



CHRISTIAN
BOUTIN

Plataforma flexible

PÁG. 10 / Amadeus Travel Platform responde a las necesidades del Sector



ANA
DUEÑAS

Recibimiento favorable

PÁG. 6 / El cambio de ERV a ERGO nos hace más fuertes localmente



MIGUEL ÁNGEL
DE LA MATA

Experiencia positiva

PÁG. 6 / Viajes El Corte Inglés aplaude los avances de NDC



FINA
MUÑOZ

Expansión a Portugal

PÁG. 7 / IAG7 aspira a ir "haciéndose hueco" en Portugal



JUAN
DEL HOYO

Lento pero seguro

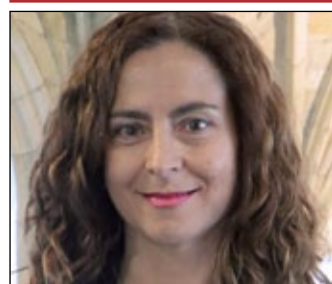
PÁG. 9 / Keops Viajes, franquicia de Azul Marino, crece "lento pero seguro"

PSOE y Unidas Podemos acuerdan crear una Estrategia de Turismo Sostenible

Apuestan por la sostenibilidad y la implementación de la inteligencia turística

En el acuerdo de coalición progresista del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y Unidas Podemos para la nueva legislatura incluye dos medidas

específicas para el Turismo: una Estrategia de Turismo Sostenible 2030 y medidas para atajar la proliferación del alquiler vacacional.



Mercedes Suárez, MICE de Paradores.

Paradores 'está muy en forma con buenos datos'

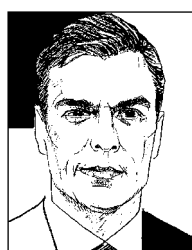
"Vamos a cerrar 2019 con una facturación dos puntos por encima de 2018", según la responsable de MICE de Paradores. Pág. 4

El gasto en 'paquetes' desciende más de un 4%

El gasto de los españoles en 'paquetes' cae en verano por segundo año. En concreto un 4,1%, con 1.600,6 millones. Pág. 11

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 23

El PSOE y Unidas Podemos firmaron el 30 de diciembre el acuerdo de coalición progresista con los ejes centrales para la nueva legislatura. Además de propuestas generalistas que tendrán una clara incidencia en la actividad turística, como la reforma laboral o la subida de impuestos a grandes empresas, también incluye dos medidas para el Turismo.



Pedro Sánchez

La primera es la puesta en marcha de la Estrategia de Turismo Sostenible 2030, en cuya elaboración contarán con las Comunidades autónomas y los principales agentes económicos y sociales del Sector. La segunda está dirigida a intentar atajar la problemática generada por la proliferación del alquiler vacacional. **Escapate en pág. 5**

DIT Gestión incorpora 227 agencias de viajes en 2019

En los últimos 12 meses, DIT Gestión ha captado un total de 227 puntos de venta, de los que el 82% procede de otros Grupos de gestión, como confirma a NEXOTUR, su director comercial, Lander Arriaga. Además, entre agencias de viajes físicas y online DIT Gestión tiene "un total de 917 asociados". Según sus datos, en 2018, su mejor



Lander Arriaga

año hasta el momento en captación, alcanzó los 850 puntos de venta, por lo que en 2019 ha registrado un crecimiento del 7,9%. En lo que respecta a las tiendas físicas, DIT Gestión termina 2019 con 655 asociados en España, lo que supone un fuerte incremento del 22,2% respecto a 2018. **Escapate en pág. 5**

Urge actualizar legislación sobre comercio electrónico

La normativa de la Unión Europea data del año 2001

Hoteleros y plataformas tecnológicas europeas, a pesar de haber tenido reacciones totalmente opuestas, coinciden en la necesidad de revisar con urgencia la legislación sobre comercio electrónico de la Unión Europea tras conocerse el fallo del Tribunal de Justicia de la Unión Europea a favor de Airbnb. En su sentencia, que crea jurisprudencia, niega que la plataforma sea un agente inmobiliario, como preten-



Christoph Klenner

día el sector hotelero, y determina que se trata de un mero intermediador. Para HOTREC, "es una señal clara de que las normas de comercio electrónico, que datan de 2001, no están adaptadas a la realidad actual del mercado".

Para EU Travel Tech es "un primer paso hacia la consecución de una mayor coherencia regulatoria" y pretende que la responsabilidad recaiga en el proveedor. **Escapate en pág. 13**

CIMET cuenta ya con más de diez países confirmados

El martes 21 de enero, el Centro de Convenciones Sur de Ifema acoge la vigésimo tercera edición de la Conferencia Iberoamericana de Ministros y de Empresarios de Turismo (CIMET). La Conferencia organizada por el Grupo NEXO cuenta ya con la confirmación de más de diez países, con ministros y



máximos responsables de Turismo de Chile, Ecuador, Panamá, Paraguay, Puerto Rico, Costa Rica, México, Honduras, Nicaragua y Perú, entre otros. Celebrada en horario de mañana (de 9:00 a 15:00 horas), congregará a unos 200 profesionales de la industria turística española.

Escapate en pág. 8



Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España

NEXOTUR

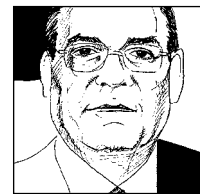
PVP: 9€ cada volumen
PVP: 98€ colección completa (*)

Solicite su ejemplar o colección: suscripciones@nexotur.com
(*) El volumen 12 (años 2018 y 2019) se entregará en enero de 2020



‘Entre los factores que explican el buen desempeño del Turismo en los últimos años destaca el fuerte crecimiento del Sector Hotelero, que ha apostado de forma decisiva por la inversión para la mejora de sus instalaciones y las nuevas tecnologías’, asegura el presidente de ITH

TRIBUNA



JUAN MOLAS

Una historia de éxito

CELEBRAR 30 AÑOS de actividad de información es un rotundo éxito que pocos pueden compartir. Son muchas y variadas las publicaciones del Grupo NEXO, pero sin duda la que para nosotros, los empresarios y profesionales del Sector Turístico, ha tenido una especial relevancia desde hace 22 años han sido el Periódico y Digital NEXOTUR y el Digital NexoHotel.com.

Hemos sido actores de la transformación que ha vivido España desde varios aspectos. El Turismo ha sido un Sector determinante en beneficio de la estabilidad económica y social del país, siendo sin duda uno de los pilares de la economía española.

Sirva de ejemplo la capacidad del Sector de generar empleo. El año 2000, el 9,3% de la población activa —es decir 1,4 millones de personas— estaba vinculada al Sector Turístico. Y en 2018 hemos alcanzado la cifra de más de 2,5 millones de personas, un 13% del empleo total.

Entre los factores que explican el buen desempeño del Turismo en los últimos años destaca el fuerte crecimiento del Sector Hotelero, que ha apostado de forma decisiva por la inversión para la mejora de sus instalaciones, así como la decidida aplicación de nuevas tecnologías y el reconocible alto nivel profesional de sus equipos.

Cierto es también que la crisis económica del periodo 2008-2014 produjo una generalizada recesión en la Economía española en general, pero el Sector Turístico supo capear el temporal gracias a las fluctuaciones de las tarifas hoteleras, los costes del transporte, el avance económico de los principales mercados europeos —en particular, británicos, alemanes y franceses—, sin olvidarnos de que

algunos de nuestros competidores sufrieron tensiones geopolíticas.

Pero la pregunta es: ¿Se puede mantener el liderazgo en el *ranking* mundial, batiendo año tras año el número de turistas que nos visitan?

De cara al futuro, la ralentización del crecimiento del Turismo exterior es un desafío importante. Y por ello sería recomendable que

por poder adquisitivo, en particular Estados Unidos, Rusia y China.

Seguimos siendo líderes en Turismo de ‘sol y playa’, verdadera columna vertebral del Turismo en España. Pero ello no es óbice para poder ejercer los cambios necesarios para ampliar la temporada turística, potenciando otras alternativas, como son el Turismo deportivo,

neutral y profesional, ya que gran parte de las decisiones estratégicas requieren del conocimiento que nos proporcionan diariamente los medios digitales y la prensa escrita del Sector Turístico. En esta importante cuestión, el Grupo NEXO se ha caracterizado siempre por difundir una línea editorial de apoyo al Sector, que siempre ha podido contar

concede la Asociación Española de Editores de Publicaciones Periódicas, y que les fue entregado solemnemente el 5 de marzo de 2019 en la Real Casa de la Moneda, en la multitudinaria gala anual de los editores españoles.

Fruto de más de dos décadas de esfuerzo y dedicación informativa al Sector Turístico son los 12 volúmenes de ‘Análisis de Actualidad del Turismo y las Agencias de Viajes en España’, en los que disecciona e interpreta, semana a semana, los principales acontecimientos y tendencias que han marcado la actualidad sectorial en los últimos 22 años.

Análisis y opinión surgidos de la pluma del director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada, que se ofrecen por vez primera recopilados, junto con las portadas del Semanario, poniendo así a disposición de los empresarios y profesionales, pero también de los estudiosos de la Historia del Turismo, el escaparate periodístico y gráfico de las noticias más destacadas, jerarquizadas en las primeras páginas del periódico.

Más de 6.000 páginas con la opinión editorial de NEXOTUR, diseccionada y escrita por Eugenio de Quesada, semana tras semana, durante más de dos décadas, que se completan con dos millares de Check-in y Check-out —el elogio y la crítica de la actualidad semanal—, y el millar de Personajes de la semana, nombrados por NEXOTUR. Una inmersión, rigurosa y documentada, en la historia reciente del Turismo en España y que desde hoy constituye, sin duda, un verdadero referente en el Sector Turístico español.

✉ **Juan Molas** es expresidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)



el Sector diseñara y asumiera un cambio de modelo productivo, orientado hacia segmentos de visitantes de mayor valor añadido y menor incidencia estacional, con una menor dependencia de la competitividad vía precios.

Es absolutamente imprescindible seguir apostando por la colaboración público-privada y por un compromiso decidido de los representantes políticos para dotar al Sector de instrumentos para predecir las nuevas tendencias de los diferentes mercados.

Se hace indispensable diversificar y seleccionar segmentos de ma-

cultural, gastronómico, de salud, religioso y de compras, entre otros. Para ello, es conveniente contar con un marco regulatorio que favorezca la competencia, el crecimiento y la sostenibilidad, teniendo en cuenta las externalidades tanto positivas como negativas que genera el Sector en un entorno tan cambiante.

Finalmente, debemos adaptarnos de forma decidida por las nuevas tecnologías y el desarrollo de la digitalización, impulsando la formación y la inversión que permitan llegar al cliente final con facilidad.

Y para ello es necesario contar con una información precisa,

con su inestimable colaboración. Y el firme compromiso con el Asociacionismo sectorial, que vertebró el Sector Turístico español.

No quiero terminar este pequeño relato, sin felicitar a mis amigos, los editores Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, por haber conseguido llegar hasta aquí alcanzando el millar de ediciones del Semanario del Sector Turístico. Un hito que ha sido reconocido por sus colegas, los editores de revistas, digitales y periódicos, que les han concedido *ex aequo* el Premio a los Editores del Año por su Trayectoria Profesional, que

Que el océano del Aire una a todo el mundo. 100 años de KLM

EL PASADO 7 de octubre celebramos un día muy especial en la aviación: los 100 años de KLM, la primera compañía aérea del mundo que sigue operando bajo su nombre original. Para toda la familia KLM este aniversario es un honor y también un orgullo.

En 1919, el joven pionero de la aviación Albert Plesman fundó



BORIS DARCEAUX

nuestra compañía con un sueño, que "el océano del aire una a todo el mundo".

A lo largo de estos 100 años KLM ha contribuido a este sueño desarrollando la aviación con un espíritu emprendedor y construyendo una red global. Facilitando día a día cientos de viajes, colaborando en el descubrimiento de

culturas diferentes, ayudando a explorar el mundo, uniendo a amigos

y familias y también optimizando intercambios económicos.

KLM ha cumplido 100 años, y 73 en España. Un trayectoria en nuestro país que se remonta a febrero de 1946, cuando empezó a operar con un DC3 entre Amsterdam y Madrid. Desde entonces la compañía no ha dejado de apostar por España hasta llegar a ser, junto con Air France, una de las principales compañías aéreas extranjeras en este país.

