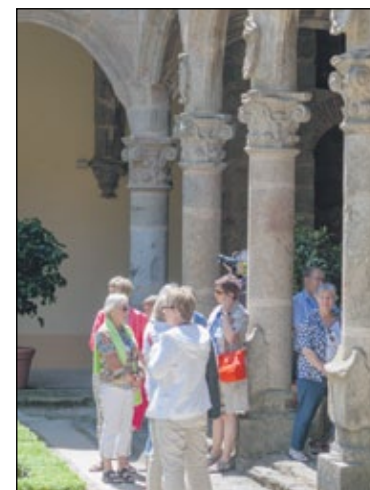
el objetivo de reforzar la posición del Sector en España basado en la sostenibilidad y en la implementación de la inteligencia turística y la digitalización. "Apostaremos por una política de rehabilitación y valorización de los destinos turísticos pioneros, que ayude a mantener su competitividad y atractivo, bajo un nuevo paradigma de sostenibilidad y de calidad", apunta. Por otro lado, dentro del Plan para el Mundo Rural, pretende promover el Turismo sostenible del interior como palanca de ingresos para luchar contra la despoblación.

Un plan estratégico

El programa de Ciudadanos, por su parte, incluye el compromiso de elaborar un Plan Estratégico de Turismo para captar nuevos segmentos del mercado. "Debemos ampliar la oferta y la promoción a países que hasta ahora no estaban

en nuestro punto de mira con campañas ajustadas al perfil del turista potencial", sugiere, al tiempo que aboga por "modernizar la oferta de servicios y potenciar la estructura de TurEspaña como escaparate nacional de captación de turistas". La formación naranja también se compromete a crear la Agencia para la Promoción del Sector Agroalimentario y el Turismo que gestione los fondos europeos que se destinan a España para promoción agroalimentaria.

Por último, llama la atención que una de las propuestas estrella de Podemos sea la creación de un sello de calidad turística, cuando la 'Q' de Calidad Turística, todo un referente a nivel nacional e internacional, lleva casi dos décadas cumpliendo esta función. Además de esta propuesta, el partido que lidera Pablo Iglesias también se fija como objetivo "poner coto



El Turismo supone cerca del 12% del PIB.

a la excesiva proliferación de pisos turísticos para recuperar la habitabilidad de nuestros barrios y avanzar hacia un modelo de Turismo sostenible".

Creemos que hay dos maneras de encontrar el mejor seguro de viaje



Una difícil



Y una fácil



Desde Aon queremos ponértelo fácil, por eso hemos renovado nuestra plataforma Aon Agencias.

Ahora puedes disfrutar de una herramienta más rápida, más intuitiva y más sencilla, donde podrás encontrar los mejores seguros de viaje para tus clientes.

Exclusiva para agencias, exclusiva para ti.

No te compliques y entra en www.aonagencias.es

Teléfono Booking: 900 373 875

E-mail: booking.seguros@aon.es

Aon Gil y Carvajal S.A.U. Correduría de Seguros, con domicilio social en Madrid, Edificio Torre Rioja, calle Rosario Pino, nº 14-16, C.P. 28020. C.I.F. A-28109247. Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid al Tomo 15.321, Folio 133, M-19.857. Inscrita en el Registro Especial de Mediadores de Seguros y Corredores de Reaseguros de la Dirección General de Seguros con la clave J-107 (Correduría de Seguros) y RJ-0033 (Correduría de Reaseguros). Capacidad financiera y Seguro de Responsabilidad Civil concertado según lo previsto en la Ley 26/2006, de 17 de Julio.

AON
Empower Results®

Renfe cierra 2018 con un 59% más de beneficio

Renfe ha finalizado 2018 con un beneficio de 111,4 millones de euros, un 59% más que el año anterior. Así, acumula ya dos años consecutivos de beneficios sin extraordinarios. La principal causa de este nuevo incremento reside en el aumento de los ingresos por las ventas de títulos de transporte de viajeros. Este año ha superado de nuevo la cifra de los 500 millones de viajes.

Alianza de Globalia e Israel en materia de innovación

Globalia suscribe un acuerdo de cooperación con el Gobierno de Israel en materia de innovación. Mediante esta alianza se promueve la creación de proyectos colaborativos que redunden en la transformación de la industria turística. Establece la metodología que llevarán a cabo para favorecer y apoyar el desarrollo de proyectos I+D+i y *startups* israelíes.

Air Nostrum califica de excesiva la huelga del Sepla

Air Nostrum considera desproporcionada la huelga convocada por el Sindicato Español de Pilotos de Líneas Aéreas (Sepla) para los días 15, 16, 17, 22, 23 y 24 de abril por el incremento en el desvío de la producción de Air Nostrum. "Tomar como rehenes a los pasajeros es una estrategia inaceptable", subraya el presidente de Air Nostrum, Carlos Bertomeu.

Costa y Europ Assistance renuevan su alianza

Costa Cruceiros renueva por tres años su alianza con Europ Assistance para garantizar las coberturas en sus cruceros. El acuerdo, de carácter internacional y firmado por primera vez en 2016, ha permitido asegurarse a más de un millón de pasajeros. En esta etapa, los clientes de la crucerista seguirán contando con el Seguro de Reserva Anticipada y la cobertura Multirriesgo Básica.

El futuro de la agencia tradicional está asegurado como se ha puesto de relieve en el Congreso de UNAV

La omnicanalidad y el servicio al cliente, cuestiones clave en el encuentro del Sector

El XXII Congreso de Turismo de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), que ha congregado a más de 200 personas en Segovia, ha puesto de manifiesto que el Sector coincide en

que la agencia convencional tiene un gran futuro por delante, siempre y cuando aproveche sus fortalezas y siga invirtiendo en materia de innovación. Entre otros temas, en el encuentro

se han analizado las ventajas competitivas de la agencia física, buscando fórmulas que contribuyan a garantizar su continuidad en un negocio con cada vez más competencia.

Empresarios, directivos y emprendedores coinciden en que la agencia de viajes convencional tiene un gran futuro por delante, siempre y cuando aproveche sus fortalezas y siga invirtiendo en materia de innovación. Así lo han puesto de manifiesto en las jornadas de trabajo del XXII Congreso de Turismo de UNAV, que ha congregado a más de 200 personas en la ciudad de Segovia. En las charlas temáticas se han analizado las ventajas competitivas de la agencia física, buscando fórmulas que contribuyan a garantizar su continuidad en un negocio con cada vez más competencia tanto por la llegada de nuevos actores como la creciente apuesta de los proveedores por la venta directa.

Para el fundador y CEO de Pangea, David Hernández, "el futuro pasa por la omnicanalidad". A su juicio, "las tiendas físicas tienen que cambiar", apostando por "una evolución basada en cuatro pilares: experiencia de compra única, producto de calidad, trato al cliente y precios competitivos". De todos ellos, dedica especial relevancia al trato personalizado y cercano del agente de viajes, que "en determinados productos es imbatible" gracias a que ofrece al cliente "seguridad, confianza y garantías", entre otras cuestiones.

El fundador y CEO de Minube, Raúl Jiménez, pide disculpas por que en el pasado predijo que "las agencias de viajes iban a morir y, pasados los años, estáis más vivas que nunca". En su opinión, la gran ventaja que tienen los agentes es "el contacto directo con los clientes", algo que "les hace únicos". También sugiere que la agencia convencional debe satisfacer a un consumidor que "demanda una experiencia de completa, de inicio a fin". "No solo os tenéis que centrar en la reserva", sino que "una agencia puede ayudar al viajero en la selección del destino", subraya.

Otra de las recomendaciones, en este caso del fundador y CEO de Smartvel, Iñigo Valenzuela, es que las agencias "estén juntas y cooperen como si fuesen una única empresa" para hacer frente de forma

más eficaz a los próximos cambios, como por ejemplo la nueva Ley de Viajes Combinados, la subida de avales o las imposiciones de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA). Pese a reconocer que el canal convencional ha sufrido en la última década, incide en que "las agencias son un ejemplo de supervivencia". "Habéis aguantado fenomenal", prosigue.

Palabras de Jesús Nuño

Por su parte, el cofundador de Big Blue Analytics, Juan Carlos Iglesias, explica que "el cliente, pese a estar más informado, también se encuentra más desorientado". "Ahí hay un trabajo importantísimo; tenemos que ayudarles e invertir en

ellos", sugiere. Lo mismo opina el secretario general de CEIM, Miguel Garrido, para quien "el exceso de información a veces conduce a la desinformación". Asimismo, resalta que "los cambios estructurales han llegado para quedarse", por lo que resulta fundamental "la transformación de nuestros negocios".

Al inicio del congreso, Jesús Nuño de la Rosa, durante años director general de Viajes El Corte Inglés y en la actualidad presidente de este grupo, dirigió una carta a todos los asistentes con dos mensajes principales: las agencias tienen futuro y mucho y que la tecnología es muy importante, sí, pero siempre sustentada en los valores que han caracterizado las agencias de viajes.



El XXII Congreso de Turismo de UNAV se ha celebrado en Segovia.

Los 'millennials' perciben que las agencias de viajes son cara y poco flexible

Para viajes más complejos no quieren 'sorpresas' y las agencias ofrecen 'más seguridad'

Además de las charlas temáticas, otra de las novedades de las jornadas técnicas ha sido la mesa redonda entre directivos de grandes empresas del Sector y tres exponentes de la generación *millennial*. Durante la misma se ha podido comprobar que aunque los jóvenes reconocen la profesionalidad de las agencias físicas, así como de la seguridad que ofrecen al consumidor, la comodidad, inmediatez y el precio del canal *online* son razones de peso para seguir contratando a través de Internet.

Así, moderados por la abogada de UNAV-Legal Deium, Mª Dolores Serrano, y en un clima distendido, los portavoces sectoriales el director general Tourmundial, Luis López Hita; el CEO de Intermundial, Manuel López; el director general Carrefour Viajes, David Villarino; y la directora del Departamento Turismo de Aon, Katia Estace, intercambiaron puntos de

vista con los miembros de uno de los grupos de población de los que más se ha hablado últimamente, representados en el Congreso por la estudiante de Cordon Bleu, Andrea Fernández; el *strategy & innovation manager* MKTG, Jaime Vallejo, y la ejecutiva de Acción y Comunicación, Marina Cascón.

Generación superconectada

Según se puso de manifiesto, los *millennials* son una generación súperconectada, que se inspira en un "mogollón" de 'portales', que viaja siempre que tiene oportunidad (con los padres también), preferentemente a destinos *instagramables* y que son poco amantes de los viajes 'cerrados', pues existe la percepción de que las agencias, además de ser caras, son poco flexibles y otorgan menos libertad.

Todo ello, con matices, pues a la hora de organizar viajes más comple-



Mesa redonda entre directivos y exponentes de la generación 'millennial'.

jos (por ejemplo, viajes a continentes lejanos) no quieren "sorpresas" y las agencias ofrecen "más seguridad". El reto, según han reconocido los representantes sectoriales, es poner en valor la prescripción del profesional y tratar de hacer ver que el trabajo de las agencias sea visible, y que no esté basado únicamente en

los sucesos que puedan acontecer en los viajes. De ahí la importancia no sólo de ser más ágiles y dinámicos, sino también de comunicar con un nuevo tono y estilo. El factor tiempo será asimismo una variable que irá cobrando importancia, conforme los *millennials* vayan teniendo cada vez menos tiempo libre.

Maroto admite que 'quizá se tramitó demasiado rápido' la nueva Ley de Viajes Combinados

La ministra de Industria, Comercio y Turismo confía en que 'se pueda hacer una revisión' de la nueva normativa

Pese a que en la elaboración de la nueva Ley de Viajes Combinados corrió a cargo del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, la ministra de Industria,

Comercio y Turismo, Reyes Maroto, ha reconocido en su intervención en el Congreso de Turismo de UNAV que la nueva Ley de Viajes Combinados, que entró en vigor una

semana después de haber sido aprobada por el Consejo de Ministros, "quizá se tramitó demasiado rápido". Confía en que "se pueda hacer una revisión".

La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, ha reconocido en su intervención en el Congreso de Turismo de UNAV que la nueva Ley de Viajes Combinados, que entró en vigor una semana después de haber sido aprobada por el Consejo de Ministros, "quizá se tramitó demasiado rápido".

Pese a que su departamento no intervino en la elaboración de la nueva normativa (corrió a cargo del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social), da de algún modo la razón a las principales Organizaciones empresariales, que llevan meses denunciando el caos que ha generado la reforma exprés de la legislación.

Lo habitual en estos casos es que exista un periodo transitorio de seis meses. Sin embargo, la amenaza de sanción por parte de la Unión Europea, motivada por el retraso de España en el proceso de

transposición, obligó al Gobierno a llevar a cabo una revisión exprés.

CEAV lo vio 'imprudente'

Como publicó NEXOTUR, CEAV llegó a calificar de "imprudente" que "después de tres años para transponer la Directiva de Viajes Combinados", el Gobierno central "haya exigido a las agencias que la apliquen de forma inmediata", lo cual ha obligado a empresas, Grupos comerciales y Asociaciones a trabajar a destajo para intentar solventar las múltiples dudas de los agentes de viajes españoles.

Más allá de las formas, desde el Sector de agencias de viajes se ha criticado con dureza algunos de los puntos recogidos en la nueva Ley de Viajes Combinados, vigente desde el pasado 28 de diciembre. En relación a esta cuestión, Maroto confía

en que "se pueda hacer una revisión", reconociendo que el cambio normativo "se realizó con el foco puesto en el consumidor". Deja así la puerta abierta a que en el proceso de tramitación parlamentaria de la nueva Ley, que se llevará a cabo una vez se conforme el nuevo Gobierno tras las elecciones del 28 de abril, puedan introducirse cambios.

Como adelantó este periódico, son varios los cambios que cuentan con la oposición rotunda del Sector. Entrando de lleno en las alegaciones presentadas por CEAV antes de su aprobación, lo que más preocupa es la inclusión de una garantía adicional que cubra los incumplimientos contractuales del viaje combinado, que se suma a la garantía de insolvencia financiera.

También supone un gran contratiempo el establecimiento de una responsabilidad solidaria para las agencias de viajes vendedoras



La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto.

y organizadoras del viaje. Otro de los puntos que no convence a la Confederación es la exclusión de las exigencias impuestas por la Unión Europea de aquellos viajes combinados o servicios vinculados "que se faciliten, de manera ocasional y sin ánimo de lucro, únicamente a un grupo limitado de viajeros".

En cuarto lugar, se ha mostrado crítica con la opción de desistimiento que se pretende dar a los consumidores. En concreto, el texto recoge que pueden hacerlo, sin justificación, en un plazo de 14 días desde la formalización del contrato en el caso de viajes contratados fuera del establecimiento mercantil.