KLM ha llegado a los 100 años captando oportunidades, asu-

miendo retos y abrazando nuevas tecnologías en un mundo que ha cambiado radicalmente.

Uno de estos retos es sin duda el cuidado de nuestro entorno. Ésta es una realidad que no podemos negar y todos tenemos que asumir nuestras responsabilidades. Le debemos a las generaciones futuras el encontrar soluciones para los próximos 100 años. Nadie gana en un mundo que pierde, y por ello KLM ha asumido el reto de la sostenibilidad. Trabajamos desde hace años invirtiendo en

una flota con menos emisiones de CO₂, en combustibles sostenibles o en proponer acciones como Fly Responsibly, entre otras iniciativas.

En este aniversario, miramos atrás con orgullo y al futuro con confianza. Tenemos frente a nosotros muchos retos, pero KLM es una veterana que está en forma y preparada para hacer que en los próximos 100 años el océano del aire siga uniendo al mundo.

✉ **Boris Darceaux** es Director General de Air France-KLM para España y Portugal.

Paradores es un orgullo y un estandarte de la marca España, así como una compañía casi centenaria que se ha situado a la vanguardia de la sostenibilidad turística / Nadie tiene nuestro catálogo de lugares únicos / Ofrecemos espacios absolutamente singulares / Hemos hecho un gran esfuerzo en nuestra oferta gastronómica / Tenemos un producto incomparable y muy variado

Mercedes Suárez es la responsable MICE de Paradores, la cadena de hoteles pública que ofrece cerca de un centenar de establecimientos singulares con espacios específicos para la celebración de reuniones y eventos.

P.- Paradores celebró en el año 2018 su 90 aniversario. ¿Qué supone para una compañía turística llegar a esta cifra?

R.- Es la prueba de que su modelo de negocio es un éxito. Paradores es una empresa pública rentable que reinvierte sus beneficios en la conservación del patrimonio histórico y cultural de todos los españoles. Es, además, una compañía casi centenaria que se ha situado a la vanguardia de la sostenibilidad turística. Sin duda, un orgullo y un estandarte de la marca España.

P.- Paradores ha concluido un año en el que su evolución ha sido positiva. ¿Qué previsiones de cierre tiene la compañía?

R.- Los datos van a ser muy buenos. Estimamos que vamos a cerrar 2019 con una facturación dos puntos por encima de 2018, que ya fue un año muy bueno. Eso teniendo en cuenta que tres de nuestros Paradores más emblemáticos están cerrados por reforma: León, Aiguablava y Jaén. Ese dato confirma que la empresa está muy en forma y que deja atrás los malos momentos de la crisis.

P.- ¿Cómo ha evolucionado el año desde el punto de vista MICE?

R.- La evolución está siendo positiva. Estamos registrando un incremento de ingresos tanto en salas como en restauración respecto a 2018. Y las previsiones hasta cierre de año van en la misma línea. Somos una empresa con casi cien establecimientos con una amplia oferta de espacios de múltiples tamaños que pueden utilizarse para eventos pequeños o para grandes convenciones. Paradores está realizando una inversión importante para apuntalar esta línea de negocio, especialmente en aquellos establecimientos con más potencial para MICE.

P.- ¿Qué previsiones tiene la compañía para 2020?

R.- Las previsiones son muy positivas. Tenemos previsto reabrir esos tres Paradores que están cerrados por obras (León, Aiguablava y Jaén) que, después de la reforma, van a ser mucho más atractivos de lo que ya eran. Y, además, vamos a inaugurar el Parador de Muxía Costa da Morte, un edificio de nueva construcción que mira al mar realmente espectacular.

En el ámbito internacional Paradores está apostando fuerte por países con mucha proyección como Japón, Corea del Sur, Taiwán o China para amortiguar las posibles

«Paradores reinvierte sus beneficios en la conservación del patrimonio»

Mercedes Suárez Gavela / Responsable MICE de Paradores



caídas de Alemania y Reino Unido, nuestros principales mercados emisores. También estamos intensificando el negocio en Estados Unidos y América del Sur, donde nuestro producto es muy apreciado.

Paradores está también en plena transformación tecnológica, lo que va a ayudar a incrementar nuestra capacidad de distribución de consolidación de nuevos mercados.

En lo que se refiere al MICE, dadas las previsiones de auge del Sector en España para los próximos años, nuestro objetivo es hacernos más visibles para que se nos identifique no solo como una cadena dedicada al ocio y al descanso, sino también como un espléndido destino para eventos empresariales.

P.- ¿Qué hace diferente a un evento que tenga como sede una de las instalaciones de Paradores?

R.- Tenemos un producto incomparable y muy variado. Ofrecemos espacios absolutamente singulares en castillos, palacios, conventos o en impresionantes parajes naturales, contruidos con piedras de muchos siglos o con materiales de última generación, alejados de todo o en el centro de muchas ciudades. Nadie tiene nuestro catálogo de lugares únicos.

Esa potencia de los espacios, su luz natural, su buena acústica, junto a un alojamiento de primer nivel para pernoctar y una excelente gastronomía componen una oferta muy atractiva para el MICE. A eso hay que sumar que somos hosteleros desde hace casi un siglo.

P.- ¿Todos los paradores de la red tienen espacios para la organización de eventos?

R.- Por supuesto. Solo hay una excepción, Alarcón, un Parador muy pequeño, un castillo que es una joya de tan solo 13 habitaciones. Los 95 Paradores restantes cuentan con salones de reuniones y espacios al aire libre cuyo tamaño depende de las características de cada establecimiento.

P.- ¿Cuáles son los establecimientos más preparados para el segmento MICE?

R.- Nuestros buques insignia para el MICE son Alcalá de Henares, La Granja, Cádiz, Segovia, Santiago de Compostela, Baiona, Córdoba, Málaga Golf y El Saler. Están ubicados en lugares excepcionales y disponen de los mejores equipamientos. En Cádiz o La Granja, por

ejemplo, podemos albergar eventos de más de 700 asistentes.

P.- ¿Paradores cuenta con un equipo especializado?

R.- Contamos con un equipo de *meeting planners* con mucha experiencia y gran conocimiento del producto. El equipo atiende, de manera centralizada, todas las solicitudes relacionadas con este segmento que se reciben para cualquier Parador y, en especial, las que nos derivan nuestras grandes cuentas. Asimismo, los principales paradores más focalizados en el cliente MICE cuentan con equipos propios que se encargan de planificar, preparar y gestionar todas aquellas solicitudes que no tienen consideración de gran cuenta.

P.- ¿Qué oferta de actividades complementarias puede ofrecer Paradores al Sector MICE?

R.- Sin duda, todo tipo de experiencias gastronómicas, además de una oferta muy variada de actividades que dependen de cada Parador y del área geográfica en el que se ubica.

P.- ¿Qué tipología de evento o cliente es la más habitual?

R.- La mayoría de nuestros establecimientos tienen catalogación de cuatro estrellas, lo que nos facilita ser tenidos muy en cuenta por las empresas farmacéuticas y de consultoría. También tenemos muchos clientes de compañías energéticas y de automoción. Además, nuestros Paradores son sede, con mucha frecuencia, de retiros de Comités de Dirección de grandes compañías.

Nuestro extenso y, sobre todo, variado portafolio hace que tengamos clientes de muchos tipos, con necesidades e intereses muy distintos. Ser capaces de atender a empresas muy dispares es para nosotros un reto muy estimulante.

P.- ¿Qué papel juega la gastronomía en Paradores?

R.- Es una de nuestros grandes valores y una clara ventaja que nos diferencia del resto. Paradores es una cadena de 'hoteles y restaurantes desde 1928', como dice nuestro lema. Por tanto, no solo somos una compañía de establecimientos muy acogedores, sino de establecimientos en los que se come muy bien. Hemos hecho un gran esfuerzo para que la oferta gastronómica sea muy competitiva para el segmento MICE.

La gastronomía de calidad es una de las razones de ser de Paradores, una compañía referente en cocina local elaborada con productos de proximidad. En los últimos meses hemos renovado y mejorado toda la oferta gastronómica sin perder esa esencia. Además, hemos aumentado nuestra apuesta con 12 nuevos espacios gastronómicos en los que se sirven platos más informales. Y vamos a seguir creciendo en esa línea.

Estimamos que vamos a cerrar 2019 con una facturación dos puntos por encima de 2018

Paradores está realizando una inversión importante para apuntalar el área de eventos

La sostenibilidad en el centro del negocio

Paradores de Turismo ha puesto la sostenibilidad en el centro de su negocio. El compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, también conocidos por sus siglas ODS, y la Agenda 2030 de Naciones Unidas (ONU) guía todo nuestro negocio. Nuestro modelo es plenamente sostenible,

tanto económicamente como social y medioambientalmente.

El cuidado del entorno es uno de los propósitos básicos de la misión de Paradores de Turismo, una empresa que ya fue pionera en la certificación

ambiental de todos sus establecimientos hotele-

ros por la ISO 14001 en 2010. Ahora, la compañía se ha situado en los primeros puestos en materia de sostenibilidad hotelera, adelantándose a la mayoría del sector en muchos ámbitos.

Cada vez en más habitual, en el ámbito del sector MICE



©MERCEDES SUÁREZ

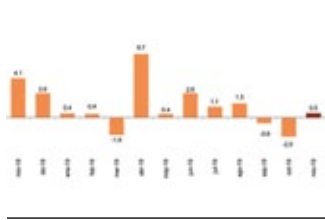
(Meetings, Incentivos, Convenciones, Eventos y Congresos), que el cliente solicite nuestras certificaciones medioambientales o que valore nuestro compromiso con la sostenibilidad a la hora de contratar. Ocurre, especialmente, con empresas multinacionales o procedentes del extranjero.

ESCAPARATE

Las pernoctaciones suben medio punto

En el último mes de noviembre, se ha registrado un aumento de medio punto en el número de pernoctaciones hoteleras en España respecto al año anterior, según la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH). **Pag 32**

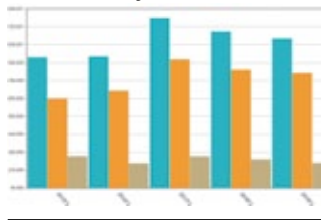
Tasa de variación anual



El gasto de los españoles en 'paquetes' cae

Los residentes en España han destinado 1.600,6 millones de euros a la contratación de viajes combinados entre los meses de julio y septiembre, lo que supone un descenso interanual del 4,1%. **Pag 11**

Gasto en viajes (3er trimestre)



La cuota de mercado del AVE supera el 63%

De los 33,6 millones de personas que usaron los servicios comerciales de Renfe en 2018, un 63,4% optan por el AVE. Su crecimiento es más discreto que el registrado por la larga distancia convencional. **Pag 10**

PRONTUARIO

Un espacio de GEO conservación

ROSÉS HA APROBADO el Proyecto de adecuación paisajística del patrimonio geológico del roquedal costero de la Punta Pontella para acondicionar el enclave entre la Punta de Batería y el Faro de Roses con el fin de hacer más accesible, visible y legible el excepcional patrimonio geológico de la cizalla de Roses. Se trata, pues, de un primer establecimiento en la zona marítimo-terrestre

que define el recorrido físico y el relato pedagógico que pone en valor las zonas de cizalla de Roses.

Los afloramientos entre el Faro de Roses y la Playa de Canyelles petites tienen una gran

relevancia internacional tanto a nivel didáctico como científico. Comenzó a ser reconocida hacia 1980 cuando, por todo el mundo, se conoció el significado de las llamadas zonas de cizalla y su valor para la comprensión de los procesos tectónicos. Expertos internacionales reconocieron que muchos ejemplos que afloran en los alrededores del Faro de Roses se situaban entre los mejores y más accesibles del mundo.

La salvaguarda y protección es de gran interés para la comunidad geológica catalana, estatal e internacional. Las rocas que afloran son granitoides (granodioritas con abundantes enclaves de cuarzo diorita), que representan parte de un cuerpo magmático solidificado en profundidad hace unos 300 millones de años. La deformación sufrida durante su enfriamiento ha quedado registrada en estos afloramientos en forma de magníficas estructuras, consideradas ya clásicas en la literatura geológica.

Este proyecto responde a la voluntad municipal y de la comunidad científica especializada para crear un 'Espacio de GEO conservación de Roses' accesible y didáctico.

☞ Montse Mindan es alcaldesa y concejala de Turismo de Roses.

¿Cuáles son las propuestas de PSOE y Unidas Podemos en materia de Turismo?