1.600 AGENCIAS DE VIAJES EN TODO DEL MUNDO

GEACENTRAL@GRUPOGEA.COM

952376655

APORTAMOS BENEFICIOS

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

Gastan un 14% más los turistas de larga distancia

Los ingresos por compras de turistas de larga distancia crecen un 14% en el primer trimestre de 2019, según el Barómetro del Turismo de Compras de Global Blue. Esto quiere decir que cuanto más lejos de su país se encuentra un turista, más gasta. El país que más ingresos aporta a las arcas españolas en el primer trimestre ha sido China, que ocupa el 36% del total.

Airmetforma sobre la Ley de Viajes Combinados

Airmet prosigue con la labor de formación de sus agencias. El Grupo de gestión, que congregó el pasado febrero a sus agencias en Madrid, ha organizado dos nuevos seminarios presenciales para abordar los cambios más relevantes incluidos en la nueva Ley de Viajes Combinados, el 23 de marzo en Antequera y el 30 de marzo en Laguardia, ambas localizaciones para cubrir el máximo.

B the travel brand & Catai llega a Valladolid

B the travel brand & Catai, la marca minorista de Ávoris dirigida al segmento *premium*, inaugura su séptima tienda en el territorio español. Ubicada en Valladolid, se trata del espacio más grande que tiene hasta el momento. Ocupa 700 metros cuadrados repartidos en dos plantas para poder acoger un mayor aforo y ofrecer un servicio 360 grados a los viajeros.

Alemania, destino europeo favorito de los españoles

Alemania destaca como el destino preferido por los españoles para hacer Turismo por Europa. Según ha destacado la directora de la Oficina Nacional Alemana de Turismo (ONAT) para España y Portugal, Ulrike Bohnet, el país bávaro ha hospedado a alrededor de tres millones de turistas españoles en 2018. Para 2030, ONAT prevé cuatro millones de pernoctaciones de españoles.

Isabel Oliver: 'En ningún caso se prevé que la fecha de inicio del Imsero se vea afectada'

La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, se compromete a 'agilizar los trámites'

El retraso en la publicación del concurso para gestionar los viajes del Imsero, cuyo inicio estaba previsto para finales de 2018 o las primeras semanas de 2019, no afectará al arranque de las ventas. Así al menos lo asegura, en declaraciones a NEXOTUR la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver. También la ministra de Industria,

Comercio y Turismo, Reyes Maroto, se pronunció sobre esta cuestión en el Congreso de Turismo de UNAV, comprometiéndose a "agilizar los trámites".

El Gobierno intenta tranquilizar a los empresarios turísticos ante la preocupación que está generando el retraso en la publicación de los pliegos del programa de viajes del Imsero. En declaraciones a NEXOTUR, la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, avanza que "se publicarán próximamente", por lo que "en ningún caso se prevé que la fecha de inicio se vea afectada".

También la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, se pronunció sobre esta cuestión en su intervención en el Congreso de Turismo de la Unión de Agencias



Isabel Oliver

de Viajes (UNAV). En su caso, se comprometió ante los profesionales del Sector a "agilizar los trámites", dejando la puerta abierta a mantener una reunión "para tratar de hacer bien las cosas".

Como publicó NEXOTUR, desde el Imsero aseguraron a finales de año que el programa de viajes arrancaría "en tiempo y forma". Si bien los aspirantes a gestionarlo confiaban que el concurso público se iniciase a finales de diciembre o principios de enero, algo que finalmente no ha sucedido. El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

(CEHAT), Juan Molas, una de las voces más críticas con la actuación del Gobierno, ha llegado a advertir que un retraso en la adjudicación "sería letal para el Sector".

Novedades en la licitación

El Consejo de Ministros aprobó el viernes 15 de marzo el acuerdo por el que se autoriza al Imsero a sacar la licitación del programa de Turismo. Por lo tanto, el organismo dependiente del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social debería publicar los pliegos, poniendo así en marcha el concurso para la contratación de los servicios de organización, gestión y ejecución del programa para las temporadas

2019-2020 y 2020-2021, con opción a una prórroga de dos años.

Entrando de lleno en el contenido, una de las novedades es que el programa contempla la reserva del 1% de las plazas subvencionadas al 50% para las personas que tengan recursos económicos iguales o inferiores a las pensiones no contributivas de jubilación o invalidez de la Seguridad Social. Otro de los cambios más relevantes es el incremento del 7% de las plazas de Turismo de interior. El motivo, según explican desde el Ministerio de Sanidad, es que "son las que más demanda tienen". En cambio, las de costas se reducirán un 6%. En total, las plazas programadas serán 900.000 por temporada.

El importe total del contrato roza los 133,4 millones de euros (110,2 millones sin impuestos). De la citada cantidad, 64 millones corresponden al lote 1, que engloba los viajes de costas peninsulares. El presupuesto para el lote 2, correspondiente a los viajes a Canarias y Baleares, asciende a 48 millones. El lote 3, por su parte, contará con 21,2 millones. Mientras tanto, el valor estimado del mismo, en el que se incluye la aportación del Imsero (20,39%) y la de los beneficiarios (79,61%), el periodo inicial, la posible prórroga por otras dos temporadas y las modificaciones previstas en los pliegos, asciende a 1.196,9 millones de euros, IVA excluido.

Avasa evoluciona a Avasa Travel Group y estrena nueva imagen corporativa

La empresa turística busca transmitir 'profesionalidad y modernidad'

Avasa pasa a denominarse Avasa Travel Group y estrena nueva imagen corporativa. Tal y como avanzó a su red de agencias durante la última Convención anual, celebrada en Sitges a principios de marzo, el Grupo comercial ha estado trabajando junto a su agencia de comunicación (DEC-Grupo BBDO) en la renovación de su marca.

Nueva etapa empresarial

Con esta iniciativa, cuyo lanzamiento coincide con el desarrollo de su nueva etapa empresarial basada en innovación, tecnología, comunicación y expansión, la empresa persigue "revitalizar la imagen de marca, transmitiendo profesionalidad y modernidad, dos calificativos que definen a Avasa". "En este escenario el planteamiento era claro: dotar a la marca de un imaginario más fresco y moderno a través de sus distintas aplicaciones gráficas para así construir la marca deseada", prosiguen.



Nuevo logotipo del Grupo comercial en la fachada de una de sus agencias.

Al mismo tiempo, a la marca se le incorpora el concepto 'siempre más lejos', que hace referencia a la trayectoria de 39 años del Grupo de gestión y a los múltiples servicios que ofrece a sus asociados. Otra novedad es la utilización del apéndice 'by Avasa Travel Group' al nombre de aquellas agencias que comparten

la misma identidad corporativa que el grupo. Además, propone a las agencias con identidad propia que lo incluyan. Desde Avasa Travel Group afirman sentirse "muy satisfechos con el resultado" y han anunciado que acompañarán y asesorarán a sus agencias en el proceso de este cambio de imagen.

El grupo Destinia descartó la compra de Muchoviaje

Muchoviaje cambia de manos. La agencia de viajes online propiedad de Gowaii, gestionada por Destinia desde el pasado 1 de enero de 2018, pasará ahora a estar controlada en régimen de alquiler por Ávoris, que además se reserva una opción de compra.

Según explican a NEXOTUR fuentes de Destinia, la desvinculación se produce después de que hayan descartado la adquisición de Muchoviaje. "Se valoró pero no nos interesó", detallan, al tiempo que aclaran que la transición se hará "de la forma más sencilla" para "evitar que el cliente se pueda ver afectado".

Negocios estratégicos

Cabe recordar que en el momento del anuncio del acuerdo con Destinia, el CEO de Gowaii, Javier Díaz, ya dejó claro que su plan pasaba por focalizar sus esfuerzos en otras líneas de negocio. "Dentro del cambio hacia una gestión más horizontal que estamos implementando, con este



Ávoris la tendrá en alquiler.

acuerdo la compañía se centra en poner más el foco en sus negocios estratégicos para asegurar su crecimiento", subrayó.

Con esta operación, Ávoris prosigue con su ambicioso plan de expansión a la vez que su matriz, el grupo Barceló, busca posibles compradores de la división. Cabe recordar que en los últimos años ha adquirido marcas de la talla de Catai, Special Tours, Serhs, Latitudes y Halcón Viagens, entre otras operaciones.

IATA ha comunicado a las agencias españolas su techo de ventas

El establecimiento de un límite llegará a España el 1 de mayo

IATA se ha puesto en contacto vía carta con las agencias de viajes españolas para trasladarles cuál será el límite de crédito que tendrán a partir del próximo 1

de mayo. A pesar del temor inicial que generó la imposición de un techo de gasto, el presidente de UNAV, Carlos Garrido ha reconocido que es "muy alto".

La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) ha dado el paso previo a la implementación del NewGen ISS. Según ha revelado en declaraciones a NEXOTUR, el presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), Carlos Garrido, el lobby aéreo ya se ha puesto en contacto con los agentes de viajes del país para comunicarles cuál será el techo de ventas aéreas que podrán efectuar.

Como adelantó NEXOTUR, el establecimiento de un límite de emisión es el punto más polémico del NewGen ISS, que llegará a España el próximo 1 de mayo. Denominado Capacidad de Retención de Remesas (RHC), se trata de un sistema de gestión de crédito con el que IATA busca "una venta más segura y mitigar las pérdidas derivadas de los incumplimientos de las agencias de viajes". Una vez superado el techo de gasto, las minoristas solo podrán seguir

emitiendo billetes de avión a través del denominado EasyPay (pago instantáneo al BSP).

Temor a la bajada de la venta

A pesar del gran temor que generó el RHC, Garrido ha reconocido que el límite impuesto a las agencias "es muy alto", lo que hace que sea "muy difícil de alcanzar". No obstante, ha seguido mostrando su rechazo al proyecto al entender que "no está justificado". Y además, ha asegurado que "nos preocupa que IATA pueda ir bajando este límite en el futuro". Como conclusión, el presidente de la Asociación decana del Sector ha lamentado que, mientras que a las agencias "nos imponen cada vez más y más obligaciones y exigencias", las compañías aéreas sigan sin ofrecer una protección efectiva tanto a pasajeros como a los propios intermediarios.



El director general de IATA, Alexandre de Juniac.

"Cuando una línea aérea quiebra, somos las agencias las que sufrimos impagos y nos vemos obligadas a hacer frente a costes extras", ha denunciado, al tiempo que pide a IATA que "deje de ser únicamente el aliado de las aerolíneas" y pase a convertirse en "un organismo de compensación e intermediación". "Queremos que sus acciones sean equilibradas y proporcionales", ha sentenciado.

Facua pide la imposición de fianzas por el 'boom' de las quiebras aéreas

Facua reclama lo mismo que llevan pidiendo desde hace años las principales Organizaciones empresariales del Sector de agencias: la imposición de fianzas a las compañías aéreas para responder ante los pasajeros si quiebran.

Facua-Consumidores en Acción pide al Gobierno central que modifique la legislación estatal sobre navegación aérea, obligando a las compañías aéreas a depositar una fianza ante la administración competente. Dicha cuantía iría destinada a cubrir los gastos que sufran los pasajeros afectados por una posible quiebra o paralización de su actividad.

La asociación, espera que los partidos que concurren a las elecciones generales del próximo 28 de abril incluyan en sus compromisos electorales ésta y otras medidas para reforzar la protección de los pasajeros. También reclama que se incluyan protocolos de inspección y sanciones contundentes y disuasorias ante las numerosas irregularidades que se producen en el sector. Considera necesario, además, que se incorpore al reglamento europeo de los derechos de los pasajeros esta garantía adicional.



Reclama protocolos de inspección.

Por otro lado, Facua ha hecho pública su petición después de conocerse el cese de operaciones de Wow Air, aerolínea islandesa que se vio obligada a echar el cierre debido al fracaso de las negociaciones para conseguir liquidez. Según recuerda, "se trata de la última víctima entre las ocho low cost que han echado el cierre recientemente, como Primera Air, Monarch Airlines o Flybm". En el caso de España, Wow Air operaba rutas desde Reikiavik, (capital islandesa) a Alicante, Barcelona, Tenerife y Gran Canaria.



Únete a uno de los grupos de agencias de viajes más importante y haz volar tu empresa

Mejora de la rentabilidad

de la agencia gracias a nuestra tecnología y negociaciones

+5%

aumento de la productividad gracias a nuestra tecnología

Central de reservas

avión, tren y barco con tarifas especiales negociadas

Negociación con proveedores

consiguiendo las mejores condiciones del mercado

24 h

servicio 24 horas para ti y para tus clientes corporativos

+38

años de experiencia y un equipo de 25 profesionales

Formación continua

Disponemos de cientos de cursos de formación para que estés al día

Asesoramiento para tu empresa

constante para que tu empresa esté a otro nivel

Herramientas de marketing

y tecnológicas para la captación de clientes e incremento de ventas

Desde 1980

grupo vacacional y corporativo pionero a nivel nacional

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

Fetave pide la correcta aplicación de la normativa

Ya han pasado más de tres meses desde la entrada en vigor de la Ley de Viajes Combinados, y las Comunidades autónomas, que tienen competencias en materia de Turismo, aún no han adaptado sus respectivas normativas a los cambios introducidos por el Gobierno central. Por esto motivo, Fetave exige que "apliquen correctamente la Ley de Viajes Combinados".

La inquietud del Brexit afecta a las aerolíneas

El tráfico aéreo mundial ha experimentado en febrero un aumento interanual del 5,3%. Es el crecimiento más moderado de los últimos 12 meses, según revela la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA). Su director general, Alexandre de Juniac, reconoce el impacto de "las continuas tensiones comerciales entre Estados Unidos y China, así como de la incertidumbre que genera el Brexit".

Gebta y Aerticket cierran un acuerdo colaborativo

GEBTA (Guild of European Business Travel Agents) ha sellado con Aerticket un convenio marco de colaboración para completar el acceso al inventario de las aerolíneas, mediante la incorporación del completo contenido aéreo de uno de los mayores consolidadores aéreos de Europa. Este convenio permite a las agencias de GEBTA acceder al producto aéreo del motor de reservas Cockpit.

La accesibilidad favorece a los destinos turísticos

El vicepresidente ejecutivo de Fundación ONCE, Alberto Durán, a través de su participación en el Congreso Mundial de Turismo y Viajes que se ha realizado en Sevilla, ha destacado que en el nivel de calidad de un destino turístico el tema de la accesibilidad tiene una gran importancia. Así mismo, Durán aseguró que están trabajando con la OMT para favorecer la accesibilidad.

Empresas punteras confirman su presencia en los Salones TurNexo

Cambian las sedes que los albergan en las convocatorias de Sevilla y Valencia

El 24 de abril arrancan los Salones TurNexo en su edición de verano en Sevilla, que estrena nueva sede, el Hotel EXE Sevilla Macarena. Le seguirán las

convocatorias de Madri, Valencia y Bilbao, que contarán con la presencia de importantes aerolíneas, turoperadores y hoteles, entre otros proveedores.

Vuelven los Salones TurNexo. La feria especializada del Grupo NEXO, de acceso exclusivo para agentes de viajes, inicia próximamente su recorrido por cuatro grandes plazas emisoras de España. El Hotel EXE Sevilla Macarena, nueva sede, albergará el miércoles 24 de abril, en horario de tarde (de 19:00 a 23:00 horas), la primera cita.

El martes 30 de abril será el turno del Salón TurNexo Madrid, que tendrá lugar en el Hotel Mayorazgo en horario de mañana (de 11.00 a 17.00 horas). La tercera cita para los agentes de viajes será el martes 7 de mayo en el Expo Hotel Valencia, que se estrena como sede, mientras que la cuarta y última será el jueves 9 de mayo en el Gran Hotel Domine Bilbao. En ambos casos el Salón TurNexo se desarrollará en horario de tarde.

Las cuatro ferias permitirán a los agentes de viajes conocer de primera mano las novedades y propuestas de un selecto grupo de proveedores. Entre otros, ya han



Sevilla albergará la primera feria el próximo miércoles 24 de abril.

confirmado su presencia empresas de la talla de Amadeus, Air Europa, Club de Vacaciones, Distribusion, DIT Gestión, ERV, Geomoon, Iberia, Madrid Marriott Auditorium, Patronato de Turismo de Córdoba, Politours, Royal Caribbean, Tourmundial y Travelplan.

Además de propiciar el encuentro entre proveedores y agentes de viajes, algunos Salones acogerán debates entre responsables de em-

presas, Grupos comerciales y Organizaciones empresariales. Para asistir a alguno de los certámenes que organiza el Grupo NEXO únicamente es necesario realizar la preinscripción a través de la web www.turnexo.com, donde encontrarán más información sobre los mismos. La inscripción les permitirá recoger un reloj Junghans en la feria, siempre y cuando presenten cumplimentado el Pasaporte TurNexo.

Los españoles destinaron 4.400 millones a la contratación de 'paquetes' en 2018

Estas cifras han supuesto un incremento interanual de algo más del 9%

Los residentes en España han vuelto a incrementar de forma notable su gasto en viajes organizados. Según los datos recabados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), han destinado un total de 4.381,3 millones de euros en el global de 2018, lo que supone un incremento interanual del 9,2%.

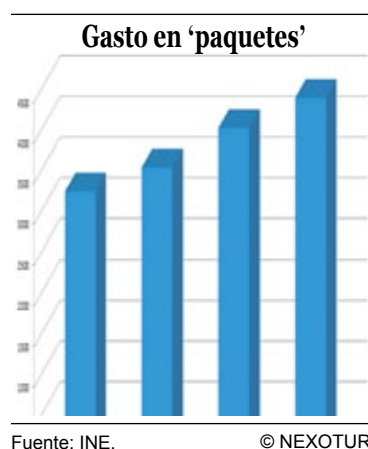
La cifra obtenida durante este último año es el equivalente al volumen de negocio generado por las tres grandes redes de agencias de viajes del país, como Viajes El Corte Inglés, Halcón-Ecuador y B the travel brand. Por otro lado, en el año 2017 se produjo un crecimiento todavía más intenso (+13,8%), llegando a alcanzar la cifra de los 4.011,9 millones, mientras que en el

año 2016 la tasa fue del 9,1%, registrando más de 3.500 millones.

Dominio de viajes al exterior

En función del destino, el desembolso efectuado para contratar viajes combinados al extranjero muestra una evolución más favorable. Experimenta en 2018 un repunte del 9,7%, ascendiendo a 3.029,2 millones de euros. En los dos años anteriores los incrementos fueron más acentuados. Con 2.760,2 millones, en 2017 se registró una tasa positiva del 19,5%. Y en 2016 el aumento fue del 12,2%, con un gasto total de alrededor de 2.309 millones.

En relación a los 'paquetes' turísticos domésticos, el desem-



bolso de los residentes en el país es, en el año 2018, de 1.352,1 millones de euros. Se trata de un avance interanual del 8%.

El PP alerta de los efectos del Brexit y pide explicaciones

"La preocupación en el Sector Turístico es importante y el Gobierno debe explicar con mayor claridad de lo que lo ha hecho y qué es lo que piensa hacer para paliar los efectos del Brexit". Así lo ha demandado el PP, que avisa que "más de 20 millones de turistas podrían dar la espalda a Europa este verano".

El Partido Popular (PP) critica al Ejecutivo socialista por la inexistencia de un plan claro para luchar contra los efectos del Brexit en la industria del Turismo. "La preocupación en el Sector Turístico español es importante y el Gobierno debe explicar con mayor claridad de lo que lo ha hecho hasta el momento y qué es lo que piensa hacer, porque no olvidemos que el Turismo es uno de los principales motores de nuestra economía y del empleo en España", subraya el portavoz de Turismo del PP en el Senado, Agustín Almodóbar, quien incide en la importancia de contar con una estrategia para "paliar los efectos del Brexit".

Su partido ha registrado en la Cámara Alta una gran batería de preguntas, pero después de la convocatoria de elecciones y la posterior disolución de las Cortes, "nos hemos quedado con la incertidumbre sobre los planes del Gobierno al respecto", lamenta. Almodóbar quería conocer "cuáles son las medidas del Gobierno para garantizar el acceso de los ciudadanos británicos a España ante el Brexit" y también "cuáles son las estrategias que está desarrollando para seguir liderando el mercado turístico británico".

El portavoz popular ha recalado que, según las estimaciones que maneja el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), "un Brexit 'duro' podría poner en riesgo como mínimo 100.000 empleos vinculados al Turismo en Reino Unido y 80.000 en el resto de Europa a corto plazo, de ellos 25.000 en España". Igualmente, pone de manifiesto que tras la situación de crisis que se ha instalado en el Reino Unido durante enero con el rechazo al acuerdo con la Unión Europea, la contratación turística en general y la incertidumbre se ha instalado en la compra de vacaciones para la temporada de verano 2019. En el caso concreto de uno de los destinos turísticos por excelencia para el mercado



El candidato del PP, Pablo Casado.

británico, como es la ciudad de Benidorm, "ya tenemos que lamentar los efectos del Brexit, con alrededor de 9.000 'paquetes' turísticos menos vendidos en un mes, tal y como nos trasladan desde el Sector".

Posibles efectos desastrosos

También ha advertido que, según datos de la World Travel Market de Londres, más de 20 millones de turistas podrían dar la espalda a Europa como destino vacacional el próximo verano si finalmente el Reino Unido abandona la Unión Europea sin un acuerdo. El citado estudio señala que un escenario de no acuerdo entre Londres y la Unión Europea podría provocar que los británicos tuvieran que pagar una visa de 52 libras (casi 61 euros) para viajar a algunos países declarados como destinos turísticos tradicionales como España, Grecia, Portugal o Italia, entre otros.

Por último, ha recordado que en los Presupuestos Generales del Estado de 2018, el Gobierno de Mariano Rajoy dotó con un millón de euros, dentro de los 14 millones destinados a promoción de España en el exterior, la "gestión de los efectos del Brexit sobre el Turismo español". Por lo tanto, exige aclaraciones sobre el destino final de ese millón y de las posibles acciones que el Ejecutivo propondrá en ese sentido. "No podemos olvidar que Reino Unido emite el 20% del total de los turistas internacionales llegados a España, siendo nuestro primer mercado y por lo tanto algo prioritario para nuestro Sector Turístico y todas las personas que directa o indirectamente trabajan en él", ha sentenciado Almodóbar.

Luxotour permite a los clientes preparar viajes



La nueva página web de Luxotour informa a clientes y agencias sobre sus viajes programados y, aunque permite al cliente preparar su viaje, debe reservarlo en una agencia de viajes, reserva que no suele confirmar *online*.

Alua ofrece sus hoteles en Baleares y Canarias



La página que presenta Alua ofrece una amplia descripción de las características de sus 14 hoteles en cuatro islas, y un completo sistema de reservas de estancias y algunos servicios, pero no está disponible para las agencias de viajes.

Nueva web compatible del Palacio de Huesca



La nueva página del Palacio de Congresos de Huesca mantiene la información limitada del edificio, sus espacios y servicios y la completa agenda de eventos por mes con descarga en PDF de la versión anterior, ahora con diseño *responsive*.

Nueva versión 'online' de la ciudad de Córdoba



Córdoba presenta una nueva versión de su página web de Turismo que, con nueva estructura y diseño compatible, mantiene la amplia información para un viajero en la ciudad y la gestión de reservas de visitas y otros servicios.



Ha sido desarrollada por Sistemas de Información Cross.

Luxotour Grandes Viajes lanza nueva página web

Luxotour Grandes Viajes ha estrenado una nueva página web. Con el objetivo de ofrecer un mejor servicio a las agencias de viajes, su único canal de ventas, ha desarrollado un 'portal' que destaca por su diseño más moderno y las nuevas funcionalidades que incorpora. Una de las novedades es el buscador de programas, que filtra por destinos, fechas y tipología del viaje.

El cambio ha sido posible gracias al trabajo realizado por Sistemas de Información Cross,

que ha lanzado la nueva tecnología Prometeus enfocada a aquellos turoperadores que necesiten vender sus productos a través de las intranets de los Grupos de gestión. Esta nueva herramienta se basa en la auto reserva, facilitando así la venta de 'paquetes' turísticos. Ambas empresas han firmado un acuerdo de colaboración que incluye el soporte de reserva para el control, así como la gestión integral de toda la programación de Luxotour Grandes Viajes.

TravelExpertos suma más de 1.800 agentes inscritos un año después

Su CEO, Antonio Mariscal, asegura que la página 'está siendo realmente útil'

Las agencias de viajes independientes se vuelcan con TravelExpertos. El 'portal' lanzado a principios de año por Bookingfax dispone ya de 1.839

agentes de viajes expertos en destinos o temáticas turísticas. El CEO de la empresa, Antonio Mariscal, ha destacado la utilidad de la plataforma.

TravelExpertos, página web creada por Bookingfax para poner en valor la figura del agente de viajes, está cerca de los dos millares de profesionales inscritos cuando tan solo ha transcurrido poco más de un año desde su lanzamiento. "Reunimos ya a 1.839 agentes de viajes expertos en destinos y en temáticas turísticas, todos ellos 100% geolocalizados", ha revelado el CEO de Bookingfax, Antonio Mariscal, quien hace hincapié en que "está siendo realmente útil para los agentes y lo va a ser aún más con los nuevos proyectos con los que se va a integrar".

Según ha explicado Mariscal, este 'portal', puesto en marcha a principios de 2018, "engrana



Antonio Mariscal

perfectamente con la visión de Bookingfax, que no es otra que poner al profesional del viaje en el centro del debate del Sector", añadiendo que "creemos que las personas, su actitud profesional y su conocimiento son los valores sobre los que se sustenta la venta personal", ha apuntado.

Un 'argumento comercial'

En esta línea, ha incidido en que "TravelExpertos hace que la especialidad acreditada y la formación recibida no quede solo en la tienda, sino que sean un argumento comercial para atraer clientes a la agencia de viajes". "Nuestro liderazgo en formación profesional con nuestros

webinars y cursos nos ha permitido acreditar con 13.353 certificados a agentes de viajes", ha proseguido. Además de TravelExpertos, otro de los proyectos puesto en marcha recientemente por Bookingfax es el desarrollador de *apps* para agencias. Al respecto, Mariscal apunta que "mientras que en redes sociales sí detectamos un amplio nivel de uso, la penetración de las aplicaciones móviles "era muy limitado por sus costes inherentes de desarrollo y mantenimiento". "De ahí nace nuestro desarrollador, para que a coste reducido las agencias puedan tener y mantener una app propia con contenidos comerciales de interés", indica. "Las agencias de viajes no pueden ni deben renunciar a la tecnología, y más aún si esta es accesible", ha sentenciado Mariscal.

El Turismo incorpora soluciones para las cancelaciones

Esta edición es patrocinada por la Generalitat de Cataluña, el Ayuntamiento y la Diputación de Barcelona, Elogia y Orange

El Forum TurisTIC ha mostrado en Barcelona cómo las empresas del Sector Turístico crean y aplican nuevos servicios y modelos de negocio basados en la innovación. El congreso, que ha llegado ya a su séptima edición, ha reunido a empresas y organizaciones pioneras así como a sus *partners* tecnológicos. Esta nueva edición del Forum TurisTIC ha contado con el patrocinio principal de la Generalitat de Cataluña a través del Departamento de Empresa y Conocimiento, el Ayuntamiento de Barcelona, así como la Diputación de Barcelona y Elogia y el patrocinio de Orange.

Empresas tecnológicas y organizaciones turísticas han mostrado cómo crean y aplican nuevos servicios y modelos de negocio basados en la innovación tecnológica para dar respuesta a las dificultades del Sector ante retos como la optimización de los tiempos de espera o las cancelaciones. El congreso sobre la aplicación de nuevas tecnologías en el Sector Turístico, organizado por el

centro tecnológico Eurecat (miembro de Tecnio), ha acogido el debate '¿Cómo evolucionará el negocio turístico? Retos de la transformación digital', en el que representantes empresariales y sus *partners* tecnológicos han compartido soluciones pioneras en su ámbito.

"Los tiempos de espera dañan la experiencia del huésped, y un huésped frustrado que puede hacer correr la voz, no es bueno para nuestro negocio", ha asegurado el CEO de Abitari, Iván Payan. En esa línea, la empresa ha desarrollado una aplicación "que permite convertir cualquier *tablet* en un quiosco de *check-in*" cubriendo todo el proceso al llegar a la recepción de un hotel y "rompiendo la gran barrera de entrada de este tipo de tecnología a los establecimientos turísticos".

Las soluciones tecnológicas de Abitari se están implementando actualmente en el Hotel Desitges, un establecimiento "familiar e independiente", según ha explicado la directora y CEO del hotel, Cristina

Subirana, que además destina dos de sus habitaciones a Abitari para llevar a cabo pruebas piloto. En palabras de Subirana, "innovar no es siempre dinero, muchas veces es actitud, esfuerzo y encontrar buenos *partners*".

Dar respuesta a las cancelaciones es otro de los retos al que se enfrentan las empresas turísticas. El cambio del modelo basado en los turoperadores al sistema de venta directa o a través de terceros, "ha hecho que haya un aumento muy importante de reservas canceladas durante todo el año, y sobre todo en temporada alta", según el director de Distribución y Corporate Revenue Manager de MedPlaya Hotels, Roger Calafell.