Ambos grupos apuestan por la sostenibilidad y la implementación de la inteligencia turística

El pacto de Gobierno establecido por Unidas Podemos y el PSOE sigue causando incertidumbre en el Sector Turístico. Ambas

formaciones apostarán por la Estrategia de Turismo Sostenible 2030 incluyendo la rehabilitación y regeneración en los destinos más

maduros. Además, tratarán la controversia presente en términos de alquiler vacacional a través de reformas normativas.

El PSOE y Unidas Podemos firmaron el pasado 30 de diciembre el acuerdo de coalición progresista, el cual recoge los ejes centrales para la próxima legislatura. Además de propuestas generalistas que también tendrán una clara incidencia en la actividad turística, como por ejemplo la reforma laboral, la subida de impuestos a grandes empresas y el incremento del salario mínimo, también incluye dos medidas específicas para el Turismo.

La primera es la puesta en marcha de la denominada Estrategia de Turismo Sostenible 2030, en cuya elaboración pretenden contar con la participación de las Comunidades autónomas y los principales agentes económicos y sociales del Sector. "Consolidaremos la posición del Turismo en España basado en la

sostenibilidad y en la implementación de la inteligencia turística", detallan al respecto ambos partidos.

Como publicó NEXOTUR, en su programa, el PSOE se comprometió a adoptar una "estrategia de Turismo Sostenible, con el objetivo de apoyar iniciativas destinadas a reducir la estacionalidad de la oferta y la rehabilitación y regeneración en los destinos más maduros, promoviendo el atractivo de nuestro patrimonio histórico". También abogó por incentivar "el comportamiento responsable de las empresas de la hostelería y la restauración, que pueden contribuir significativamente a reducir la huella ecológica del Turismo y a mejorar las condiciones laborales de sus empleados y empleadas, al tiempo que aumenta la calidad de su oferta".



Los líderes de PSOE y Unidas Podemos, Pedro Sánchez y Pablo Iglesias.

La otra medida vinculada al Turismo está dirigida a intentar atajar la problemática que ha generado la proliferación del alquiler vacacional, que ha traído consigo el incremento de los precios del alquiler y la limitación de la oferta para uso residencial, algo "especialmente grave"

en algunas ciudades. Para abordar esta cuestión, ambos partidos se comprometen a impulsar reformas normativas que permitan que las comunidades de propietarios puedan prohibir el ejercicio de la actividad de alquiler turístico o fijar determinadas condiciones para su ejercicio.

Gran éxito de DIT Gestión: capta 227 agencias de viajes a lo largo del 2019

En la actualidad, el Grupo de gestión supera los 900 puntos de venta y seguirá creciendo

DIT Gestión prosigue con su espectacular escalada en el mercado español. El Grupo de gestión, también presente en Portugal y Colombia, vuelve a cosechar un gran éxito en nuestro país con una estrategia centrada en proporcionar servicios y herramientas tecnológicas "para que las agencias puedan ser altamente competitivas".

En declaraciones a NEXOTUR, su director comercial, Lander Arriaga, revela que entre agencias de viajes físicas y online "tenemos un total de 917 asociados". Por otra parte, según los datos difundidos por la empresa, en 2018, su mejor año hasta el momento en materia de captación, alcanzó los 850 puntos de venta, por lo que en

este último ejercicio ha registrado un crecimiento del 7,9%. Otro dato que pone de relieve la exitosa estrategia de DIT Gestión es el número de agencias captadas en los últimos 12 meses. Según Lander Arriaga, a lo largo de 2019 se han incorporado al grupo 227 puntos de venta. De éstos, el 82% procede de otros Grupos de gestión.

Más de 600 asociados

En lo que respecta a los establecimientos físicos, DIT Gestión termina el año 2019 con 655 asociados en España. Se trata de un fuerte incremento del 22,2% en relación a 2018, año que cerró con 536 sucursales. Solo Traveltool y

Airmet-Cybas figuran por delante del grupo liderado por Jon Arriaga.

Para entender mejor la progresión de la empresa guipuzcoana hay que tener en cuenta su corta trayectoria. Y es que el proyecto arrancó hace únicamente 11 años, es decir, en 2008, coincidiendo con el estallido de la crisis económica.

Pese a la coyuntura adversa que vivió el Sector, con miles de cierres de empresas, DIT Gestión ha protagonizado una encomiable evolución, especialmente en los últimos seis o siete años. Cabe recordar que llegó a 2012, cuatro años después de su fundación, con 160 oficinas, prácticamente una sexta parte de los asociados que dispone en la actualidad.



Jon Arriaga preside DIT Gestión.

VOS refuerza su apuesta por el mercado español

VOS Destination Management se asienta en el mercado español para colaborar con agencias y turoperadores y convertir nuestro país en uno de los focos de su actividad. En este sentido, su CEO, Jean-Marc Bret ha destacado que "el interés del turista español hacia Escandinavia ha aumentado exponencialmente estos últimos años y debemos estar a la altura".

Países competidores se recuperan bajando precios

La consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla, reconoce que 2019 "ha sido un año de dificultades", con "importantes mermas en el sector canario". Menciona la pérdida de conectividad aérea, "que va más allá de la caída de Thomas Cook". Y hace referencia a la competencia de países que "han vuelto a escena con una estrategia de precios muy agresiva".

Nuevo acuerdo de SNCF con las agencias francesas

SNCF reafirma su apuesta por el canal de agencias de viajes. La compañía ferroviaria francesa ha suscrito un nuevo acuerdo de distribución con Entreprises du Voyage (EDV), la Organización del Sector más representativa del país galo, después de varios meses de negociaciones. Se introduce alguna mejora respecto al acuerdo anterior.

Finalista de 'The Chatbots Tourism Awards'

La segunda edición de los premios de 'The Chatbots Tourism Awards 2020', cuyos ganadores se darán a conocer el jueves 23 de enero en el marco de Fitur Know-How & Export, ya tiene finalistas. Entre los seis proyectos seleccionados está Iris, creado por Destinia. Los otros cinco son Taro, Canaryfulness, Quito Guide, Nicehop y Zalia de Zafiro Hoteles.

Viajes El Corte Inglés aplaude los avances de NDC de Iberia y British

Se compromete a seguir trabajando con todas las partes implicadas

Las soluciones New Distribution Capability (NDC) de Iberia y British Airways, en un primer momento muy criticadas por las Organizaciones

empresariales del Sector, empiezan a convencer. Viajes El Corte Inglés, por ejemplo, valora positivamente su experiencia.

Viajes El Corte Inglés valora de forma positiva su experiencia con las soluciones New Distribution Capability (NDC) de Iberia y British Airways. "Ya podemos buscar y reservar todo el contenido NDC a través de nuestros agregadores tecnológicos preferidos", aplauden desde la agencia líder del mercado español.

También avanzan que "a medida que la adopción de NDC continúa cogiendo peso, Viajes El Corte Inglés permanecerá trabajando junto con todas las partes en el ecosistema de la industria, situándose en el centro de esta transformación para garantizar el progreso, especialmente



M.A. de la Mata

en el entorno corporativo". Asimismo, inciden en que tienen "un desempeño clave en el liderazgo de la colaboración con proveedores y aerolíneas".

Funcionalidades

Como publicó NEXOTUR, Iberia y British Airways han logrado recientemente la certificación NDC@Scale, la más alta que otorga la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA). Con su obtención, ambas aerolíneas demuestran que tienen la capacidad de realizar un gran volumen de transacciones NDC, facilitar el servicio y el mantenimiento a sus clientes de manera

eficaz. Además, continúan añadiendo nuevas funcionalidades al canal.

Mención especial merece el desarrollo de la categoría de Precios Adicionales en la red de largo radio, ahora disponible para un mayor número de rutas, incluidas las del Atlántico Norte, "lo cual supondrá que las agencias dispondrán del triple de niveles de precios que en el modelo de distribución tradicional", aseguran las líneas aéreas de International Airlines Group (IAG). Su intención es que todas las rutas estén incluidas a lo largo de 2020.

Paralelamente, Iberia ha comenzado a ofrecer su tarifa básica de algunas rutas domésticas solo vía NDC. British Airways hará lo propio con las conexiones europeas a finales del primer trimestre de 2020.

Los mercados lejanos sostienen el crecimiento turístico en nuestro país

Estados Unidos aporta un 13% más de turistas que en el año 2018

El destino España se sobrepone a la debilidad mostrada por sus mercados emisores tradicionales. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), concluye los 11 primeros meses de 2019 con 79,4 millones de turistas internacionales, un 1,2% más. El gasto asciende a 87.265 millones, un 3% más que en 2018.

Los principales mercados emiten entre enero y noviembre menos turistas. Con cerca de 17,3 millones de viajeros, Reino Unido experimenta un retroceso anual del 2,2%. Le sigue Alemania con 10,7 millones y un descenso del 1,8%, mientras que Francia completa el podio con 10,6 millones, un 1,3% por debajo de los resultados alcanzados en 2018. Del resto de países, cabe destacar los crecimientos protagonizados por Estados Unidos (+13%) y Rusia (+8%).

Por Comunidades de destino, Cataluña se mantiene en primera posición con 18,4 millones de turistas, lo que representa un incremento del

0,8%. Le siguen Baleares con 13,6 millones (-0,8%) y Canarias con 11,9 millones (-4,4%). Estas dos últimas, principalmente Canarias, se han visto afectadas en los últimos meses por la quiebra de Thomas Cook.

Comunidad de Madrid

En relación al gasto turístico, Cataluña también encabeza el ranking con 20.250 millones de euros, un 4,3% más que en los 11 primeros meses de 2018. Le siguen Canarias con 15.374 millones (-0,7%) y Baleares con 14.734 millones (+1,1%). Destaca por encima del resto el avance del 12,8% protagonizado por la Comunidad de Madrid, que alcanza la cifra de 9.665 millones.

En cuanto a los países emisores, Reino Unido es el que presenta mayor gasto en el acumulado del año, con 17.204 millones de euros (+0,5%). Por detrás figuran Alemania, con 11.147 millones (-2,2%), y Francia, con 7.241 millones (+2,6%).



Avanza la desestacionalización.

Para la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, estos datos "demuestran que las acciones emprendidas para avanzar en la desestacionalización mediante la diversificación de productos y mercados están dando sus frutos". "A falta de conocer las cifras de diciembre, todo apunta a que en 2019 habremos superado, de nuevo, el récord de gasto y también de llegadas, cumpliéndose así las previsiones del Gobierno".



La directora general de ERGO Seguros de Viaje, Ana Dueñas.

El cambio de ERV a ERGO 'nos hace más fuertes localmente'

"Tanto agencias de viajes como corredores recibieron muy positivamente la noticia del cambio de nombre a ERGO Seguros de Viaje". Según su directora general, "localmente, nos hace más fuertes, teniendo la posibilidad de ofrecer productos o servicios todavía más competitivos a nuestros clientes".

ERV completó en junio de 2019 su cambio de marca, pasando a denominarse desde entonces ERGO Seguros de Viaje. La modificación se produjo en países como Alemania, sede de su casa matriz, Italia, Polonia y España, y durante 2020 se llevará a cabo en otras unidades como Suecia, Dinamarca y República Checa.

Preguntada por la acogida que ha tenido en el mercado español, la directora general de ERGO Seguros de Viaje, Ana Dueñas, asegura que "tanto agencias de viajes como corredores recibieron muy positivamente esta noticia, y el nuevo look & feel de la marca, percibiendo que este cambio de nombre nos hace más fuertes sin dejar de ser los mismos, ya que nuestro servicio, atención o flexibilidad no cambian para nuestros intermediarios".

"Como en todo cambio de marca, el periodo de adaptación pasa porque los clientes nos reconozcan paulatinamente por nuestro nuevo nombre y colores corporativos", apunta. En este sentido, reconoce que "tras nuestra experiencia durante los últimos años, en los que hemos pasado por varios cambios de nombre, (de Europea de Seguros a ERV, y ahora a ERGO Seguros de Viaje) sabemos que el tiempo es un factor clave para que nuestra nueva marca se afiance". Pese a ello, se muestra muy satisfecha "con el recibimiento que ha tenido por parte de nuestros clientes".

Dueñas incide en que "este cambio de denominación supone un paso muy importante dentro de la nueva estrategia internacional del Grupo ERGO, que permitirá renovar y reforzar los recursos de las distintas unidades, y desarrollar negocios internacionales". Además, afirma que "localmente, nos hace más fuertes, teniendo la posibilidad de ofrecer productos o servicios todavía más competitivos a nuestros clientes, gracias a las sinergias de las distintas empresas del Grupo ERGO".