Nueva solución

En este contexto, MedPlaya Hotels ha implementado la solución desarrollada por la empresa Cleverdata que utiliza Machine Learning, o aprendizaje automático, para localizar "rasgos similares entre los atributos de las reservas y encontrar



El CEO de Abitari, Iván Payan, durante su ponencia en el Forum TurisTIC.

subconjuntos muy similares entre sí que acaban cancelándose", ha explicado el CEO y cofundador de Cleverdata, Jordi Navarro. Los datos que se han recogido sirven para crear un algoritmo "que da la información para poder gestionar el riesgo y las cancelaciones de forma anticipada", ha explicado Navarro. A partir de aquí, "se han creado varios informes que nos ayudan a tomar decisiones

y a crear diferentes estrategias", ha concluido Roger Calafell.

El Forum TurisTIC también ha contado con la participación del responsable de Transformación Digital de Elogia, Brais Comesaña, quien ha mostrado cuál es la forma más óptima para que puedan incorporar proyectos de *startups* con el objetivo de desarrollar nuevos modelos de negocio para el Sector Turístico.

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

NUEVA SEDE

HOTEL EXE SEVILLA MACARENA

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



AVASA evoluciona a Avasa Travel Group

Y presenta oficialmente su renovada imagen corporativa

Tal como avanzaron a su red de agencias en su pasada Convención "Innovando junto a ti", **Avasa ha estado trabajando junto con su agencia de comunicación DEC - Grupo BBDO en el cambio y renovación de su imagen de marca.**

El Grupo estrena nueva imagen y logotipo coincidiendo con el desarrollo de su nueva etapa empresarial basada en innovación, tecnología, comunicación y expansión.

El reto era revitalizar la imagen de marca, transmitiendo profesionalidad y modernidad, dos calificativos que definen a Avasa.

En este escenario el planteamiento era claro, dotar a la marca de un imaginario más fresco y moderno a través de sus distintas aplicaciones gráficas para así construir la marca deseada.

Se han trabajado con los valores que la compañía realza, también haciéndolos extensibles a sus agencias asociadas, y que son los que tienen que estar presentes en toda su comunicación: Profesionalidad, calidad, actualidad, proximidad, buen trato, honestidad, modernidad, frescura y claridad.

La evolución a AVASA TRAVEL GROUP.

La decisión de incorporar a la marca el área de su actividad permite trasladar de una forma clara cuál es la dimensión de la empresa.

Al mismo tiempo, a la marca **se le incorpora el concepto SIEMPRE MÁS LEJOS:** Concretando el "SIEMPRE" a la experiencia de Avasa como Grupo empresarial turístico pionero, desde hace 39

años, desde siempre y siempre a tu disposición. Y el "MÁS LEJOS" a todos los servicios que ofrece Avasa, *llegando hasta donde tú quieras. Buscando partners para poder avanzar es, llegar más lejos.*



Agencias "by Avasa Travel Group".

Otra novedad en este cambio de imagen es añadir este apéndice al nombre de aquellas agencias que comparten la misma identidad corporativa que el Grupo y proponen a las agencias con identidad propia el incluirlo. Dada la filosofía de la compañía de estar y crear junto a sus asociados es una manera de incentivar el orgullo de pertenecer a un Grupo de gestión fuerte y sólido. En Avasa creen firmemente en el "Junto sumamos, juntos ganamos" y su deseo es transmitirlo.

Desde Avasa Travel Group afirman sentirse muy satisfechos con el resultado. Y han anunciado el acompañar y asesorar personalmente a todas sus agencias en el proceso de este cambio de imagen.



El Grupo suma 2 nuevas incorporaciones a su red de agencias asociadas



NIXI1

En Barcelona, es un chatbot de viajes, una agencia de viajes que tiene la particularidad que permite a los usuarios reservar sus servicios turísticos (por el momento vuelos y hoteles) a través de mensajerías instantáneas como WhatsApp o Telegram. Con un mensaje de voz o de texto, reserva tus viajes de la forma más fácil y cómoda, disponible en 32 idiomas.

VIAJES JAIPUR

también ubicada en Barcelona, es una empresa dedicada a los viajes exclusivos a medida. Viajes de novios a islas exóticas, safaris, circuitos o viajes de aventura a cualquier parte del mundo. Tienen una amplia experiencia en el mercado del turismo gracias a su pasión por los viajes, el conocimiento local, un enfoque dedicado a los detalles y un inspirado equipo de especialistas en viajes que aman lo que hacen.

¡Únete a nuestro grupo y apuesta sobre seguro!

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

avasa
TRAVEL GROUP
SIEMPRE MÁS LEJOS

AVASA organiza un Fam Trip exclusivo a Polonia

Durante 7 días y en colaboración con Special Tours sus agencias realizaron formación en destino

Durante la semana pasada, del 25 al 31 de marzo, **16 agentes de viajes** participaron en el Fam Trip organizado por Avasa y su proveedor especialista en circuitos Special Tours, siendo éste también el proveedor protagonista del mes de abril del calendario del Grupo.

Para el viaje, y desde su salida, además de dos representantes del TTOO contaron también con el acompañamiento de un guía exclusivo.

Durante el circuito, Varsovia – Gdansk – Poznan – Wrocław – Auschwitz – Cracovia, tuvieron la oportunidad no sólo de conocer en primera persona todos los lugares de mayor interés turístico y edificios más emblemáticos de cada ciudad, sino que además en todas ellas **realizaron visitas programadas a diferentes hoteles**.

Las agencias asociadas al Grupo que asistieron a este fam trip: **Àgora Destins, Anem de Viatges, Azul Marino (de Borges), Azul Marino (de Madrid), Bivestour, Disseny Viatges, Oros Travel, Sergi Tours, Silk Travel, Sòlid Viatges, Som Viatges, Viajes Tarraco, Viatges Madràs, Viatges RipoJet, Viaxes Galitur y Villà Viatges**, han manifestado a su regreso que ha sido una experiencia muy enriquecedora y muy provechosa que les servirá para aportar valor añadido a sus ventas y les proporciona mayor seguridad, ya que pueden, gracias a su propia experiencia, transmitir recomendaciones personales a sus clientes.

Avasa trabaja constantemente para conseguir viajes de prospección para sus agencias asociadas, y desde el Grupo afirman:

"Creemos en la importancia de la formación en destino. **Nuestras agencias reconocen el valor añadido del asesoramiento personalizado según el perfil de sus clientes, y el conocer destinos en primera persona es la mejor forma para orientarles satisfactoriamente en la reserva de su viaje**".



AVASA firma acuerdo con 2 nuevos receptivos



TOWER TRAVEL

Nuevo Receptivo en Argentina ubicado en Buenos Aires diferenciándose con circuitos hechos a medida, tours regulares, tours de Aventura, tours deportivos o circuito temáticos con una gran calidad en todos sus servicios, disponen de representante aquí en España.



SEVEN TOURS

Nuevo Receptivos en México, ofrece circuitos por todo México, también viajes a medida y grupos e incentivos, disponen de representante aquí en España.

AVASA firma acuerdo con IT TRAVEL SERVICES

Y desarrollan soluciones tecnológicas para sus agencias business

Después de la celebración de la 22ª Convención de Avasa "Innovando junto a ti", en la que han destacado los conceptos de tecnología e innovación, **el Grupo ha cerrado un acuerdo de colaboración con la empresa IT Travel Services, para promover el desarrollo tecnológico en el área de AAVV.**

IT Travel Services nace en 2014 con el objetivo de aportar soluciones tecnológicas y de negocio eficientes a las empresas del sector turístico. Está constituida por profesionales con más de 20 años de experiencia en turismo y tecnologías de la información, aportando coherencia dentro de este sector, transformando las necesidades de sus clientes en oportunidades para su avance y crecimiento.

Con motivo del acuerdo de colaboración firmado, **se ha desarrollado una herramienta para que sus agencias asociadas puedan disponer de Informes y Listados Business ad hoc.**

La razón del desarrollo de estos informes surge como respuesta a una de las necesidades detectada en la gran mayoría de agencias de viajes: *"Dificultad para acceder a la información y generar informes con datos en tiempo real".*

Los listados Business **aportan a las agencias toda la información necesaria para la toma de decisiones por parte de los departamentos de dirección y para mejorar la eficiencia y operativa de los agentes. Y**

a su vez aportan valor añadido a las agencias ya que pueden ofrecer a sus empresas clientes las estadísticas e informes que tanto solicitan.

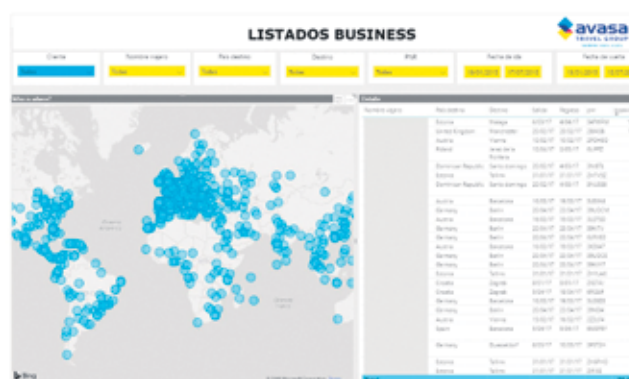
IT Travel Services, junto a Avasa, **ha desarrollado una solución a medida para las agencias de viajes que puede ser aplicada a cualquier tipo de agencia, independientemente del back o front office con el que trabajan.**

Con los "Listados business" sus agencias **podrán conocer el volumen de ventas por revenue, transacciones realizadas o bookings, acumulados del año en curso y comparado con el año anterior, en función del producto (Air, Coche, tren, hotel, etc.).**

Podrá filtrarse en función del cliente, por región, por producto (en detalle), por proveedor, con variables respecto años anteriores, etc. Adaptándose incluso a la realidad de cada una de las agencias para aprovechar al máximo el potencial de la herramienta.

Además, **se podrá consultar a simple vista la información de dónde se encuentran todos los pasajeros** en un rango de fechas determinado.

Desde Avasa, afirman que están muy satisfechos con la incorporación de IT Travel Services como partner tecnológico y confían en el éxito de esta herramienta entre sus agencias asociadas del business.



Las agencias de AVASA ya pueden reservar cruceros online

A través de su buscador de cruceros, tanto para B2B como B2C

Tal como anunciaron a su red de agencias en su pasada Convención, **Avasa ha ampliado su acuerdo de colaboración con la empresa IST, su partner tecnológico referente en la industria de los cruceros y proveedor de su herramienta "Cruise Browser", y contrata servicios adicionales con el objetivo de potenciar las ventas del producto "Cruceros" dotando a sus agencias de herramientas tecnológicas mejoradas.**

Este motor de búsqueda de cruceros está alojado en la Intranet del Grupo, aunque algunas agencias asociadas lo incorporaron también en su web.

Hasta ahora, funcionaba únicamente como buscador – comparador de cruceros, visualizando información, disponibilidad y precio real pero no permitía la opción de finalizar la reserva. **A partir de ahora y gracias a la negociación de Avasa con IST, sus asociados podrán reservar online con la credencial de cada agencia, sin necesidad de acceder a la web de cada naviera, realizando las reservas directamente con cada una de**

ellas y sin intermediación del Grupo. Y siempre con posibilidad de ofrecer la **opción de reserva también para el B2C.**

Las navieras disponibles son: **Azamara, Carnival, Celebrity Cruises, Costa Cruceros, Holland, MSC, NCL, Pullmantur y Royal Caribbean.**

Avasa, además, adelanta que ha contratado el **upgrading de este servicio a "Premium"**, que, entre otras muchas ventajas, les permitirá añadir las ofertas y campañas especiales que lancen las navieras, tanto si son acciones abiertas a todo el público como las exclusivas que se acuerden directamente con el Grupo.

Desde el Grupo son firmes en su intención de trabajar constantemente para que sus agencias asociadas se mantengan como **"Especialistas en Cruceros"**, ofreciéndoles siempre soluciones para mejorar su productividad y rentabilidad.



AVASA lanza su 'Catálogo verano' y activa la campaña de verano 2019

Avasa pone a disposición de sus agencias como cada año, tanto en versión impresa como en digital, su nuevo "Catálogo de Verano" 2019, en el que se recoge un gran abanico de sugerencias y propuestas de viajes destacados para este verano.

Ideas para **grandes viajes, destinos de media y larga distancia, islas baleares y canarias, cruceros y circuitos por Europa.**

Esta herramienta de marketing creada y diseñada desde el Dpto. de producto de Avasa y en colaboración con una selección de proveedores teniendo en cuenta las tendencias del mercado, **se proporciona de forma gratuita a toda la red de agencias del Grupo** con opción de personalización con el logotipo de la agencia.

En su día, el dpto. de marketing de Avasa decidió dar un nuevo enfoque a sus catálogos, **eliminando precios** para ampliar así la vigencia a toda la temporada

sin limitar fechas por ofertas, **y centrándose en sugerencias de viajes con múltiples destinos y/o productos para cualquier perfil de cliente.**

Cabe destacar de la versión digital, **la inclusión de videos representativos del producto y/o destino sugerido para estimular visualmente al viajero** y aumentar su deseo de compra, consiguiendo al mismo tiempo mayor impacto en la comunicación online de las agencias Avasa, ya que estos videos son compartidos en sus redes sociales, siendo la misma agencia gestora de sus RRSS, o **desde Avasa, que con su servicio gratuito GSMA (Gestor Social Media Avasa) alimenta de contenido las redes sociales de sus agencias** (de momento únicamente Facebook).

Desde el Grupo de gestión Avasa confirman su intención de seguir trabajando al máximo para proveer a sus agencias asociadas de las **herramientas necesarias tanto para incrementar sus ventas como para mejorar la comunicación con sus clientes.**



Booking Consolidador AVASA

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



○ Departamento de reservas con el mejor asesoramiento profesional.

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

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

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

Únete a nuestro grupo
y apuesta sobre seguro

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

¿Quieres unirte a uno de los grupos de agencias de viajes más importantes del sector?

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



Semana Santa

Es posible asegurar solo una parte

Pregunta.- Cuando nuestros clientes quieren contratar un seguro de cancelación, ¿sería para cancelar todo el viaje? ¿O se puede contratar para cancelar solo el alojamiento, por ejemplo?

Respuesta.- Dependerá de la póliza que haya contratado, pero, por supuesto, es posible asegurar solo una parte del viaje.

Cuando contratas un seguro de cancelación, lo que haces es asegurar una cantidad económica determinada. Por ejemplo, si reservas un viaje combinado a Sudáfrica que vale 3.000 euros, puedes asegurar esos 3.000 euros y saber que, si tienes que cancelar el viaje por una de las causas estipuladas en el seguro, recuperarás el 100% del gasto. Por supuesto, el seguro tiene un precio mayor o menor en función de la cantidad asegurada: cuanto mayor sea la cantidad que aseguras, más costoso será el seguro.