Compromiso con la agencia

El cambio de nombre no tendrá influencia alguna en la relación de la empresa con el canal de agencias de viajes, que aporta alrededor del 50% de sus ventas. Así lo confirma la directiva, quien resalta que "siempre ha sido base esencial en nuestra compañía", pues "el trabajo que realizan los agentes de viajes cuando promocionan nuestros productos es de gran importancia para que el cliente final, el viajero, comprenda por qué el seguro de viaje debe ser un elemento indispensable para desplazarse con seguridad y contar con la mejor asistencia ante cualquier problema que pueda surgir".

"Siempre hemos contado con su compromiso y participación, y nuestra filosofía continuará siendo ir de la mano del canal de distribución y apostar por él", avanza. Al respecto, menciona que "actualmente, por ejemplo, desarrollamos un interesante plan de actuación para entender mejor las necesidades del día a día con sus clientes o formarles acerca de nuestras novedades y soluciones específicas para algunos colectivos".

LAG7 aspira a ir 'haciéndose hueco' en Portugal, donde aterrizó hace casi un año

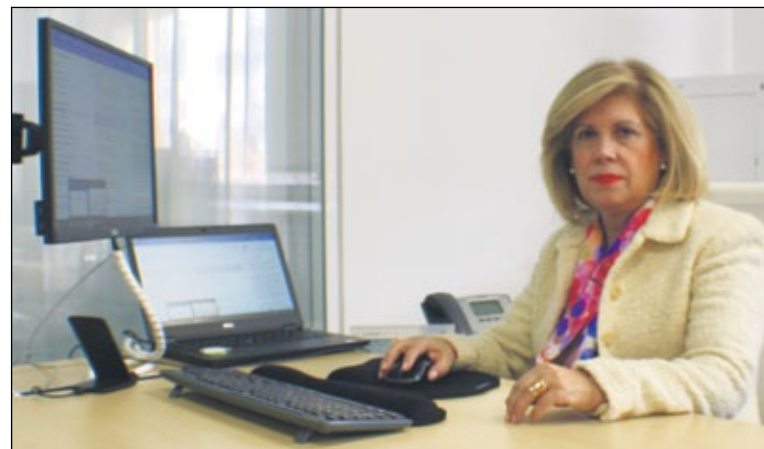
Después de haber protagonizado una espectacular progresión en los últimos años, llegando a facturar en 2018 181 millones de euros, IAG7 Viajes decidió hace aproximadamente un año dar el salto al mercado portugués. Preguntada por este plan de expansión en el país vecino, la consejera delegada del grupo, Fina Muñoz, explica que "el objetivo fundamental de nuestra presencia

es dar servicio local a empresas con las que ya trabajamos en España".

De momento, la incorporación de IAG7 al mercado portugués ha sido discreta, estando presente con una oficina de viajes corporativos en Lisboa. No obstante, Muñoz reconoce que "por su cercanía y crecimiento económico, nos parece un mercado muy interesante para seguir buscando oportunidades de negocio". "A partir

de aquí, nos gustaría ir haciéndonos un hueco en el país", añade.

A pesar de que la empresa parece haber puesto el foco en Portugal, Muñoz aclara que "actualmente no está en la agenda desembarcar en algún otro país a corto y medio plazo". "Es posible que puntualmente acompañemos a algún cliente fuera, pero por el momento todavía tenemos muchos planes centrados en España", insiste.



La consejera delegada de IAG7 Viajes, Fina Muñoz.

BCD Travel busca la sostenibilidad en el Business Travel

BCD Travel afirma que su compromiso con la sostenibilidad medioambiental es uno de los grandes ejes de su visión empresarial. En este sentido, destaca que se trata de uno de sus compromisos asumidos de manera explícita como firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Además, la compañía cuenta con la certificación ISO 14001 por su política de gestión ambiental, así como con el sello EcoVadis, una de las grandes referencias internacionales en certificación de sostenibilidad empresarial.

En la reciente Cumbre del Clima celebrada en Madrid, el sector del Business Travel estuvo presente en una de las sesiones de trabajo que tenía como objetivo analizar el reto que tienen las agencias de viajes de negocio para reducir las emisiones de carbono de la actividad turística. Desde BCD Travel recuerdan la intervención del ministro de Fomento en funciones, José Luis Ábalos, quien señaló que el transporte debe reducir un tercio sus emisiones en la próxima década, para lo cual se impulsa el uso del ferrocarril.

Reducir huella de carbono

Asimismo, en una intervención sobre el sector aéreo, se expuso distintos avances hacia la reducción de la huella de carbono, como el plan de compensación y reducción de carbono para la aviación internacional (CORSIA), con el que se pretende el crecimiento neutro en carbono del sector a partir de 2020 y reducir las emisiones netas a la mitad en 2050 (respecto a los niveles de emisiones de carbono declarados en 2005).

Otras propuestas que recuerdan en BCD Travel para reducir y compensar su huella de carbono son las iniciativas que han puesto en marcha desde el Sector Turístico para eliminar plásticos de un solo uso de las habitaciones de los hoteles, conservar el patrimonio natural con proyectos hoteleros ad hoc, apostar por modelos de economía circular o sustituir combustibles contaminantes por otros como el gas licuado.

(Fitur)
SOCIO FITUR
Imagine your **Korea**

SOMOS TURISMO
MADRID, 22 - 26 ENERO 2020

40 AÑOS **FITUR** | IFEMA Feria de Madrid

fitur.com

UNWTO MIEMBRO AFILIADO | IBERIA TRANSPORTISTA OFICIAL

Air Europa, entre las aerolíneas más puntuales

Air Europa es una de las 10 aerolíneas de red más puntuales de Europa durante el 2019, según el informe On-time Performance (OTP) de Cirium, la empresa perteneciente a FlighStats, compañía especializada en el análisis de datos de vuelos en tiempo real. La compañía aérea de Globalia ha conseguido la séptima posición en esta categoría.

Los ODS, eje de la gestión de Fira de Barcelona

Fira de Barcelona ha puesto los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas como eje central de su gestión, tanto internamente, para la cohesión y vertebración; como a nivel externo, por la competitividad. En este sentido, durante 2019 esta apuesta se ha concretado en diversas acciones llevadas a cabo en los salones, como la iniciativa Towards Zero Waste.

Cabify lanza dos nuevos servicios en Barcelona

Cabify, a través de su filial Prestige & Limousine, S.L., ha puesto en marcha estas navidades en Barcelona dos nuevos servicios para viajar en grupo (Cabify Group), y con niños a partir de un año (Cabify Kids), con silla homologada, dos nuevas categorías con las que la empresa española ratifica su compromiso con la movilidad en la ciudad condal y en Cataluña.

El Grupo Avanza recibe el certificado EFR

La Fundación Más Familia ha otorgado a Avanza el certificado EFR en reconocimiento a sus buenas prácticas en materia de conciliación. La empresa líder en movilidad está estrechamente comprometida con el desarrollo profesional y personal de su capital humano. Por esta razón, Avanza desarrolla varias medidas cuyo objetivo es facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral.

Iberoamérica se vuelca con CIMET, que supera ya la decena de países confirmados

En esta nueva edición, la conferencia se celebrará en el Centro de Convenciones Sur de Ifema

Todo listo para la vigésimo tercera edición de CIMET. La Conferencia organizada por el Grupo NEXO, que en estos momentos supera los diez países confirmados,

tendrá lugar en el Centro de Convenciones Sur de Ifema en la mañana del martes 21 de enero. Está prevista la asistencia de más de dos centenares de profesionales entre los

que se encontrarán ministros y empresarios que podrán reunirse para tratar los temas que consideren, además de poder vender sus destinos en *workshops*.

La Conferencia Iberoamericana de Ministros y de Empresarios de Turismo (CIMET) volverá a abrir el programa oficial de Fitur. El evento, que llega a su vigésimo tercera edición, contará nuevamente con el respaldo de los países iberoamericanos. De momento, a falta de dos semanas para su celebración, ya han confirmado su presencia los ministros y máximos responsables de Turismo de Chile, Ecuador, Panamá, Paraguay, Puerto Rico, Costa Rica, México, Honduras, Nicaragua y Perú, entre otros.

Este eficaz instrumento al servicio de la internacionalización del Turismo español en Iberoamérica, objetivo con el que fue creado por el Grupo NEXO hace más de dos décadas, cambia de sede en esta edición, trasladándose al Centro de Convenciones Sur de Ifema. Celebrado en horario de mañana (de 9:00

a 15:00 horas), congregará a una cifra aproximada de 200 profesionales de la industria turística española.

Además de las tradicionales intervenciones de los ministros, que dispondrán de cinco minutos cada uno para exponer los aspectos más relevantes de los planes e incentivos que ofrecen sus respectivos gobiernos a los inversores españoles, la jornada albergará tres debates que abordarán la situación y perspectivas del transporte y conectividad (destinos); los nuevos alojamientos (alojamiento); y la evolución de la demanda y nuevas tecnologías (cliente).

Encuentro con empresarios
CIMET también volverá a posibilitar el encuentro directo de los empresarios españoles (pequeños, medianos y grandes) con los máxi-

mos responsables de los Gobiernos y Administraciones turísticas de Iberoamérica y el Caribe. En un *workshop* inverso, celebrado en una sala contigua a la Conferencia, serán los propios ministros o viceministros quienes vendan sus destinos, convirtiendo el evento en un *lobby* blanco que sirve de eficaz instrumento para la internacionalización de todas las empresas turísticas, especialmente las pymes.

Galardonada con la Medalla al Mérito Turístico, que el Gobierno de Mariano Rajoy concedió a los copresidentes de CIMET, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, por acuerdo del Consejo de Ministros (y dos reales decretos), la Conferencia Iberoamericana se acerca a un cuarto de siglo de existencia. Y lo hace uniendo esfuerzos con la Organización Mundial del Turismo (OMT), el Consejo de Turismo de



Los asistentes a la pasada edición de CIMET.

CEOE y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), para servir como nexo de unión entre lo público y lo privado, facilitando un punto de encuentro, eficaz y abierto a todos,

de los destinos iberoamericanos y el empresariado español. Los interesados en asistir pueden contactar con el comité organizador del Grupo NEXO a través del correo electrónico eventos@gruponex.org.

El Brexit, la desaceleración y la recuperación de competidores, entre las amenazas a las que se enfrenta España este año

Un informe revela que la reciente caída del gigante Thomas Cook 'pone de manifiesto la crisis de la turoperación'

Recientemente, un informe elaborado por The Shopping & Quality Tourism Institute ha revelado cuáles son las grandes amenazas a las que se enfrentará el Sector Turístico español durante el próximo año 2020. En primer lugar ha mencionado la "excesiva dependencia" de los mercados emisores tradicionales, lo que "ofrece un panorama incierto para el Sector" debido sobre todo a la quiebra de Thomas Cook y al Brexit.

En el caso concreto de la caída del gigante británico, se asegura que "viene a poner de manifiesto la crisis de la turoperación en Europa", siendo las zonas más perjudicadas Baleares y Canarias. En referencia al divorcio de Reino Unido con la Unión Europea, los autores del estudio se hacen eco

de los datos recabados por European Travel Commission (ETC), según los cuales "en el peor de los escenarios para el Brexit, España sería el país más afectado a nivel turístico, con una estimación de 1,3 millones llegadas menos desde Reino Unido en 2021". El emisor británico caería un 7% en 2020 y un 8% durante el 2021.

Desafíos e incertidumbres

Todo ello se une al actual proceso de desaceleración económica global, "con muchos desafíos e incertidumbres para el continente europeo", prosigue el informe. Asimismo, añade que a ese contexto "hay que añadir la emergencia de otros destinos mediterráneos (Turquía, Egipto,

Grecia, Túnez y Marruecos) que han recuperado gran parte del Turismo que perdieron a partir de 2011, cuando iniciaron una fase de inestabilidad social y política alentada por la primavera árabe". En el caso de Turquía, según la ETC, ha registrado un aumento de turistas del 15%, "convirtiéndose en un gran rival para España gracias a su capacidad alojativa y a una amplia oferta de 'todo incluido' que atrae a muchas familias europeas".

Por último, hace referencia a las exigencias que plantea el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con un escenario a corto plazo marcado por la Agenda 2030. "La sostenibilidad medioambiental pasa por inversiones en investigación y desarrollo de innovación



Advierte sobre la dependencia de los mercados emisores tradicionales.

en distintos ámbitos, como por ejemplo los combustibles menos contaminantes, la reducción de emisiones de gases de efecto

invernadero a la atmósfera, con objeto de contrarrestar el denominado *flygskam* (vergüenza de volar, en sueco)", concluye.

Keops Viajes capta dos agencias en dos años

Keops Viajes, franquicia lanzada en febrero de 2018 por el grupo Azul Marino, camina con paso "lento pero seguro". Así lo afirma en declaraciones a NEXOTUR el CEO de la empresa vasca, Juan del Hoyo, quien revela que "hemos inaugurado dos oficinas". Pese a que esta cifra se aleja de las cinco aperturas anuales previstas al inicio, el directivo afirma sentirse "cómodo con este modelo".

ThomasCook: se completa el paquete de medidas

El Consejo de Ministros ha acordado autorizar al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Turismo, a suscribir un convenio con el Instituto de Crédito Oficial (ICO) para la concesión de financiación y garantías a las empresas afectadas por la quiebra de Thomas Cook. Da luz verde así a la financiación de 200 millones de euros.

Enaire rebaja un 12% las tasas de ruta en todo 2019

Las tasas de ruta de Enaire serán un 12% más baratas durante todo 2019. La rebaja va a suponer un ahorro de 100 millones de euros para las aerolíneas, cifra que dejará de ingresar el gestor aeroportuario. Según detallan, la medida ha sido posible "gracias a la evolución del tráfico aéreo, que sigue creciendo con fuerza, así como al esfuerzo que ha hecho Enaire desde la eficiencia".

Israel alcanza la cifra de 100.000 españoles

Israel protagoniza un espectacular crecimiento en el emisor español. El destino ha superado la barrera de 100.000 turistas procedentes de nuestro país, lo que supone un incremento del 29% respecto a la hasta ahora cifra *récord* de 77.000 llegadas que alcanzó en 2018. La marbellí Susana Jaén Lara se ha convertido en la visitante española número 100.000.

Desde Francia inician un plan de ayuda para los exempleados de Thomas Cook en el país

OPCO Mobilités ha creado un plan de acción dotado con presupuesto estimado de medio millón de euros

Las empresas turísticas de Francia se movilizan en busca de una solución para los trabajadores afectados por la quiebra de Thomas Cook. A petición de las mismas, OPCO Mobilités, entidad creada por 22 Organizaciones empresariales y cuyo fin es contribuir a la capacitación profesional, ha puesto en marcha un plan para facilitar el rápido regreso al mundo laboral de los 338 exempleados del gigante británico residentes en el país que no han sido absorbidos por otras empresas.

El proyecto, que contará con un presupuesto de 500.000 euros, incluye medidas como la apertura de una página web donde los afectados podrán publicar sus curriculum vitae, el desarrollo de un plan de reconciliación entre trabajadores y empresas del Sector afiliadas a OPCO Mobilités y la organización de acciones formativas. Asimismo, se designará un corresponsal en cada delegación territorial que informará a los agentes de viajes de las oportunidades existentes.

La secretaria general de empresas turísticas en OPCO Mobilités y representante de Entreprises du Voyage (EDV) y el Sindicato Francés de Turoperadores (SETO), Valérie Boned, destaca que "este plan permitirá iniciar acciones encaminadas a facilitar un rápido retorno al empleo". "El presupuesto se dedicará a apoyar la capacitación y el desarrollo de habilidades", detalla, haciendo hincapié en que "nuestra vocación es hacer lo que podamos para ayudar a los empleados".



Hay 338 exempleados de Thomas Cook que no han sido absorbidos.

¿VES INCIERTO EL FUTURO DE TU AGENCIA?

Con Grupo GEA obtienes:

RENTABILIDAD "Más de 1,7 millones de euros en Rapeles en 2019"

INNOVACIÓN "Plataforma B2B / B2C competitiva"

EXCLUSIVIDAD "Campañas, Financiación, Consolidador Aéreo..."

SEGURIDAD...

NUESTRA TRAYECTORIA, NUESTRA MEJOR GARANTÍA



www.grupogea.com
952 37 66 55

25
años

ECTAA celebra su nueva reunión trimestral

Ras Al Khaimah (Emiratos Árabes Unidos) ha sido el destino que ha albergado la última reunión semestral de la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA). El evento, celebrado el pasado mes de diciembre, contó con la participación de una delegación de más de 45 presidentes de Organizaciones empresariales del Sector.

SeplayAirNostrum firman el V convenio de pilotos

La sección sindical de Sepla en Air Nostrum ha llegado a un acuerdo para la firma del que será el V convenio colectivo de pilotos de la compañía aérea. El texto, que deberá ser ratificado por los trabajadores durante los próximos días, se ha acordado después de nueve meses de negociaciones. El sindicato destaca que "la etapa de entendimiento iniciada en abril se consolida ahora".

Soluciones para pasajeros con discapacidad

El Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI) reclama a los europarlamentarios españoles que trabajen para que la Unión Europea "modifique los aspectos discriminatorios" recogidos actualmente en el reglamento sobre los derechos de las personas con discapacidad o movilidad reducida en el transporte aéreo.

El Centro de Convenciones de Córdoba, en el año 2021

El Ayuntamiento de Córdoba ha aprobado recientemente los pliegos definitivos para la adjudicación del contrato para terminar las obras del Centro de Exposiciones, Ferias y Convenciones de la ciudad. Así lo comunicó el alcalde, José María Bellido, en una rueda de prensa junto a la concejala de Turismo, Isabel Albás, y el concejal de Urbanismo y Hacienda, Salvador Fuentes.

Boutin: 'Amadeus Travel Platform responde a las necesidades del Sector'

Pretenden robustecer y flexibilizar su plataforma de distribución

El nuevo director general de Amadeus en España y Portugal, Christian Boutin, ensalza las cualidades de Amadeus Travel Platform. Según argumenta,

responde a las necesidades de las agencias de viajes pues "reúne en un solo lugar todo el contenido de viajes relevante de cualquier fuente".

"Nuestro reto más inmediato es seguir desarrollando Amadeus Travel Platform, una plataforma flexible basada en sistemas abiertos que hace un uso inteligente de los datos para crear un servicio único". En una entrevista concedida a NEXOTUR, el nuevo director general de Amadeus en España y Portugal y vicepresidente del segmento de agencias retail en Europa Occidental, Christian Boutin, destaca que esta solución "reúne en un solo lugar todo el contenido de viajes relevante (como vuelos, alojamiento, tren, movilidad, seguros y servicios de destino) de cualquier fuente (EDIFACT, NDC y otras API)".

El directivo explica que con este proyecto a escala global pretenden "robustecer y flexibilizar su plataforma de distribución haciéndola tan escalable como sea preciso". "Ésta responde a las necesidades de las agencias de viajes por reunir todo el contenido que necesitan en el mismo lugar", subraya. En este sentido, menciona que el II Informe

de Innovación de las Agencias de Viajes, elaborado por Amadeus, Braintrust y Segittur, puso de manifiesto que el 85% de los agentes creen que el GDS es la herramienta más adecuada para efectuar la integración de todos los posibles proveedores y ofrecer así personalización que los viajeros necesitan.

La diversificación, clave

Preguntado por el ambicioso plan de diversificación en el que se encuentra inmerso el grupo, recuerda que "empezó en 2000 y desde entonces, junto a nuestra política de adquisiciones y nuestro crecimiento orgánico, ha sido una de nuestras estrategias más sólidas y una de las claves de nuestro éxito, como así lo evidencian los resultados alcanzados en los últimos años". "Nos ha llevado de la industria aérea a otros ámbitos del ecosistema del Turismo y los viajes, ofreciendo mayor contenido y soluciones tecnológicas a otros integrantes fundamentales del



El director general de Amadeus en España y Portugal, Christian Boutin.

Sector, como aeropuertos, hostelería y ferrocarriles, y también a ámbitos operativos transversales importantes para todas las entidades del Sector de los viajes, como sistemas de pagos o publicidad de viajes", indica. Además, destaca que "a diario creamos soluciones que ayudan a aerolíneas, aeropuertos, hoteles, compañías ferroviarias, motores de búsqueda, agencias de viajes, turoperadores y otros actores principales de la industria de los viajes".

Los pagos por Turismo crecen de forma discreta

Los pagos efectuados por los usuarios residentes en España para viajar a destinos en el extranjero mantienen una tendencia al alza durante el mes de octubre, si bien el crecimiento es mucho más moderado que el experimentado en los meses anteriores. Según reflejan los datos recabados por la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, ascienden a alrededor de 2.315 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 3% (67 millones más que el año anterior).

Se trata del segundo aumento menos intenso en lo que va de año. Para observar una tasa inferior hay que remontarse al mes de marzo, momento en el cual tuvo un claro impacto el efecto la temporada de Semana Santa (se celebró en abril, en vez de en marzo, como se hacía habitualmente). Los pagos por Turismo se elevaron en dicho mes hasta un 1,9%, llegando a alcanzar los 1.573 millones de euros. En el acumulado del pasado 2019, los españoles han destinado a sus viajes al exterior un total de 20.845 millones, lo que supone un aumento del más de 10 puntos, superando en 1.947 millones



Registran un incremento del 3%.

la cifra alcanzada en los diez primeros meses de 2018.

Los ingresos se mantienen

Los ingresos por Turismo también experimentan una clara desaceleración en octubre. Se elevan únicamente un 0,8%, situándose en 6.247 millones (50 millones más que en el mismo mes del año anterior). Se trata del segundo peor comportamiento en lo que va de año, solo por delante de mayo, cuando se registró un retroceso interanual del 0,7%. En los diez primeros meses de 2019 los ingresos turísticos se elevan un 3,2%, hasta la cifra récord de 63.398 millones (1.953 millones más que en 2018).

La cuota de mercado del AVE se sitúa por encima del 63% durante el año 2018 con más de 33 millones

Los servicios de larga distancia convencionales crecen cuatro veces más respecto al año anterior

Los servicios comerciales de Renfe de larga distancia alcanzan en 2018 la cifra récord de 33,6 millones de viajeros, lo que supone un incremento interanual de más de dos puntos (2,2%). El nivel de ocupación se sitúa en el 88,9%, registrando un total de 37,8 millones de plazas ofertadas durante todo el año.

Por otro lado, según revela un informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), de la cifra total de pasajeros, 21,3 millones corresponden a la alta velocidad, con una cuota de mercado del 63,4% y un crecimiento interanual del 1,1% respecto al año 2017. Por su parte, los servicios de larga distancia

convencional han alcanzado los 12,3 millones de usuarios, equivalente al 36,6% del mercado, y registran un avance interanual de más de cuatro puntos.

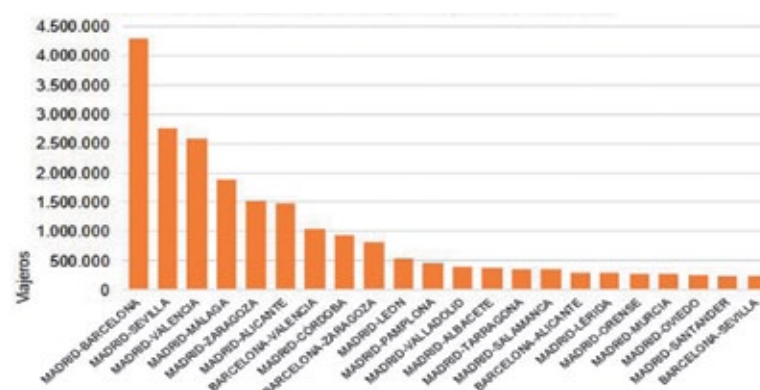
La ruta Madrid-Barcelona, líder

Por trayectos origen-destino, el trayecto que conecta Madrid con Barcelona es el que concentra un mayor volumen de viajeros, con casi 4,3 millones y un aumento del 3,4%. A continuación aparecen las rutas Madrid-Sevilla (2,7 millones) y Madrid-Valencia (2,6 millones), que registran incrementos del 5,3% y del 4,4%, respectivamente. A menor escala, pero también con cifras signifi-

cativas, figuran los servicios que unen Madrid con Málaga, que rozan los cuatro puntos de subida, Zaragoza (+7,1%) y Alicante (+3,2%), así como Barcelona con Valencia (+2,2%), todos ellos con un movimiento de viajeros que superan el millón.