Por este motivo, nuestros seguros de cancelación ofrecen la posibilidad de asegurar por partes, pudiendo elegir entre asegurar solo el alojamiento, solo el transporte o el viaje combinado completo. Es una manera de dar mayor flexibilidad al cliente y que elija cuánto quiere pagar por el seguro, sobre todo si lo que le genera dudas es un aspecto concreto del viaje —por ejemplo, si por circunstancias laborales existe la posibilidad de cambiar la fecha del viaje en el último momento—.

Es importante tener en cuenta que, tras los gastos médicos, la cancelación es el segundo motivo de incidencia más común en viajes. Por lo tanto, es fundamental que tu cliente cuente con un seguro de viaje que tenga cobertura de cancelación o, al menos, con un seguro de cancelación, ya que te evitará asumir el gasto de cancelación ante una posible reclamación del cliente.

También hay que tener en cuenta que muchos seguros de cancelación cubren también la

Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

Desde InterMundial nos ponemos a tu disposición, a través de NEXOTUR, para resolver todas aquellas dudas referentes a estrategia empresarial, legislación y consultoría de riesgos y seguros para el Sector Turístico. Te damos la oportunidad de contar con el asesoramiento integral que necesitas como empresario del sector. Puedes hacernos llegar tus preguntas o consultas a través del correo consultas@intermundial.es

*Sección ofrecida con la colaboración de  InterMundial www.intermundial.es

interrupción del viaje una vez en el destino. De esta manera, si al viajero le pasara algo una vez que ya esté de viaje, contando con un seguro podría interrumpir su viaje y recuperar el gasto de aquellos servicios que no haya disfrutado.

En cuanto a las causas de cancelación más comunes, según nuestros datos, el 59,83% de los viajeros que anulan un viaje alega un motivo de salud suyo o de un familiar. A esta causa le siguen los accidentes, también del asegurado o de un familiar, que suponen el 9,80% del total; incorporación a un nuevo puesto de trabajo (6,47%); demora del medio de transporte (5,19%); fallecimiento de un familiar (3,38%); intervención quirúrgica de urgencia (1,95%); complicaciones en el embarazo (1,62%) y otras como despido laboral, robo de documentación o equipaje y convocatoria de oposiciones.

se realizan en estas fechas son muy variados, desde escapadas a ciudades europeas, a destinos de 'sol y playa'. Muchos aprovechan los últimos coletazos de la temporada de esquí para pasar unos días en la nieve. Otros animados por el buen tiempo, se lanzan a realizar actividades de aventura en la naturaleza. Dos tendencias crecientes en los últimos años son los cruceros cortos y el Turismo experiencial, ya sea gastronómico, cultural o de naturaleza. Son pocos los que se resisten a hacer una excursión, aunque sea

de un solo día, para aprovechar esos días de vacaciones.

En cuanto a las incidencias durante la Semana Santa del pasado año, la mayor parte fueron cancelaciones, seguidas por los problemas con los equipajes, pérdida de servicios, problemas de salud y accidentes y contratiempos con los medios de transporte. En el caso de los viajes de esquí, la mayor parte de las incidencias fueron los accidentes en pistas, seguidos de la enfermedad de los viajeros, la pérdida de servicios contratados —clases de esquí y *forfait* y el rescate en pistas. En los cruceros, los problemas con los equipajes supusieron la mayoría de los casos, seguidos de los problemas de salud, accidentes y cancelaciones. En cuanto a los viajes de aventura, los más comunes son los accidentes, desde los menores hasta los que dan lugar a rescates y repatriaciones.

Por ello, es indispensable que los viajeros vayan cubiertos con un seguro especializado en su tipo de viaje. InterMundial cuenta con una amplia gama de seguros para los viajes de Semana Santa, siendo el más completo el Multiasistencia Plus, que es en realidad diez seguros en uno, cubriendo

gastos médicos por enfermedad o accidente, gastos ilimitados de repatriación de heridos o enfermos y cobertura en caso de pérdida de equipajes, demoras y cancelación del viaje, quiebra de proveedores o fuerza mayor.

Para los esquiadores y practicantes de otros deportes de nieve, y los que realizan actividades de aventura, el seguro Ski Aventura Plus cubre asistencia sanitaria, rescate en trineo o helicóptero, y repatriación, problemas en medios de transporte, con equipajes, y responsabilidad civil. Además, anulación, pérdida de servicios, extravío o demora del equipaje facturado en línea aérea, y prolongación del viaje, y se puede contratar en modalidad anual o familiar.

Los viajeros que realicen cruceros cortos en estas fechas quedarán bien cubiertos con Cruceros Plus, cubriendo asistencia médica y sanitaria a bordo y en tierra, repatriación, envío de medicamentos y problemas con el equipaje, responsabilidad civil y anulación.

Y para aquellas personas que estén pensando en realizar una escapada por España el seguro Radiales es la opción ideal.

Semana Santa

Viajar en temporada alta

Pregunta.- ¿Cuáles son las incidencias más comunes en los viajes de Semana Santa, y los seguros más adecuados para estas fechas?

Respuesta.- La Semana Santa es, junto con el verano, el periodo del año preferido por los españoles para viajar. Los tipos de viaje que



La primera plataforma de gestión integral de seguros de viaje para Agencias



safer.intermundial.com

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

Saudia Airlines vuelve a la ruta Málaga-Riyadh

Saudia Airlines ha anunciado que volverá a operar en la ruta entre las ciudades de Málaga y Riyadh, debido al éxito observado el pasado año. Gracias a esta operación, Riyadh actuará como *hub* con una gran conectividad desde Málaga a más de 20 destinos en Asia y en el Pacífico. Esta conexión contará con dos frecuencias semanales y será inaugurada el próximo 6 de junio. "Estamos muy orgullosos de volver a contar con una ruta como esta" ha anunciado la directora de Ventas y Marketing de Saudia para España y Portugal, María González.

✉ www.saudia.com

NCL ofrece nuevas mejoras adicionales para sus clientes por tan solo 99 euros

Consiste en una serie de paquetes que complementarán el viaje anteriormente concertado

Norwegian Cruise Line ha lanzado Free at Sea, que permite a los huéspedes la libertad y flexibilidad de pasar sus vacaciones de la manera que deseen y también de elegir dos extras entre los cinco que ofrece la compañía de cruceros, reemplazando así la anterior oferta de productos *Premium All-Inclusive*.

Entre las posibilidades se encuentran un paquete de bebidas; paquete de restaurantes de especialidades; un paquete de conexión wifi; un crédito de 50 dólares para excursiones por cabina y puerto;

por último Friends & family, que permite que el tercer y cuarto huésped de una reserva hecha con Free at Sea sólo paguen una tasa de crucero, en vez de la tarifa de crucero habitual. Todas estas opciones podrán ser elegidas para la mejora de la experiencia del viaje. Free at Sea estará disponible para reservas a través de Book Norwegian, Amadeus Cruise, así como a través del departamento de reservas de NCL a través de sus números de teléfono.

✉ www.ncl.com



Los clientes podrán elegir entre dos de las cinco propuestas.

Trasmediterranea estrenará en el mes de junio un nuevo catamarán

‘Volcán de Tagoro’ realizará la línea de alta velocidad entre Gandía, Ibiza y Palma

Transmediterranea inaugurará el próximo mes de junio el catamarán "más avanzado del mundo" en las Islas Baleares, con 111 metros de eslora y tiene capacidad para hasta 1.184 pasajeros. Es un buque de nueva generación, al cual se le han implementado mejoras sustanciales en cuanto a rendimiento, incluyendo mayor velocidad, menor consumo de combustible y mejor estabilidad. Será propulsado por cuatro motores MAN 28/33D STC 20V, con una potencia de 9.100 kW cada uno.

✉ www.trasmediterranea.es



Aspecto que tendrá el ‘Volcán de Tagoro’.

Descuentos del 10% para los mayores de 55 años en Renfe

Renfe ofrece a los mayores de 55 años un descuento del 10% para viajar en El Transcantábrico Clásico, uno de los trenes turísticos de Lujo que opera Renfe, hasta el 30 de junio durante cualquier viaje de la temporada. Incluyen el viaje en el tren, los desplazamientos que se realicen en autobús y los guías de acompañamiento para las diferentes excursiones.

El viaje en el Transcantábrico Clásico tiene las opciones de ocho, cinco y cuatro días y el precio para el público general es desde 1850 euros (deducción del 10% para los mayores de 55 años). Sin embargo, para aquellos viajeros que no tengan tanto



Opción de ocho, cinco y cuatro días.

tiempo, Renfe ofrece recorridos más cortos y de menor coste: León-Santander o viceversa (4 días) y Santander-Santiago de Compostela o viceversa (5 días).

✉ www.renfe.com



La aerolínea introducirá nuevos destinos como Panamá, Medellín, y Túnez.

Air Europa conecta Madrid y Sevilla desde el 1 de abril

Air Europa, inauguró, a principios de abril, su ruta entre Madrid y Sevilla, que opera con cuatro frecuencias diarias, ampliando así su operativa regular doméstica y alimenta también los vuelos europeos y de

larga distancia a través de su 'hub' en Madrid. La aerolínea continuará mejorando la conectividad de Sevilla con nuevas rutas desde Madrid a Panamá, Medellín, Túnez, etc.

✉ www.aireuropa.com

CroisiEurope lanza precios especiales para las salidas de esta primavera

Ofertas para los rezagados en algunas de sus salidas de abril, mayo o junio.

CroisiEurope ha lanzado un conjunto de precios especiales, en algunos de sus itinerarios para los viajeros de última hora durante las salidas en primavera por algunas ciudades del continente europeo.

La oferta más destacada de la compañía de cruceros fluviales, es ‘El Sena, de París a la costa normanda’, un crucero de siete días con salida el 15 de abril desde París hacia Honfleur. La gran novedad es el 2x1, la primera persona pagará un precio de 1.089 euros y podría llevar un acompañante gratis.

Por otro lado, los itinerarios ‘Grandes ciudades del Rin y Países Bajos’ y ‘Del Danubio al Tisza: Hungría auténtica’ tienen un precio de 1169 y 1630 euros, respectiva-



La más destacada, ‘El Sena, de París a la costa normanda’

mente; ‘Burdeos y las maravillas del Garona y Dordogne’, desde 999 euros; Por último, los nuevos itinerarios ‘El embrujo de Venecia’

y ‘Oporto, el valle del Duero y Salamanca’ están disponibles desde 879 y 982 euros, respectivamente.

✉ www.croisieurope.es

Iberia estrena ocho nuevos destinos en Italia, Grecia, Croacia, Francia y Noruega este verano

La aerolínea quiere fortalecer su presencia en las rutas que ya operaba en Europa, África y América Latina

El Grupo Iberia inaugurará ocho nuevos destinos en su programa de verano y aumentará la capacidad en otras rutas donde ya opera para su red durante 2019. Entre

estos destinos se encuentran Oslo y Bergen, en Noruega, así como Génova, Bari, Verona, Bastia (Córcega), Zadar (Croacia) y Corfú. Por otro lado, durante el próximo

año, la aerolínea española incorporará nueve nuevos aviones (cuatro A350-900 y cinco A320neo) para continuar con su proyecto de renovación de su flota.

El Grupo Iberia afronta el año 2019 con una ampliación de sus destinos por Europa, incluyendo nuevas propuestas en Croacia, Italia y Francia. Así mismo, la aerolínea pretende incrementar las frecuencias en Europa, África y América Latina.

En Noruega, Iberia ofrece Bergen, con dos vuelos a la semana desde Madrid a Bergen y Oslo. Los viajes a Oslo operarán durante todo el año a partir del 15 de junio. Respecto al destino Italia, Iberia volará entre Madrid y Génova, mientras que Iberia Express operará dos vuelos a la semana en la ruta Madrid-Bari. Por su parte, Iberia Regional Air Nostrum incorporará el vuelo Madrid-Verona a su red durante el mes de agosto.

Bastia también está entre las novedades, con cinco vuelos diarios a la ciudad, menos lunes y miércoles, con diferentes horarios que permiten todas las conexiones. Por último, Zadar, en Croacia, y la isla griega de Corfú, con dos

vuelos a la semana entre Madrid y la isla, y horarios que permiten conectar cualquier ciudad española con Corfú. Así mismo, además de disfrutar de la isla mediterránea, la aerolínea ofrecerá vuelos en Grecia y Atenas, así como en Heraklion, Santorini y Mykonos.

Aumento de frecuencias

Además, la aerolínea española busca consolidarse dentro de los destinos en los que ya operaba, introduciendo un aumento de algunas de las frecuencias. Por un lado, los vuelos a Florencia, Hamburgo, Atenas, y Marrakech, han pasado del vuelo diario a 11 frecuencias semanales a lo largo de la temporada de verano. Por otro lado, incrementará su capacidad a Dakar con tres frecuencias adicionales a la semana ofreciendo hasta 10 vuelos semanales.

Las rutas de Madrid a Dubrovnik, Zagreb y Budapest ofrecerán más vuelos durante la temporada

de verano, mientras que las frecuencias de Madrid a Faro se operarán por Iberia, con aviones mayores, y la de Madrid a Olbia se verá reforzada en agosto, ya que sustituirán a los aviones regionales vuelo de Iberia Regional Air Nostrum por los propios de Iberia.

En México, Iberia suma tres vuelos adicionales a la semana, llegando hasta las 17 frecuencias; durante el mes de mayo habrá dos más, 19 en total; y, a partir de junio y hasta el mes de septiembre, Iberia ofrecerá tres vuelos diarios con México, lo que convierte a este país en el mercado de América Latina donde ofrece más capacidad.

En el largo radio, la aerolínea centra su crecimiento en Bogotá, con tres vuelos adicionales a Bogotá, llegando hasta los 10 a la semana en total; en Montevideo y Río de Janeiro pasan de las cinco frecuencias semanales al vuelo diario; sin embargo, en Quito, se convierte en una ruta diaria con una frecuencia más a la semana,



Oslo, Bergen y Corfú, entre los destinos para esta temporada de verano.

a partir del día 1 de julio. Por último, la aerolínea ofrecerá 10 vuelos a la semana en la ruta entre Madrid y la capital peruana (Lima)

durante los meses de julio y agosto, además de tres frecuencias más de las que hay actualmente.