De los trayectos analizados por la CNMC, sólo los que unen Barcelona con Alicante y Sevilla han sufrido una disminución del número de pasajeros, con tasas del -4,5% y del -3,5%, respectivamente. Todo lo contrario sucede con la ruta Madrid-Castellón, que, debido a la llegada de alta velocidad, protagoniza un incremento del 233%, pasando de los 39.610 de 2017 a 131.954 en 2018.

Número de viajeros de los principales trayectos



Fuente: Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA).

© NEXOTUR

Los españoles hacen menos viajes pero gastan más dinero en el tercer trimestre de 2019, según datos del INE

El gasto de los españoles en 'paquetes' turísticos cae durante la temporada de verano por segundo año

El gasto efectuado por los españoles en viajes sube un 1,9% en el tercer trimestre a pesar del retroceso del 5,4% del número de desplazamientos. El aumento de

la duración y del desembolso, detrás de esta tendencia, como se desprende de los datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Han destinado 1.600,6

millones de euros a la contratación de viajes combinados, un 4,1% menos. Se trata de la segunda caída consecutiva registrada en la temporada de verano.

Los residentes en España han realizado 61,1 millones de viajes en el tercer trimestre de 2019, un significativo retroceso interanual del 5,4%. Pese a ello, su gasto se eleva un 1,9% en comparación con los mismos meses de 2018, hasta los 19.297 millones de euros. El motivo de esta mejora es el aumento de la duración media de los viajes (+3,8%), que se sitúa en 6,2 noches, así como del desembolso por viajero y del diario, con tasas respectivas del 7,6% y del 3,7%.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), de julio a septiembre, los viajes por ocio, recreo y vacaciones se mantienen como el motivo principal de los desplazamientos, acaparando el 61,8%. De ellos, el 38,3% corresponden a vacaciones de verano. Otro dato relevante es el incremento del 3,2% de los viajes al extranjero, con el 11,9% del total. En cambio,

los movimientos domésticos, con el 88,1% caen el 6,4%.

En lo que respecta al gasto, en los destinos nacionales sube un 2,1% en relación al tercer trimestre de 2018, hasta 12.762,8 millones de euros. En los efectuados al exterior se registra un alza del 1,4%, con 6.534 millones. El gasto medio diario es de 41 euros en los viajes con destino interno y de 97 euros en los realizados al extranjero.

Las principales Comunidades autónomas de destino de los residentes en el tercer trimestre son Andalucía (18% del total), Comunidad Valenciana (12,3%) y Cataluña (11,7%). Eliminando el efecto del tamaño de cada Comunidad, los españoles más viajeros son los habitantes de la Comunidad de Madrid (1.860 viajes por cada 1.000 habitantes), Aragón (1.559) y País Vasco (1.363). En el lado opuesto figuran los ciudadanos de Baleares (686 viajes por cada

1.000 habitantes), Cantabria (906) y Extremadura (1.002).

Cae el gasto en 'paquetes'

Los residentes en España han destinado 1.600,6 millones de euros a la contratación de viajes combinados en el periodo comprendido entre julio y septiembre, lo que supone un descenso interanual del 4,1%. Se trata de la segunda caída consecutiva registrada en la temporada de verano. Según los datos del INE, en el tercer trimestre de 2018 se produjo un retroceso todavía más intenso (-7,5%), pasando de los 1.805 millones de 2017 a 1.669,3 millones.

Llama especialmente la atención el fuerte descenso del 9,6% de la partida destinada a la contratación de 'paquetes' turísticos domésticos, con un desembolso total de 346,7 millones de euros entre los meses de julio y septiem-

bre. La caída es más moderada en los viajes organizados a destinos internacionales. El gasto retrocede un 2,5%, situándose en 1.253,8 millones de euros.

En los nueve primeros meses de 2019, los españoles han destinado un total de 3.301,8 millones de euros a la contratación de viajes combinados, lo que representa una bajada interanual del 4,8%. De esta cantidad, 2.290,2 millones corresponden a desplazamientos al extranjero, en los que se produce una caída del 5,2%. Mientras tanto, en el Turismo doméstico se experimenta un descenso del 3,7%, con 1.011,6 millones.

La disminución del gasto en 'paquetes' turísticos contrasta con el aumento del efectuado en el conjunto de las diferentes modalidades de viajes y en la contratación de servicios turísticos. En el tercer trimestre de 2019 se alcanza la cifra de 19.296,8 millones de euros,



Los viajes al extranjero casi el 12%.

casi un 1,9% más que en el mismo periodo de 2018. El crecimiento en los nueve primeros meses es del 2,7%, con un gasto total de 39.044,2 millones.



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

La ampliación de la Fira generará gran impacto

La ampliación prevista del recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona generará en Cataluña un impacto económico de 675 millones de euros anuales entre los años 2024 y 2028, un estudio elaborado por el Instituto de Economía de Barcelona (IEB) de la Universidad de Barcelona (UB), que prevé un impacto de 211 millones de euros adicionales durante el periodo de construcción.

Nuevas empresas en el Madrid Convention Bureau

La Junta Rectora del Madrid Convention Bureau ha aprobado la incorporación de seis nuevas empresas a la entidad. Varias empresas de servicios, una sede especial y dos hoteles son los nuevos miembros de la oficina de congresos madrileña. El Teatro Flamenco Madrid, alojado en el Teatro Alfíl, es la nueva sede especial que ofrece el Convention Bureau.

Ubeeoincorpora 75 nuevos vehículos ECO en Madrid

Ubeeo España acaba de incorporar a su flota 75 nuevos vehículos ECO en Madrid. En este caso se trata del modelo Toyota Corolla, un vehículo híbrido que se suma a otros que ya formaban parte de la oferta ecológica de la compañía, como el Opel Mokka o el Hyundai Ioniq. Con esta incorporación, ya es un tercio de la flota en Madrid la que cuenta con la etiqueta ECO.

Ifema adapta megafonía a la normativa EN 54

Feria de Madrid (Ifema) ha adecuado su sistema de megafonía y evacuación por voz a la normativa internacional EN 54, en la que ha sido "la mayor instalación de megafonía y evacuación por voz EN 54 llevada a cabo en Europa recientemente", según han afirmado desde la institución. El sistema permite emitir hasta 52 mensajes de evacuación simultáneos y diferentes.

Localización, accesibilidad y presupuesto, principales factores de elección de una 'venue' para eventos corporativos

La cenas de gala o las fiestas nocturnas son los eventos más demandados para los espacios singulares

Entre los criterios más importantes para la elección de una *venue* están la accesibilidad y localización (100%); el presupuesto (81%); la gestión de la solicitud (77%) en

cuanto a rapidez, flexibilidad o personalización; y la singularidad (68%). Estas son las principales conclusiones del estudio realizado por Iberian MICE Forums apro-

vechando la presentación de VenuesConnect Forum, un encuentro que organiza en colaboración con la consultora OuiSellYou y que se celebra el próximo 10 de marzo.

La localización y la accesibilidad, por un lado, y el presupuesto, por otro, son los principales factores de decisión para la elección de una *venue* para eventos corporativos. Así lo refleja un estudio realizado por Iberian MICE Forums, que detalla, además, el proceso de búsqueda de espacios y la tipología de eventos que más se solicitan en estas sedes, entre otros aspectos.

Iberian MICE Forums hizo este estudio a finales de 2019 durante la presentación de VenuesConnect Forum, un encuentro que organiza en colaboración con la consultora OuiSellYou y que reunirá el 10 de marzo de este año en El Antiguo Convento de Boadilla del Monte (Madrid) a 140 organizadores de eventos y 70 espacios de toda España en citas *one-to-one*, sesiones formativas y motivacionales, y actividades de *team building*.

El estudio se realizó con los asistentes a esta presentación (más de 100 profesionales) a través de

la plataforma Sparkup y dirigida por Jordi Nexus. Entre los criterios más importantes para la elección de una *venue* están la accesibilidad y localización (100%); el presupuesto (81%); la gestión de la solicitud (77%) en cuanto a rapidez, flexibilidad o personalización; y la singularidad (68%).

También se preguntó por los criterios de elección de un espacio si todos tuvieran el mismo precio. Aquí, la localización es el elemento más importante (100%); seguido de la atención al cliente (90%); la funcionalidad, flexibilidad y la relación calidad-precio (81%); y la singularidad (63%). Entre los criterios técnicos, la localización está en primer lugar (100%) la singularidad es segunda (70,3%) y, en tercera posición, las características del salón principal (51,8%).

En el proceso de búsqueda de espacios, el 100% de los encuestados utiliza recomendaciones de colegas y clientes, mientras que un 84%

utiliza buscadores *online* (Google) y un 80% portales de búsqueda de espacios. Más lejos se sitúan otros medios como las visitas de inspección (65%), las ferias (61%) o las visitas de representantes comerciales (50%). En cualquier caso, solo el 23% se decanta por hacer una reserva de una *venue* basada únicamente en la búsqueda *online*.

Tipología de eventos

En cuanto a los eventos que más se organizan en espacios singulares, los profesionales encuestados señalan, en primer lugar, las cenas de gala y las fiestas nocturnas (71%), seguido de las reuniones y almuerzos de trabajo (50%) y los lanzamientos de producto (50%). La duración de estos eventos suele ser de medio día (67%) o de un día entero (52%). El estudio también diferencia sobre *venues* urbanos y no urbanos. En cuanto a los urbanos, los eventos más habituales son las reuniones y al-



El 100% de los encuestados busca *venues* por recomendaciones de colegas y clientes.

almuerzos de trabajo (85%) y las cenas de gala y fiestas nocturnas (63%); mientras que en los no urbanos son las actividades de incentivos y de *team building* las más mayoritarias (79%) y las cenas de gala y fiestas nocturnas en segundo lugar (50%).

Por último, sobre la relación entre los organizadores de eventos y los representantes de espacios, el

100% de los encuestados prefiere comunicarse mediante un *email* directo. Para los organizadores, en segundo lugar estaría las ferias del Sector (48%) y, por último, las visitas comerciales (44,4%); sin embargo, los *venues* prefieren, en segundo lugar, las visitas comerciales (69,56%) y, por último, las llamadas comerciales (47,82%).

Los españoles desembolsan 550 euros en sus viajes de negocios, según los datos de Aervio

Donde más gastan sobre todo es en cafeterías, restaurantes y supermercados

Los españoles son de los que más gastan en Europa en su viajes de negocios con una media de 550 euros por viaje, según afirma la plataforma Aervio. Por nacionalidades, los franceses son los que más gastan con una media de 640, mientras que los alemanes e ingleses están por debajo de los españoles con 450 y 400 euros, respectivamente.

Entre los servicios donde más gastan los españoles, se encuentran los restaurantes, cafeterías, bares y excursiones por la ciudad. Esta tendencia, que incluye el placer y el ocio durante este tipo de viajes, se incrementó mucho durante los últimos dos años con el cambio generacional que producen los millennials. Esta generación, que comprende a los nacidos en las dé-

cadadas del 80 y 90, supondrá un 40% de la fuerza laboral el próximo año y se prevé que realicen más de 300 millones de viajes internacionales en 2020. Su visión de la realidad basada en vivir experiencias ha modificado el modo de actuar de las empresas en cuanto a la planificación de los viajes y, como consecuencia, la importancia del entretenimiento durante el viaje es superior a años anteriores.

Mayor impacto

El CEO de Aervio, Santiago Montero, explica que "la industria de los viajes de negocios continúa creciendo año a año y su impacto en la economía cada vez será mayor. En la actualidad, para la planificación de

los viajes se debe tener en cuenta el tiempo libre del viajero, porque cada vez tiene más trascendencia y los viajes suelen extenderse más de lo previsto por placer y entretenimiento. Adaptarse a las nuevas tendencias, los nuevos avances tecnológicos y la exigencia de los clientes es el desafío principal para las empresas de gestión de viajes corporativos".

El entretenimiento en los viajes cada más tiene más relevancia para los viajeros del Sector. Estos viajan entre tres y siete días de media en su mayoría, aunque una cuarta parte lo hace por más de una semana y solamente uno de cada diez turistas de este tipo se queda por más de un mes en su estancia. De esta forma, el Turismo de negocios no solamente adquiere relevancia en el Turismo



Más relevancia del entretenimiento.

local sino en la planificación de las empresas en cuanto a su gestión.

Dos nuevos socios a la Asociación de Ferias Españolas

La Asociación de Ferias Españolas (AFE) sigue creciendo en número e importancia con la incorporación de dos nuevos socios, tras aprobar su admisión su Junta Directiva, que, además, ha tratado los presupuestos de 2019 y 2020, las actividades llevadas a cabo por sus comisiones de trabajo y planes para el próximo año, actividades formativas y estudios, así como las elecciones a la presidencia que se llevarán a cabo en la próxima asamblea general. Asimismo, los miembros de la Junta Directiva han dado la bienvenida a Susana Cortés, directora general de FEVAL, Institución Ferial de Extremadura, quien asumió hace unos meses el cargo.

Los grandes 'lobbies' europeos coinciden en que urge actualizar la legislación sobre comercio electrónico

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea falló a favor de Airbnb en su contencioso con Ahtop

Si bien su reacción al fallo del Tribunal de Justicia de la Unión Europea a favor de Airbnb en el contencioso que mantenía con la Organización empresarial hotelera

francesa Ahtop es totalmente opuesta, hoteleros y plataformas tecnológicas coinciden en la necesidad de revisar con urgencia la legislación sobre comercio electrónico de

la Unión Europea. No obstante, los segundos pretenden que la responsabilidad recaiga en el proveedor y muestran su disposición a "colaborar de manera constructiva".

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea fallaba el pasado 19 de diciembre a favor de Airbnb en el contencioso que mantenía con la Organización empresarial hotelera francesa Ahtop. En su sentencia, que crea jurisprudencia, niega que la plataforma sea un agente inmobiliario, como pretendía el sector hotelero, y determina que se trata de un mero intermediador, es decir, un servicio de la sociedad de la información. La justicia argumenta que Airbnb no ejerce una influencia decisiva sobre los precios, la selección de los arrendadores o de los alojamientos ofrecidos.

Aunque las reacciones han sido variopintas, los dos sectores implicados coinciden en que el fallo ahonda en la necesidad de revisar con urgencia la legislación sobre comercio electrónico en la Unión Europea. Para la Organización Empresarial Europea de Hostelería

y Restauración (Hotrec), "es una señal clara de que las normas de comercio electrónico, que datan del año 2001, no están adaptadas a la realidad actual del mercado".

Garantizar seguridad

En palabras del presidente del grupo de trabajo de economía colaborativa del lobby hotelero, Ramón Estalella, "el veredicto socavará los poderes a disposición de las autoridades locales para regular el sector de alquiler a corto plazo, incluidas las medidas destinadas a apoyar el Turismo sostenible, el acceso asequible al alojamiento y un campo de juego nivelado". "La legislación de la Unión Europea no debe actuar como una barrera para la consecución de objetivos de interés público por parte de las autoridades locales", lamenta.

En esta línea, Estalella pide a la Comisión Europea que "tome

nota de esta sentencia" y aborde esta cuestión "en la próxima Ley de Servicios Digitales". Como punto y final, HOTREC entiende que "garantizar la seguridad del consumidor, así como los ingresos fiscales de las actividades de alquiler a corto plazo, deben ser fuertemente considerados por los responsables políticos". Por ello insta al establecimiento de sistemas de registro o licencia para propietarios en todo el territorio europeo.

Por su parte, EU Travel Tech, lobby europeo que integra a GDS y OTA (cuenta con empresas de la talla de Amadeus, Booking, eDreams Odigeo, Expedia y Travelport, entre muchas otras), acoge con satisfacción la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, viendo su dictamen como "un primer paso hacia la consecución de una mayor coherencia regulatoria". Aunque su opinión sobre

el fallo es completamente opuesta a la del sector hotelero, coincide en que es necesario "armonizar y aclarar el marco legal a nivel de la Unión Europea", acabando con la fragmentación normativa existente. A su juicio, esto permitiría que plataformas como Airbnb "continúen brindando servicios y nuevas oportunidades a los consumidores en el Sector de los viajes".

Marco normativo común

Asimismo, se muestra favorable a la introducción de "obligaciones específicas para los proveedores de alojamiento en línea" para así "abordar ciertos desafíos planteados por el mercado de alquiler a corto plazo". EU Travel Tech muestra su disposición a "colaborar de manera constructiva con las autoridades de la Unión Europea para desarrollar un marco normativo co-



La normativa es del año 2001.

mún y sostenible para los servicios de la sociedad de la información, a fin de apoyar el crecimiento a largo plazo del Sector Turístico y el mercado único".

GRACIAS por vuestra confianza



225 Agencias de viajes Incorporadas en el año 2019

Ya somos más de 900 Agencias de Viajes Independientes a nivel Nacional

DITGESTION

Mucho más que un grupo de gestión

¿Nos vemos en **<Fitur>**? Te esperamos en el stand **4E16**

SiteMinder alcanza los 100 millones de reservas

SiteMinder ha llegado a los 100 millones de reservas hoteleras en el año 2019. Es la primera vez que una plataforma de distribución hotelera basada en la nube procesa más de 100 millones de reservas hoteleras en un mismo año, según destacan desde la compañía. Este acontecimiento llega tras el lanzamiento en noviembre de la Hotel App Store de SiteMinder.

El móvil, más del 50% del tráfico directo de hoteles

Roiback ha desvelado que más del 50% del tráfico directo de los hoteles procede del canal móvil. Así, la tecnológica destaca que el peso de sus ventas realizadas a través del móvil ha crecido un 40% en relación con 2018. El crecimiento de las reservas de metabuscadores que provienen del móvil supera ya en un 78% al de las reservas procedentes del *desktop*.

Emirates guía por los aeropuertos con su 'app'

Emirates ha lanzado una nueva función en su aplicación, llamada mapas de aeropuerto, que permitirá a los clientes moverse sin problemas por el aeródromo. Los mapas del aeropuerto pueden detectar la ubicación del usuario (a través de Bluetooth y wifi) y proporcionar una navegación integral a través de todos los puntos de contacto del aeropuerto, incluidos mostradores.

Lanzarote Convention Bureau estrena 'portal'

El Lanzarote Convention Bureau, promovido por la Sociedad de Promoción Exterior de Lanzarote (SPEL-Turismo Lanzarote), ha presentado su nueva web promocional. El consejero de Promoción Turística del Cabildo de Lanzarote, Ángel Vázquez, ha subrayado "la importancia de que la isla cuente con una página específica dedicada al Turismo MICE".

Hotelbeds se asocia con RateGain para liderar la integridad de tarifas

RateGain monitorizará las tarifas 'online' de los hoteles que trabajan con Hotelbeds

Hotelbeds trabajará con 'Parity+', solución avanzada de gestión integral de integridad de tarifas que utiliza inteligencia artificial (IA) de RateGain

para rastrear incidencias de integridad en tiempo real, para ayudar a identificar a sus socios hoteleros casos de tarifas opacas destinadas a canales *offline*.

A finales de 2019, Hotelbeds anunciaba su colaboración con RateGain, que le proporcionará 'Parity+', una solución avanzada de gestión integral de integridad de tarifas que utiliza inteligencia artificial (IA) para rastrear incidencias de integridad en tiempo real, para ayudar a identificar a sus socios hoteleros casos de tarifas opacas destinadas a canales *offline* que se venden a través de otros canales.

Más recientemente, Hotelbeds ha introducido medidas integrales y soluciones tecnológicas, que incluyen una estricta política de "tres ataques" o "three strikes policy" para canales que violan las reglas de distribución; herramientas que permiten la trazabilidad completa de las tarifas; y la segmentación basada en datos de los canales de los clientes para alinearlos más estrechamente con las estrategias de distribución de los socios hoteleros. Como consecuencia de estas medidas, durante el último

año, Hotelbeds ha bloqueado 800 canales de venta de infractores y ha renunciado a ingresos valorados en 300 millones de euros, que ha dado como resultado una reducción del 90% de las incidencias reportadas en los últimos seis meses a tan solo el 0,01% del total de *roomnights*.

Como explica el director general de Hotelbeds, Carlos Muñoz, "este año hemos conseguido progresar significativamente en la lucha contra el abuso de la integridad de tarifas en nombre de nuestros socios hoteleros y me complace confirmar que las incidencias ahora se han reducido a tan solo el 0,01% total de *roomnights*".

Razonamiento automático

Parity+ permitirá a Hotelbeds configurar las compras de tarifas inteligentes aprovechando los datos de DHISCO, compañía adquirida por RateGain, y viene con una función de Inteligencia Artificial de "razonamiento automático". Al abordar



El director general de Hotelbeds y el chief revenue officer de RateGain.

los problemas de integridad en tiempo real y al proporcionar una solución sólida de gestión del flujo de trabajo de paridad, Parity+ no solo descubre los problemas de paridad, sino que también automatiza la categorización y resolución de estos problemas, proporcionando una solución completa para la gestión de paridad. Además, Parity+ ofrece las mejores funcionalidades de la industria, monitorización de meta canales, múltiples puntos de venta, aplicaciones móviles y tarifas para miembros.



El portal de viajes myCWT.

Nueva función de reserva de hoteles en myCWT

CWT ha integrado una nueva función de reserva de hoteles para los organizadores en su portal de viajes myCWT. De esta manera, los organizadores pueden acceder a los datos de viaje de sus viajeros a través de esta plataforma, en su versión *online* y aplicación móvil, y seleccionar un alojamiento entre los más de 800.000 hoteles disponibles, sin incurrir en cargos por transacción. Asimismo, los viajeros pueden asignarse a sí mismos posibles organizadores de viajes en la herramienta de gestión de perfiles 'Portrait' y concederles acceso a sus datos de viaje.

El proceso de reserva de hoteles *online* es muy similar para los viajeros y los organizadores de viaje, aunque estos últimos ven además una barra azul con el nombre del viajero correspondiente en la parte superior de la pantalla. Por otro lado, se ha simplificado el diseño de la herramienta para facilitar el proceso de reserva y el cumplimiento de la política de empresa en cuanto a viajes. Así, los viajeros pueden ver con rapidez si la tarifa incluye desayuno, es reembolsable o cumple ambos requisitos. Además, existe un nuevo icono que identifica si la tarifa mostrada no reporta puntos por fidelidad.

La transformación digital, clave para Grupo Piñero

Junto a IBM, persigue el objetivo de crear experiencias adaptadas a las necesidades de los nuevos viajeros

Grupo Piñero ha adoptado la tecnología IBM Cloud para acelerar la construcción de nuevas aplicaciones digitales para sus clientes, así como la modernización de las ya existentes. El objetivo de la compañía, que cuenta con 27 establecimientos hoteleros en España y el Caribe, el turoperador Soltour y otros negocios asociados a la industria turística, es crear experiencias innovadoras y adaptadas a las necesidades de los nuevos perfiles de viajeros hiperconectados.

Grupo Piñero persigue gestionar de forma eficiente la estacionalidad del Sector para maximizar su eficiencia operativa y proporcionar así una mejor experiencia de viaje a sus clientes. Con este objetivo, está utilizando la nube híbrida y la Inteligencia Artificial de IBM para crear una infraestructura tecnológica más flexible. Concretamente, el grupo de Turismo está transformando

su infraestructura de tecnologías de la información en un entorno híbrido que, por un lado, le permita acceder a capacidad tecnológica extra durante los picos de demanda a través de la nube pública de IBM y, por otro, crear nuevas aplicaciones nativas en la nube que utilicen servicios de Inteligencia Artificial IBM Watson y le ayuden a mejorar la experiencia del cliente.

Anticipar las necesidades

Utilizando las soluciones de analítica de negocio e Inteligencia Artificial IBM Watson, Grupo Piñero podrá anticipar las necesidades de sus clientes de cara a crear nuevas aplicaciones que le ayuden a proporcionar el mejor servicio posible. Para ello, también va a adoptar la tecnología IBM Cloud Pak for Applications, que se ejecuta en Red

Hat Openshift y que le va a permitir construir una sola vez y que se ejecuten en cualquier entorno tecnológico, tanto en sus instalaciones como en una nube privada o pública de diferentes proveedores, en función de sus necesidades de negocio.

Por ejemplo, Grupo Piñero, IBM y Logicalis (business partner de IBM) están desarrollando una nueva aplicación que ayude a Grupo Piñero a predecir la ocupación hotelera utilizando la Inteligencia Artificial IBM Watson y datos de la compañía de IBM, The Weather Company. En un primer piloto, esta aplicación está utilizando también la tecnología IBM Watson Open Scale para corregir sesgos en los datos y explicar de forma transparente cómo llega a conclusiones.