✉ www.iberia.com

CLUB NEXOTUR

Descuentos de hasta el 50% con la cadena World Hotels

World Hotels ofrece a los miembros del Club NEXOTUR un descuento del 50% sobre tarifa

oficial en sus más de 300 establecimientos de todo el mundo. Oferta válida para todas las fechas excepto

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

cuando se celebran ferias y congresos. Sujeta a disponibilidad. Para ampliar la información puede

contactar con la cadena hotelera en el 900 99 49 54 o acceder a la siguiente página web: www.worldhotels.com.

FAM TRIP



Han participado 18 agentes de viajes del grupo Dit Gestión.

'Fam trip' de Dit Gestión en Munich

En el viaje, realizado el pasado mes de marzo, y organizado por Special Tours, 18 agentes de viajes de Dit Gestión disfrutaron de un *fam trip* exclusivo para las agencias del grupo. El viaje ha durado siete días durante los cuales han visitado Munich, algunos lugares de Austria y la capital, Viena.

Costa Cruceros incluye de nuevo Génova como puerto de destino

El primero en atracar en el puerto de Andrea Doria fue el Costa Fortuna

Costa Cruceros ha vuelto a incorporar a la ciudad italiana de Génova como puerto de destino de sus barcos tras varios años sin hacer escala en el país, elevando así el número de destinos de la compañía de cruceros en el Mediterráneo a 45, incluyendo siete puertos en la costa española.

"Después de tantos años, nos sentimos particularmente orgullosos de celebrar el regreso de un barco de Costa que, a partir de ahora, realizará escalas regulares en la ciudad de Génova", ha declarado el director general de Costa Cruceros, S.p.A, Neil Palomba.

Con la incorporación de Génova como puerto base, la compañía consolidará su presencia en la región italiana de Liguria, donde ya mantenía una importantísima operativa en los puertos de Savona y La Spezia. "Esta nueva instalación se sumará a la de Palacrocieri en Savona, nuestro principal puerto base, donde estamos realizando importantes inversiones, y a la de La Spezia, donde, se nos ha adjudicado un contrato preliminar para administrar los servicios de cruceros y construir una nueva terminal", concluyó Palomba.

Con la vuelta a las operaciones en el puerto de Génova, Costa



Los cruceristas podrán disfrutar de nueve excursiones en Génova.

Cruceros prevé que 170.000 pasajeros puedan visitar la ciudad italiana. A su llegada, los pasajeros podrán disfrutar de al menos nueve excursiones que les permitirán adentrarse por sus calles y descubrir sus fortalezas, realizar rutas temáticas sobre la presencia de los Caballeros Templarios o los lugares encantados de la ciudad, o

incluso disfrutar del parque temático Riguì, entre muchas otras. A partir de ahora, el barco regresará a Génova cada viernes, para hacer escala de 8:00 de la mañana a 18:00, con dos itinerarios diferentes que tendrán una oferta distinta en función de la estación del año en la que nos encontremos.

✉ www.costacruceros.es

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

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
NUEVA SEDE
HOTEL EXPO VALENCIA

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



HOTELERIA

El embajador de Reino Unido en España se reúne en Palma con Gabriel Escarrer

Manley y Escarrer han compartido diferentes impresiones acerca de la actual coyuntura turística

En una nueva muestra del interés que siempre ha mantenido el Gobierno británico por el Turismo del Reino Unido hacia España,

la más alta representación diplomática del Reino Unido en España ha visitado la sede de Meliá Hotels International, una de las

mayores compañías turísticas españolas, y con un más arraigo en las zonas preferidas por los turistas ingleses, como Magaluf.

El embajador del Reino Unido en España ha visitado la sede de Meliá Hotels International, para reunirse con el vicepresidente de la cadena y tratar de solucionar algunos temas de actualidad del Sector Turístico. La reunión ha discurrido en un tono constructivo, en el que los representantes diplomáticos han manifestado su voluntad de que se alcance un acuerdo razonable que les permita "ponerse manos a la obra" para implementar los planes de contingencia que han estado desarrollando con las empresas y las Administraciones españolas. Ambas partes coincidieron en algunos aspectos críticos como la necesidad de reducir al máximo las trabas para los viajeros (en forma de visados o colapso de los aeropuertos por las gestiones aduaneras) en los que los respectivos gobiernos ya estarían trabajando.

Por su parte, Gabriel Escarrer ha recordado que "desde el máximo respeto a la decisión del pueblo británico", que el resultado del referéndum del año 2016 le "sobrecogió" y entristeció, y se ha mostrado

especialmente preocupado por la situación laboral en que quedarán los trabajadores comunitarios que actualmente prestan sus servicios en los hoteles que el Grupo tiene en el Reino Unido (cuatro en operación y dos más con apertura prevista en el año 2020).

Manley ha remarcado la voluntad del Gobierno británico de "normalizar" al máximo la situación, para facilitar las relaciones laborales de los ciudadanos europeos en el Reino Unido, y permitir que el país continúe atrayendo al mejor talento "sin distinción de su nacionalidad". Ha insistido el embajador en que las empresas europeas tienen una gran responsabilidad en tranquilizar e informar adecuadamente a sus trabajadores en el Reino Unido, y ambas partes han reconocido la importancia de plantear una actuación conjunta a las autoridades británicas.

Modelo turístico Magaluf

Manley y Escarrer han abordado también un tema de máximo interés



El embajador, Simon Manley, y el vicepresidente de Meliá, Gabriel Escarrer.

para ambos, como es la mejora del modelo turístico de Magaluf, en el que la hotelera ha invertido más de 250 millones de euros en los últimos años, y la calidad y civismo del Turismo británico más joven en diversos destinos de las Islas Baleares. Tras una revisión de los importantes avances realizados, han recordado que aún existen

retos pendientes por la parte de la "oferta", como la pervivencia de algunos hoteles y locales (si bien en un número residual) enfocados en ofrecer alcohol a precios ínfimos o en régimen de 'todo incluido', y la intensificación del control policial e implementación de las ordenanzas para evitar la oferta ilegal y desordenada en el destino.

Tokio ha presentado las nuevas aperturas hoteleras en la capital

El Turismo de Tokio ha realizado la apertura de nuevos hoteles durante lo que llevamos de año. Entre estos se encuentran el Manga Art Hotel, The Royal Park Canvas Ginza 8, Muji Hotel Ginza y el hotel Oriental Express Tokyo Kamata.

La capital japonesa es una ciudad que se encuentra en constante cambio, con nuevas aperturas hoteleras, de restaurantes, de museos, etcétera. El visitante asistirá a una transformación continua del paisaje urbano con nuevos edificios con el objetivo de crear ambientes únicos gracias a los contrastes entre la tradición y la modernidad.

En el distrito Jinbocho, recientemente, la capital japonesa, abrió sus puertas el Manga Art Hotel que tiene como lema 'Sleepless hotel' y que está inspirado en una de las vertientes culturales más importantes del país: el *manga*; The Royal Park Canvas Ginza 8 es otro hotel que abrió sus puertas el pasado 20 de marzo, aunque desde septiembre ya se podían realizar reservas. Situado en el corazón del barrio Ginza, el establecimiento



Miyako City Tokyo Takanawa.

ofrece amplias habitaciones y un restaurante con vistas al exterior; por último, el hotel Oriental Express Tokyo Kamata, ubicado en el área de Kamata, se inaugurará el próximo 19 de abril. Dirigido a aquellos que buscan un alojamiento más tradicional con toques de autenticidad, uno de los elementos que le definen es su diseño y decoración, con influencia de la artesanía típica tókota y piezas de reconocidos artesanos.

PortAventura World abrirá su sexto hotel en el mes de junio

PortAventura World ha comunicado que el próximo mes de junio abrirá su sexto hotel, calculando la huella de carbono de la actividad y compensando las emisiones GEI asociadas, convirtiendo así al hotel en el primer establecimiento carbono neutro de PortAventura World.

A través de la certificación Clean CO2, PortAventura World compensará las emisiones mediante la compra de créditos de carbono VER (Verified Emission Reductions) en proyectos para la mejora del medio ambiente y el entorno social. En este sentido en 2019 se contribuirá al proyecto 'Malawi Borehole', que consiste en la rehabilitación de pozos en las comunidades locales de Malawi.

La progresiva reducción de la huella de carbono en la actividad de PortAventura World forma parte de su ambicioso plan estratégico de sostenibilidad. Así, con esta acción, la empresa se implica directamente con el objetivo número 13 de la lista Ob-



Hotel Colorado Creek.

jetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En esta línea, entre otras iniciativas ya conseguidas, destaca que el 100% del suministro de electricidad del procede exclusivamente de fuentes de energía renovables sin emisiones de CO₂, Garantía de Origen (GdO). Además, la compañía mantiene su compromiso en el cuidado del medio ambiente, con el proyecto 'plástico cero' para 2020.

■ PRODUCTO

Primer alojamiento de Casual Hoteles en San Sebastián

La cadena Casual Hoteles ha inaugurado su primer establecimiento en San Sebastián, una apertura que está enmarcada en un ambicioso plan de expansión nacional. El Casual de las Olas San Sebastián está ubicado en la plaza Pío XII y cuenta con 61 habitaciones, de las que la práctica totalidad son dobles, algunas de las cuales pueden convertirse en triples. El hotel se encuentra en un edificio de 2.700 metros cuadrados donde se ubicaban las oficinas de Telefónica. Los diseñadores, liderados por David Cantó Estudios, y creadores del grupo, han elegido un estilo *surfero* y relacionado con el mar.

El Hotel Banke de Derby Hotels se vincula con Autograph

Historia, arte y un servicio llevado al lujo definen el Hotel Banke, propiedad de Derby Hotels Collection e incorporado ahora en Autograph Collection, la línea que agrupa los establecimientos más selectos de la cadena internacional Marriott. Ubicado en el corazón de París, junto a la Ópera y los grandes almacenes Galeries Lafayette, el Banke es un hotel *boutique* de 91 habitaciones, que pasó a formar parte de Derby Hotels Collection en 2009. Ahora, aprovechando el décimo aniversario de la inauguración del establecimiento, la compañía redobla su apuesta por el hotel con su representación en Autograph.

Vincci Hoteles reduce su huella hídrica un 16% en el último año

Con motivo del Día Mundial del Agua, Vincci Hoteles dio a conocer los datos relacionados con el consumo de agua en la cadena. La compañía realiza cada año el cálculo de la huella hídrica, que permite hacer una medición del consumo de agua y establecer medidas para que resulte más eficiente y a su vez, poder reducirlo, fiel a su apuesta por el cuidado del entorno en el que desarrolla su actividad y el de cada uno de sus hoteles. En 2018, su huella hídrica se redujo un 16,6% respecto al año anterior. El ratio de consumo de agua fue de 0,25 metros cúbicos frente al 0,30 metros cúbicos de 2017.

De cada 100 reservas hoteleras en el continente europeo, 41 se realizan en España

El porcentaje de reservas ha experimentado un incremento de un 107% respecto al año pasado

TravelgateX, marketplace Business to Business (B2B) de conexiones turísticas online, ha elaborado un informe sobre acerca de los movimien-

tos turísticos de los viajeros en Europa para la próxima Semana Santa. Como anticipo, la compañía ha analizado un total de 26.800 reservas

realizadas en diferentes hoteles europeos que han pasado por el marketplace de TravelgateX en 2019 entre los días 17 y 21 de este mes de abril.

De cada 100 reservas que se realizan en Europa para hoteles en Semana Santa, 41 se han hecho con destino España. Por otro lado, más de la mitad de las reservas de viajes las han realizado los ciudadanos de nacionalidad española según ha publicado recientemente TravelgateX con su informe sobre los movimientos turísticos de los viajeros en Europa.

Además, el porcentaje de reservas se ha incrementado un 107% respecto al año pasado, esto es reflejo del crecimiento que también está experimentando la empresa al recoger todo tipo de proveedores y clientes del Sector Turístico. A destacar es que, de todas las reservas, la media es de entre tres y cuatro noches. En cuanto a precios, lo que se va a gastar de media por noche cada viajero son 398,7 euros, esto significa un descenso de 1,4% respecto al año anterior.

Espanoles e ingleses se mantienen ocupando el primer y segundo lugar en cuanto a reservas, sin cambios respecto al año pasado. La novedad es que en 2019 los visitantes

chinos suben seis posiciones en el ranking aumentando así las reservas en España respecto al año anterior. También suben una posición en la tabla los italianos, que al parecer han aumentado sus reservas.

Los destinos top de reservas hoteleras para esta Semana Santa de 2019 en España son, por orden, Andalucía, Cataluña, Islas Canarias, Islas Baleares y la Comunidad Valenciana. Como novedad TravelgateX ha señalado el ascenso de una posición de las reservas en Cataluña y el descenso de alrededor de un punto en las Islas Canarias.

Nacionalidades

Espanoles, ingleses, italianos, chinos y alemanes. Estas dos últimas nacionalidades han subido seis y cuatro posiciones respecto al año anterior. Y, en cuanto a los top viajeros, las parejas son las que más viajan (45,7%), seguidas por las familias (26%) mientras que descienden los viajes organizados en grupos. Por otro lado, respecto a



Espanoles e ingleses ocupan el primer y segundo lugar en reservas

los viajes realizados en solitario se mantienen igual que el anterior año.

Italia ha realizado un informe basado en 3.893 reservas con un porcentaje de crecimiento de 133,5% respecto al año anterior. Lo mismo se ha hecho en Portugal con un informe basado en 2.652

reservas, que refleja un incremento de un 67,6% respecto a la edición anterior. Por último, en Reino Unido también se ha realizado el mismo informe que en las anteriores, pero este basado en solo 1.751 reservas. Los datos registran una subida de 176,2% respecto al año anterior.

Murcia ha registrado el precio medio más bajo en alquiler vacacional en 2018

Alhama de Murcia, la localidad con el precio medio más bajo en 2018

La plataforma online de alquiler vacacional, Alhama de Murcia (Murcia) ha sido donde los viajeros nacionales han pagado de media menos por el alquiler de viviendas vacacionales (18 euros por noche y persona), mientras que Sant Josep sa Talaia (Ibiza), donde los usuarios de la plataforma han desembolsado más euros en 2018 (61 euros por persona y noche) según el análisis de precios realizado el pasado mes por HomeAway.

La ciudad de San Sebastián ha sido el destino nacional que registró una mayor bajada de precio medio del alquiler de vivienda vacacional en 2018 respecto al año anterior: un 28% menos, pasando de 62 euros a 45 euros. Por su parte, Pollença, en las Islas Baleares, ha sido la localidad que mayor incremento del precio medio anotó respecto al 2017, un 39% (pasando de 42 euros por persona y noche a 58 euros).

Destinos internacionales

Respecto a los destinos internacionales, Vila Nova de Gaia (Portugal), ha sido el destino internacional con el precio medio más bajo en 2018 con 20 euros por persona y noche, mientras que Ámsterdam fue donde los usuarios nacionales



Sant Josep sa Talaia registró el precio más elevado (61 euros).

de la plataforma desembolsaron más dinero pasando de 52 euros por persona y noche de media en 2017 a 56 euros en 2018.

Por otro lado, Milán ha sido la ciudad que registró el mayor descenso en el precio del alquiler vacacional, un 20% menos que en 2017, alcanzando los 28 euros de media por persona y noche. Por el contrario, en la localidad estadounidense de Kissimmee (Florida) fue donde pagaron de media más respecto al año anterior, un 42% más, hasta

alcanzar los 28 euros.

Según ha comentado el director regional senior para el sur de Europa de HomeAway, Juan Carlos Fernández, "hemos constatado con este análisis, el alquiler vacacional es un tipo de alojamiento con tarifas estables, también en las grandes ciudades, que permite a los viajeros mantener sus presupuestos además de otras características como la comodidad que conlleva el alquiler vacacional tanto para familias como para grupos de amigos".

Playa Montroig apuesta por la accesibilidad

Consciente de los obstáculos que encuentra el colectivo de los discapacitados, Playa Montroig ha decidido facilitar la vida de las personas con movilidad reducida, especialmente a través de la eliminación de las barreras arquitectónicas. Por ello, este año una de las novedades de Playa Montroig Camping Resort es la instalación de una silla de última generación para facilitar el acceso a su gran piscina con los máximos niveles de seguridad.

De esta forma, Playa Montroig Camping Resort cuenta con todos los servicios adaptados a este colectivo, desde la zona de restaurantes y bares, hasta la zona comercial, pasando por los sanitarios, la zona de actividades de animación y las piscinas, incluido la nueva zona acuática.

Además, el camping tarraconense ratifica su apuesta por la accesibilidad y el Turismo para las personas con movilidad reducida con la incorporación de la silla BlueOn para su piscina central. Se trata de un elevador móvil sencillo, y equipado con dispositivos seguros para que los campistas con movilidad reducida puedan bañarse sin ningún tipo de problema.

PRODUCTO

Thomas Cook Hotels afianza su presencia en la isla de Mallorca

Thomas Cook Hotels & Resorts, la división hotelera de Thomas Cook Group, ha firmado un acuerdo de franquiciado para la apertura de un nuevo hotel de estilo rústico de la marca de hoteles boutique Casa Cook en Mallorca, próximamente. El Hotel Sa Torre, que pasará a llamarse Casa Cook Sa Torre, pertenece y está operado por HI Partners, una compañía propiedad de The Blackstone Group. El establecimiento, que cuenta con un molino de viento del siglo XV y una capilla neogótica privada, será próximamente reformado integralmente para poder plasmar el look and feel galardonado de Casa Cook para una nueva reapertura a lo largo de este año 2019.

Catalonia Hotels & Resorts ha abierto un hotel en Budapest

El nuevo establecimiento de Catalonia Hotels & Resorts será un hotel de cuatro estrellas y 92 habitaciones situado en el centro de Budapest. Este nuevo proyecto se suma a la cadena y confirma la política de expansión que se propone la cadena en Europa con el ánimo de crecer en establecimientos tanto de compra como en gestión o alquiler. El hotel está ubicado en un edificio histórico en el centro de Budapest, donde los trabajos de rehabilitación del edificio se han centrado en recuperar el esplendor de la fachada protegida por su interés histórico. La apertura del establecimiento está prevista para finales del próximo año y ofrecerá 92 habitaciones, spa, zona de fitness, snack-bar y una terraza cubierta en un patio interior.

Iberostar compensará los días de lluvia en la Semana Santa

Un año más, Iberostar Hotels & Resorts lanza su 'Garantía de Buen Tiempo', una iniciativa que evitará a los clientes que se alojen en los hoteles de Andalucía, Canarias y Baleares toda preocupación por la predicción meteorológica durante sus vacaciones. El funcionamiento de 'Garantía de Buen Tiempo' es sencillo: Iberostar Hotels & Resorts se compromete a compensar a sus clientes con una noche adicional de alojamiento por cada día en el que el tiempo no acompañe y llueva. La promoción será aplicable a estancias comprendidas entre los días 12 y 28 de abril de 2019 y las estancias extra de alojamiento se podrán disfrutar en la siguiente reserva que formalice el viajero.

BOOKING

NEXOTUR

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING

Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

**91 369 41 00**



91 369 18 39

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

NUESTROS CAMINOS		91-5472509
C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID		Fax 91-5471792
OKATOUR		91-1417960/61
Albasanz, 16 4º MADRID		Fax 91-1417895
ORBIS		91-5612373
Av. Doctor Arce, 25 MADRID		Fax 91-5614242
POLITOURS		91-5416200/902-877778
San Bernardo, 17 MADRID		Fax 91-5597889
POLITOURS		93-3175099/902-877778
Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA		Fax 93-3181683
POLITOURS		945-245500/902-877778
Av. Gasteiz, 53 VITORIA		Fax 945-3220396
POLITOURS		96-3944004/902-877778
Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA		Fax 96-3944618
POLITOURS		981-654801
C/Imáns Suárez Ferrín, 4B CULLEREDO (A CORUÑA)		Fax 981-651467
PORTUGAL TOURS		91-5484600
C/ Princesa 90,2º, 2 MADRID		Fax 91-5419826
PROTEL		91-5096101-902-196100
Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID		Fax 91-3729198
SOLAFRICA		91-3532740
Federico Salmón, 1 MADRID		Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE		971-070435
Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA		Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE		93-5100710
Valencia, 231 2º BARCELONA		Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE		91-2960101 / 902239644
Julio Camba, 1 7º MADRID		Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE		96-3944625
Luis Vives, 7 VALENCIA		Fax 96-3942381
TOURALP		91-5768445
Príncipe de Vergara, 47 MADRID		Fax 91-4359088
TOURING CLUB		902-100456/94-4277381
Gran Vía, 81 2º BILBAO		Fax 94-4206024
TRANSVACACIONES		902 164102/91-7242422
Isla del Huevo, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES		Fax 91-6239817
TRAPSATUR		902-211024 91-5480000
San Bernardo, 5 MADRID		Fax 91-5427855
TRAVELPLAN		971-178100
Carretera Arenal – Lluçmajor km, 21,5 Lluçmajor		
TURAVIA CLUB		902 354355
Edf. Barajas C/ Trespaderno 29, 4º MADRID		Fax 91-3297515
TURVISA		91-5419210 902-234353
San Bernardo, 5-7 MADRID		Fax 91-5416174
UNIPLAYAS		952-378646
C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS		Fax 952-375372
UNIPLAYAS		93-4905450
Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA		Fax 93-4906479
UNIPLAYAS		91-5401840
C/ Cartagena, 27 Enpta. Izq. MADRID		Fax 91-5401841

VIVA TOURS		902-353354/55 91-3297400
Trespaderne, 29 4º		Fax 91-3297516/17
Compañías		
Aéreas		
AEROMEXICO		900 995 282
Cedaceros, 10, 6º drcha MADRID		Fax 91-5481527
ALITALIA		902-100323
Pl. España, 12-1º (ofic.B) MADRID		Fax 91-4416041
ALITALIA		902-100323
Av. Diagonal, 403 BARCELONA		Fax 93-4158379
AIR EUROPA		971-178100
Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA		Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER		91-3083444
Almagro, 19, Madrid		Fax 91-3198440
FINNAIR		901888126
Tarragona, 161, 15º BARCELONA		Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING		91-5421323
Luisa Fernanda, 2 MADRID		Fax 91-5423710
IBERIA		91-5878787-5877592
Velázquez, 130 MADRID		Fax 91-5877502
LAN		91-4544140
Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID		Fax 91-5560933
LOT		91-5481373/91-5487353
Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID		Fax 91-5595365
AMERICAN AIRLINES		902-011737
Plaza del Callao, 5 - planta 8 MADRID		

Compañías Marítimas

BALEARIA		902-160180
Estación Marítima, s/n Denia-ALICANTE		Fax 96-5787605
COSTA CRUCEROS		91-5558550
Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID		Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS		93-4875685
Valencia, 245 2º 3 BARCELONA		Fax 93-4874770
CROISIEUROPE		91-2952497
C/General Oraa, 5, 1ºMADRID		reservas@croisieurope.com
EUROFERRYS		956-651178-507070
Estación Marítima ALGECIRAS		Fax 956-653379
P60 PORTSMOUTH		94-4234477
Cosme Echevarrieta, 1 BILBAO		Fax 94-4235496
SPANISH CRUISE LINE		91-5317102
Alcalá, 54 MADRID		Fax 91-5230612
ACCIONA TRASMEDITERRÁNEA		902-454645
www.trasmediterranea.es		
VISION CRUCEROS		91-7896400
www.visioncrueros.com		Fax 91-3107215

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

Alquiler de Automóviles

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

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

Centrales de Reservas

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

Organismos		
GRUPO STAR		91-5502160
Luisa Fernanda, 12 MADRID		Fax 91-5432689
INFOASTURIAS		902-300022
Pza. España, 5 1º OVIEDO		Fax 985-273487
INST.BALEAR PROMOCION TURIST.		971-176191
Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA		Fax 971-176185
UNAV (Unión de Agencias de Viajes)		91-5796741
Rosario Pino, 8 3ºB MADRID		Fax 91-5799870

Transporte por Carretera

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

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

Cadenas hoteleras

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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

La Ley Orgánica de Protección de Datos ya está en vigor. Adecuarse a ella es

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

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



Luxotour permite preparar un viaje para reservarlo desde una agencia

La nueva web de Luxotour informa a clientes y agencias sobre todos sus viajes programados y, aunque permite al cliente preparar su viaje en un proceso muy sencillo, debe reservarlo en una agencia de viajes, reserva que no suele confirmar online.



www.luxotour.es

Luxotour presenta una nueva versión de su web, compatible para cualquier tipo de terminal, en la que ofrece únicamente en castellano una amplia información sobre todos sus viajes a varios continentes y permite al viajero preparar un viaje seleccionando fecha de salida, hoteles y otros servicios a incluir, con lo que calcula su precio y permite imprimirlo, pero obliga a reservarlo en una agencia de viajes, donde suele quedar pendiente de confirmación de algunos servicios. La página también permite descargar algunos catálogos e incluye áreas para clientes y agencias.

INFORMACIÓN

Presenta todos sus tipos de viaje, de los que se puede seleccionar por alguna característica o por país; presenta una relación y ofrece una amplia descripción, su itinerario por día de viaje y sus fechas de salida con su precio con acceso a su disponibilidad y reserva.

RESERVA

Una vez seleccionados viaje y fecha de salida, solicita número de personas y la selección del punto de embarque, el hotel entre los disponibles y los servicios opcionales. Responde con el precio final, y la posibilidad de descargar el viaje para reservarlo en una agencia.

GENERAL

La página ofrece también alguna información sobre la empresa, sus puntos de contacto, algunos catálogos digitales y formularios para solicitar viajes de grupos o individuales. Incluye un área para clientes y agencias registradas, aunque no indica cómo darse de alta.

▲ Lo Mejor / Práctica

Permite al cliente preparar su viaje e imprimirlo para pasar a reservarlo desde una agencia.

▼ Lo Peor / Reserva On Request

La reserva suele dejar servicios sin confirmar que quedan pendientes de una respuesta posterior.

LUXOTOUR / Mayorista

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página de Luxotour es de interés para las agencias de viajes ya que, mientras permite al usuario final preparar un viaje con todas sus características, le obliga a ir a reservarlo a una agencia de viajes, lo que facilita su trabajo, aunque la reserva suele quedar *on request*.

6.6



Entrada / Presenta, con un cuidado diseño compatible, el acceso a todos sus tipos de viajes y sus destacados actuales.



Producto / Se accede por tipo o zona, país, destino y viaje a una amplia descripción de las características del viaje.



Reserva / Permite al usuario final seleccionar fecha de salida, consultar disponibilidad y reservar *on request* en una agencia.

Turismo en Córdoba presenta una versión 'responsive' de su página

La ciudad de Córdoba presenta una nueva versión de su página de Turismo que, con una nueva estructura y diseño compatible, mantiene la amplia información para un viajero en la ciudad y la gestión de reservas de visitas y otros servicios.



www.turismodecordoba.org

La nueva versión de la página que presenta el Consorcio de Turismo de Córdoba mantiene, con un nuevo diseño compatible para cualquier tipo de terminal, la completa información de la versión anterior sobre cualquier tema de interés turístico en la ciudad, la agenda de eventos por fechas y la reserva de visitas, traslados, espectáculos y otros tipos de servicios, no disponible para las agencias, a las que sigue ofreciendo el área dedicada a los profesionales de Turismo. Por otro lado, mantiene las versiones que existían en castellano e inglés, pero no la de francés.

INFORMACIÓN

Ha modificado la estructura de accesos a todos los temas de interés para un viajero en Córdoba. Seleccionando en una relación por área y tipo de información, presenta su descripción y en algunos el acceso a páginas específicas para ampliar la información.

RESERVA

Ofrece una completa información sobre alojamientos y restaurantes por tipo, con su descripción, formas de contacto y enlace con su web para reservar, y un sencillo sistema de reservas de visitas, traslados, espectáculos y otros servicios turísticos, no válido para las agencias.

GENERAL

Mantiene la amplia información institucional y sobre servicios al visitante que ya existía, así como un área para profesionales de turismo y otra sobre organización de congresos y contratación de proyectos turísticos, entre otros, así como una agenda de eventos en la ciudad.

▲ Lo Mejor / Utilidad

Sigue ofreciendo una amplia información de la ciudad para visitantes, profesionales y organizadores de eventos.

▼ Lo Peor / Agenda del Viaje

Enriquecería el servicio al viajero si pudiera almacenar su selección y sus reservas en una agenda del viaje imprimible.

CÓRDOBA / Destinos

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

Sigue siendo un sistema muy completo de información sobre Córdoba para los profesionales de Turismo a los que ofrece un conjunto de información complementaria sobre la ciudad, aunque siguen sin poder utilizar su sistema de gestión de reservas de servicios.

8.3



Entrada / Con nueva estructura y diseño compatible, ofrece el acceso a todas sus áreas de información para el viajero.



Producto / Accediendo por área y tipo presenta una relación de temas de interés, con el acceso a su descripción y a su web.



Reserva / Mantiene su interesante sistema de reservas de visitas, espectáculos, traslados y otros servicios turísticos.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

La experiencia de varios años, clave para encontrar empleo en el Sector de agencias

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

■ **Viajes Jaipur. Barcelona.** Seleccionamos personal para nuestro departamento de turoperadores especializado en destinos transcontinentales. Se valorarán conocimientos de inglés y de Amadeus.

■ **Mapa Tours. Madrid.** Seleccionamos personal para diferentes departamentos de nuestro turoperador especializado en destinos europeos y Oriente Medio. Se valorarán conocimientos de inglés u otros idiomas nivel medio/alto hablado y escrito, así como manejo del sistema de gestión Dometour y Amadeus.

■ **Politours. Madrid.** Se busca personal para el departamento de Booking tanto para Madrid como Barcelona. Se requiere buena presencia, experiencia en puesto similar, buen nivel de inglés y amplio conocimiento de Amadeus y Galileo. Jornada completa, incorporación inmediata.

■ **Viajes Carrefour. Barcelona.** Imprescindible experiencia en venta y comercialización de productos turísticos.

■ **Trending Travel Viatges.** Vilassar de Mar (Barcelona). Precisamos incorporar un agente de viajes a media jornada, con horario y salario a convenir. Sus principales responsabilidades serán la elaboración de presupuestos, tramitación y gestión de reservas, emisión de documentaciones y gestión de incidencias. Requisitos: estudios de Turismo y Hostelería, catalán, castellano e inglés. Valoraremos conocimiento de Amadeus, Ofivaje y familiarización con Office.

■ **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.

■ **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.

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

■ **Campimar. Madrid.** Buscamos agente 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 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' turísticos, destinos largas distancias, itinerarios, reservas, adaptación a la empresa, con buena predisposición al aprendizaje y al trabajo y disposición a viajar y acompañar a grupos. Conocimientos de Amadeus, Office y buen nivel de inglés. Experiencia mínima de dos a cuatro años. Se valora: experiencia en acompañar grupos.

■ **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.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles y Resorts

↑ Riu H&R presenta una nueva web compatible para cualquier tipo de terminal en la que actualiza nuevamente su diseño y estructura, aunque manteniendo una gestión de **información** y de reservas para clientes y empresas semejante a la de la anterior.

↑ Por su amplia cobertura y facilidad de uso es una página de **utilidad**.

↓ Para **reservas** desde agencias ofrece otra web.



<http://www.riu.com>

Transporte en Navarra

↑ La Estellesa presenta una nueva versión de su página que, actualizando su diseño, mantiene la **información** sobre la empresa y sus servicios de transporte por carretera, que ahora incluye todos sus trayectos de línea regular en la gestión de reservas.

→ Es una página de **utilidad** para el usuario de sus líneas regulares.

↓ Su sistema de **reservas** no contempla la gestión desde agencias.



<http://www.laestellesa.com>

Nueva página de KLM

↑ KLM presenta una nueva página en la que, a diferencia del cambio anterior, modifica el diseño y la estructura de accesos, ampliando la **información** y los servicios, mientras mantiene el sistema de reservas, que sigue no disponible para las agencias.

↑ Sigue siendo de **utilidad** para clientes y empresas concertadas.

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



<http://www.klm.com>

Enología en 10 países

↑ La nueva versión de la página CatadelVino.com amplía sensiblemente sus servicios y su oferta, ofreciendo ahora **información** sobre bodegas y otros centros de enoturismo en 10 países, y la compra de vino, accesorios, catas programadas y estancias.

↑ Por su amplia información y oferta de vinos es una página de **utilidad**.

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



<http://www.catadelvino.com>

Turismo en Cuba

↑ La página oficial de Turismo de Cuba mantiene, con pocos cambios en su diseño, una **información** muy general tanto sobre sus características históricas, geográficas y de ayuda al viajero, como sobre sus atractivos y servicios turísticos.

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

↓ Para la gestión de **reservas** ofrece la web del hotel cuando existe.



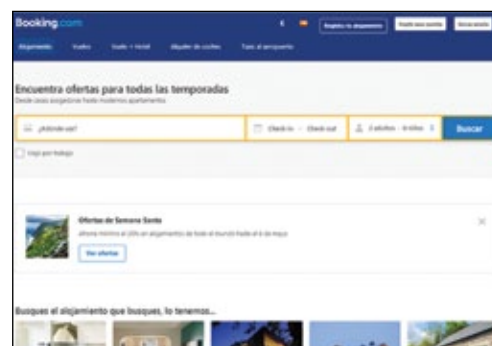
<http://www.infotur.cu>

Alojamientos y servicios

↑ La nueva versión que ofrece Booking.com mantiene, con muy pocos cambios, su **información** y gestión de alojamientos en todo el mundo, e incluye la de taxis a aeropuertos y la de vuelos, vuelo más hotel y coches de alquiler conectando con otros portales.

↑ Por su oferta y facilidad de uso es una web de **utilidad**.

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



<http://www.booking.com>

LEGISLACIÓN

Fiesta del Pimiento

Villanueva de los Infantes

✓Recientemente el Diario Oficial de Castilla-La Mancha ha publicado la designación de la Fiesta del Pimiento de Infantes como una nueva celebración de Interés Turístico Regional.

Esta festividad logra reunir en el pequeño municipio Villanueva de los Infantes, en Ciudad Real, a millares de visitantes, llegados desde todas partes del mundo y reparte más de 8000 raciones gratuitamente. En 2016 hubo más de 18.000 visitantes, casi 80 expositores del mercado cervantino y tres días de fiesta que empiezan el viernes con el acto de inauguración, con el pregón del alcalde de la localidad, y termina el domingo por la noche con la última de las actuaciones de folklore.

El evento, se lleva compaginando desde el año 2004 con las Jornadas Nacionales de Folklore, organizadas por la Asociación de Folklore y Tradición 'Cruz de Santiago'.

Diario Oficial de Castilla-La Mancha
www.docm.castillalamancha.es

CURSO

Curso de gestión de eventos

Contenidos de comunicación, protocolo y relaciones institucionales

La Universitat Abat Oliba CEU y la Escuela Internacional de Protocolo impartirán conjuntamente un título propio en Dirección de Comunicación y Gestión de Eventos a partir del próximo curso. Este nuevo programa se insertará dentro del currículo del grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la UAO CEU como título conjunto de especialización de carácter optativo.

Este programa de especialización en Dirección de Comunicación y Eventos se impartirá en modalidad semipresencial. Durante el transcurso del mismo, además de los contenidos presenciales y *online*, los estudiantes tendrán también que seguir una formación práctica fundamentada en el 'método del caso' y en simulaciones similares a situaciones reales.

El título tiene como objetivos principales la formación dentro del ámbito de la comunicación, así como el protocolo y las relaciones institucionales; capacitar para la organización de eventos innovadores relevantes



y coherentes con el contexto; formar en una visión integral de la comunicación y las relaciones institucionales, enmarcada en las coordenadas de globalización e internacionalización; e introducir en las normas del protocolo oficial, las técnicas de organización de eventos y las nuevas formas de comunicar desde la dirección de comunicación de empresas e instituciones.

LIBROS

Mejores vinos y bodegas España

Título: 'Guía de Vinos Gourmet 2019'

Después de cuatro años de hacer difusión a través de los medios de comunicación, ha llegado el momento de reunir los particulares consejos sobre elegancia de Marc Giró y recopilarlos en este 'Manual de buenas maneras para sobrevivir en el siglo XXI'. Un libro que, según destaca la editorial, sin duda, puede llegar a convertirse en una herramienta indispensable para todas aquellas personas que creen firmemente en la elegancia como vehículo para exteriorizar la propia manera de ser y para relacionarse con el entorno. Este libro está escrito en catalán y ha sido editado por la empresa catalana, Edicions de L'Albi.



CALENDARIO

Shanghai World Travel Fair

●Desde el jueves 18 hasta el domingo 21 de abril se celebrará la decimosexta edición anual de SWTF Shanghai World Travel Fair Shanghai, en el recinto Shanghai Exhibition Center.

Esta feria es la más grande de todo país y tiene un gran impacto en la mayor parte de China para la exposición de viajes al exterior. Coorganizado por la Administración de Turismo Municipal de Shanghai y VNU Exposición Europa, la SWTF Shanghai World Travel Fair fue diseñada para ser una plataforma donde los profesionales internacionales del Turismo puedan ofrecer y recibir recursos de viajes al extranjero.

Es una oportunidad única para que el comercio mundial de viajes se reúna, establezca contactos y realice negocios, además de una plataforma eficaz para la comercialización del consumidor. En 2018, la feria reunió a más de 65.000 visitantes y más de 750 expositores de todo el mundo. Más información: www.worldtravelfair.com

No creemos en los atajos

La ilusión y el trabajo por y para nuestras agencias
consolida pieza a pieza nuestro grupo.

DITGESTION

Mucho más que un grupo de gestión

SUBEN

▲ Pilar Nieto

Pilar Nieto Aguirre se incorpora a Catai como nueva directora comercial. Reemplaza en el cargo a Pilar Gil, quien tras más de diez años ha decidido poner fin a su carrera profesional, coincidiendo con su edad de jubilación.



▲ Alejandro Suárez

Alejandro Suárez Larrinaga se incorpora a World2Meet (W2M) como vicepresidente de Américas con la responsabilidad de consolidar la expansión del negocio receptivo y de distribución digital en el continente. Reportará a Patricia Rosselló.



▲ Fanny Narbona

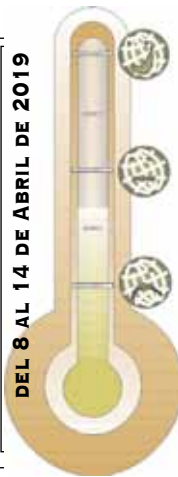
Dimensiones Club anuncia la incorporación de Fanny Narbona como nueva delegada comercial de la zona de Andalucía. Con una experiencia de más de 25 años en el Sector, ha desarrollado su carrera en empresas como Costa Cruceros o JumboBeds.



SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Jesús N. de la Rosa	3
Entrevista / Juan José Oliván	4
Escaparate	6-13
Avaya News	15-18
Gestión	19
Mostrador	21-22
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluanet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 8 AL 14 DE ABRIL DE 2019



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

El Turismo de compras cae un 5% en España

El Turismo de compras se resiente en España a lo largo de 2018, con una caída del 5% de los ingresos por compras *tax free* de turistas extracomunitarios. Según Global Blue, detrás de este retroceso estaría la fortaleza del euro, que también resta competitividad al resto de país con dicha moneda, así como la mala gestión de la proyección del conflicto político de Cataluña en pleno juicio por el procés. De los destinos punteros de Europa, tan solo Francia supera en 2018 la cifra de gasto del ejercicio anterior (+2%). Italia, Reino Unido y Alemania sufren retrocesos del 7% en los dos primeros casos y del 12% en el tercero, mientras que de media, la bajada en Europa se estima en el 4%.



ESPECIAL SEMANA SANTA 2019

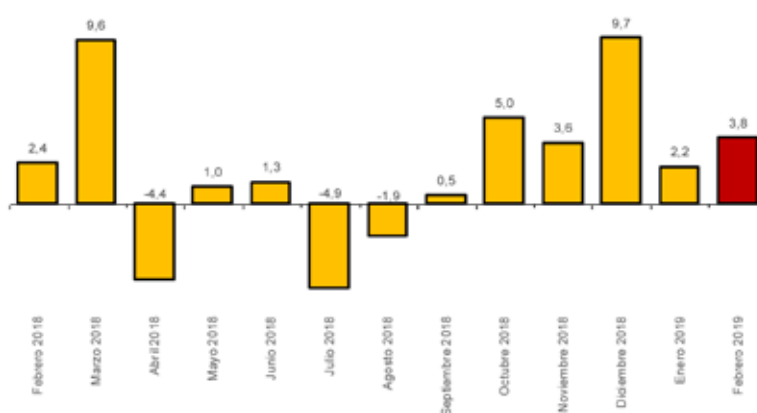
INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

España acoge un 4% más de turistas

España ha recibido en febrero 4,4 millones de turistas internacionales, lo que supone un aumento interanual del 3,8%. Su gasto asciende a 4.667 millones de euros, un 2,9% más. Según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en los dos primeros meses del año han llegado a España 8,6 millones de viajeros (un 3% más), con un gasto total de 9.357 millones de euros, (un 3,3% más).

Llegada de turistas internacionales por meses



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

© NEXOTUR

para compartir momentos de ocio en familia, con 3.550.385 de turistas en febrero. 426.154 llegan por motivos de trabajo (un 8,8% más). Por otros motivos llegan 403.587.

Respecto al alojamiento, la estancia en hotel es la preferida por los usuarios en febrero, aumentando un 3,5% (2.728.040),

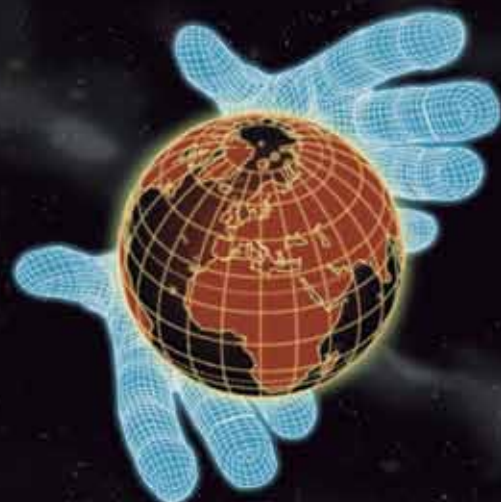
en tasa anual. El alojamiento ha aumentado un 9,6%, gracias al incremento experimentado por las estancias en viviendas de familiares o amigos (12,1%). Por su parte, la vivienda de alquiler ha descendido un 5% respecto al mes febrero del año pasado, registrando más de 400.000 usuarios.

La vía aeroportuaria es la que sirve de entrada al mayor número de turistas en febrero, con cerca de 3,7 millones, lo que supone un aumento anual del 3,8%. Por carretera llegan un 6,7% (662.946) más de turistas, mientras que por puerto acceden un 22,5% menos (44.531) y por vía ferroviaria, más de un 3% menos (16.052).

Duración y gasto

Sobre la duración de la estancia de los turistas internacionales en la península, predomina el abanico entre los cuatro y los siete días con 2.112.840 usuarios y aumentando un 5,4%. Las duraciones menos demandadas son las de una noche (278.213) y la de más de 15 (305.191). La primera ha aumentado un 7,7% mientras que la segunda sigue con su descenso, con un 10,7% menos que el pasado febrero. Cabe destacar el gran número de visitantes que no hacen noche en el país, generalmente excursionistas. La cifra es de 2.592.118 y aparentemente continuará con su crecimiento.

Respecto al gasto, las primeras posiciones son para las Islas Canarias con 1.447 millones de euros, aumentando un 2% más que en febrero de 2018, Cataluña (1.015 millones y un descenso del 0,8%) y Madrid (634 millones y un aumento del 14,1%). En cuanto a los países emisores, Reino Unido vuelve a liderar la tabla con 814 millones de euros, un 3% más, y Alemania, 565 millones (+4%).



Date de alta
en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana
en tu email