"Es evidente que la tecnología ha revolucionado el sector transformando la forma de hacer las



Luxury Bahía Principe Cayo Levantado.

cosas y ha conseguido que podamos personalizar las experiencias de nuestros clientes", destaca el director corporativo de IT de Grupo Piñero, Mateo Ramón.

"A medida que las empresas avanzan hacia una nueva fase en su reinversión digital, se mueven rápi-

damente a un entorno tecnológico de nube híbrida y utilizan la Inteligencia Artificial para que les ayude a desarrollar nuevas experiencias para sus clientes a la vez que ser más eficientes", afirma por su parte, la directora del sector del Turismo y Transporte en IBM España, Mercedes Antúnez.

Información y reservas de servicios en Barcelona



Bcnhotels.com ofrece una completa información sobre los alojamientos, restaurantes, comercios, tiendas *gourmets* y establecimientos nocturnos de Barcelona, con gestión de reservas de alojamientos y restaurantes, no disponibles para agencias.

Traslados y reserva por horas en la web de Sixt



Sixt ha añadido en su página web la posibilidad de reservar traslados al aeropuerto de algunas ciudades y el alquiler por horas, mientras mantiene la información de su flota de vehículos y su sencillo sistema de reservas disponible para las agencias.

Página del Convention Bureau de Tarragona



El Convention Bureau de Tarragona presenta una sencilla página en Internet, disponible desde cualquier tipo de terminal, que informa sobre sus espacios y servicios y de las ventajas que ofrece la ciudad para la organización de eventos.

Badajoz presenta una nueva web de Turismo



La nueva web de Turismo de Badajoz mantiene, con un diseño muy mejorado, la información sobre cualquier tema de interés turístico en la provincia y ha añadido un interesante 'Geoportal' y un planificador, pero sigue sin gestión de reservas.

FiturTechY 2020 propone un año más la experiencia de un hotel traído del futuro

Como cada año, el hotel del futuro ocupará buena parte del contenido de FiturTechY, en el espacio #techYhotel

Tras más de 12 años, el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) pone en marcha una edición más el proyecto #techYhotel, un *showroom* en el que recrea cómo serán los hoteles del

futuro. En este espacio, los profesionales del sector disponen de la oportunidad de conocer de primera mano las últimas innovaciones y de qué tecnologías disponen para adaptarse

a las demandas de los viajeros. Fitur junto a ITH organizan este espacio en el marco de FiturTechY, que tendrá lugar los días 22, 23 y 24 de enero 2020 en el pabellón 10B de Ifema.

FiturTechY, la sección de Fitur especializada en tecnología e innovación para el Sector Turístico, se inspira en esta próxima edición en el antiguo proverbio chino que dice: "El leve aleteo de las alas de una mariposa se puede sentir al otro lado del mundo"; una visión holística en la que todos los sucesos están relacionados entre sí, para hacer alusión al "todo está conectado". Con este argumento, el espacio de FiturTechY que organiza el ITH, y que ocupará una superficie de 2.000 m² en el pabellón 10 de Fitur entre los días 22 y 24 de enero, se centrará en cómo la innovación y la aplicación de la tecnología adecuadas en el Sector Turístico pueden representar grandes cambios: desde ofrecer una gran diferenciación en el servicio que se presta al cliente, hasta llevar a una mayor eficiencia energética de los recursos, con la consiguiente mejora en el cuidado del medio ambiente y, en definitiva, en la preservación del futuro de nuestro planeta.

La banca cooperativa Cajamar con su presencia en FiturTechY mostrará su apoyo al Sector Turístico, en su apuesta por la innovación, la sostenibilidad y la calidad. Y como cada año, el hotel del futuro ocupará buena parte del contenido de FiturTechY, en el marco del espacio #techYhotel destinado a que los asistentes puedan ver y experimentar el uso e implementación de nuevas tecnologías y herramientas innovadoras en el entorno de un hotel. Además #techYhotel aunar las propuestas más innovadoras.

El hotel del futuro

Un total de 25 empresas líderes en el sector junto a ITH se han coordinado para integrar sus últimas novedades y poder mostrarlas en #techYhotel. Se podrá ver así el diseño tan innovador realizado por el estudio Morph, para darle forma al *showroom*; *precheckin* con reconocimiento facial de Chapp Solutions; HP y sus dispositivos vanguardistas; el PMS moderno e intuitivo de Mews; el control de accesos o realización de pagos a través de las pulseras con tecnología NFC

de Easygoband, con las que también podremos reservar una bicicleta eléctrica Littium, que podremos encontrar en el propio *showroom*.

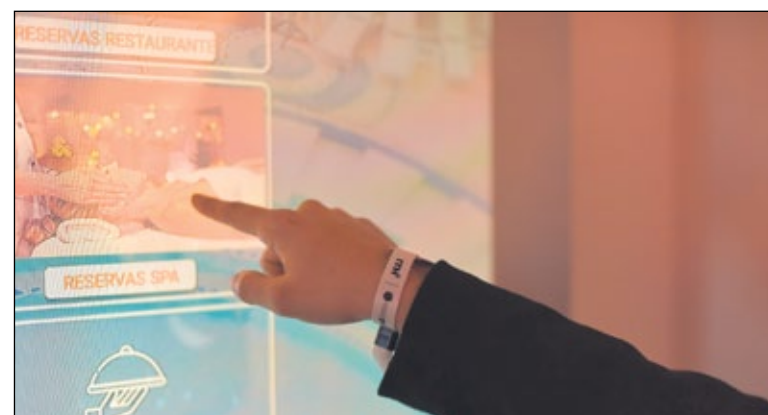
El Grupo ADD traerá a varios de sus robots que consiguen mejorar en gran medida la experiencia de usuario; para poder tener acceso a toda la prensa a nivel mundial estará PressReader; Resuins será el encargado de personalizar todos los textiles; o la cama con sensores para reconocer el ciclo del sueño de Pikolin que este año presenta su nuevo dispositivo de elevación con motor eléctrico lineal.

También se podrá disfrutar del espejo televisión con su novedosa plataforma de IPTV diseñada especialmente para el sector hotelero de Cerium Tecnologías; o la iluminación que se armoniza con los diferentes estados de ánimo de Signify. Zennio, por su parte, mostrará cómo su solución a través de

su sistema basado en un algoritmo de control de presencia es capaz de combinar iluminación, clima, cierres, aromas y audio además de medición de consumo en habitaciones y de la huella de carbono.

Veltia presenta su nuevo secador de manos VFUSION para ofrecer una mayor rentabilidad y sostenibilidad a los hoteles. Roca, su lavabo de Surfex además del plato de ducha de Senceramic®, el inodoro inteligente In-Wash® y el diseño con cisterna integrada In-Tank. HP traerá sus novedosas gafas de Realidad Virtual. Y es que, gracias a la Realidad Virtual, Halton, es capaz de diseñar y configurar los espacios para las cocinas de un hotel. Y CM Creare consigue aportar un valor extra al lugar donde se instala, con sus pantallas led, que llamarán la atención por medio de estímulos visuales.

El mobiliario, con su diseño ajustado para hoteles, integra la



Un total de 25 empresas mostrarán sus innovaciones.

tecnología como parte funcional en la experiencia de cliente, detrás del cual está la empresa Kaudex, que se combinarán con mobiliario de Porcelanosa. Otra de las novedades es que el propio cliente podrá comentar *online* su opinión y se le contestará a través de un sistema que Hotels-

peaker instalará in situ. Se podrá adentrar en espacios inmersivos con Broomx. La importancia del *branding* olfativo quedará de manifiesto con Cleanity. Se dispondrá de cargadores para los clientes, facilitados por Chargy. Schneider Electric, y del 5G de Vodafone.

Cuatro foros para analizar y debatir sobre los retos del futuro del Sector

#techYnegocio, #techYdestino, #techYfuturo y #techYsostenibilidad completan el programa

Un año más, FiturTechY contará además con cuatro foros que enmarcan el espacio. En cuanto a negocio, el foro #techYnegocio constituye el espacio más grande. En los tres días de conferencias y mesas de debate, los agentes referentes del sector en materia de innovación tecnológica presentarán un contenido formador e inspirador que tiene implantación directa en la industria turística.

En cuanto al foro dedicado a la Tecnología y Destino, #techYdestino, es el lugar de referencia para conocer las mejores experiencias de transformación innovadora en destinos, basándose en tres aspectos claves: Smart product, gestión del territorio y *marketing* y promoción.

En cuanto a futuro, Mastercard patrocinadora, por segundo año conse-

cutivo, #techYfuturo, un espacio en el que se hablará de los retos y tendencias en innovación y sobre la tecnología que impacta al turismo, apoyado en inteligencia artificial, robótica, automatización, desarrollo del transporte y la digitalización del comercio.

En pro de la sostenibilidad

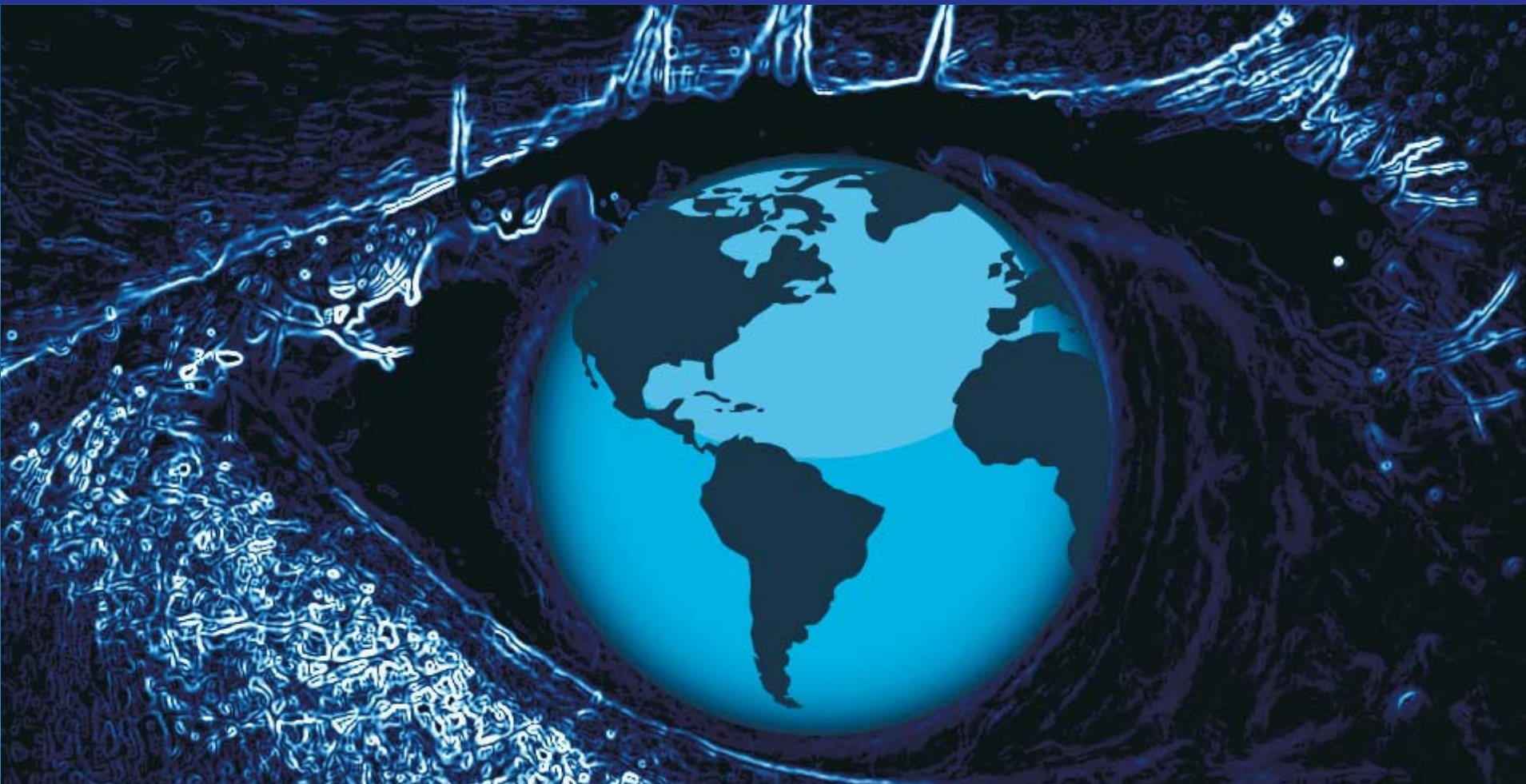
Respecto a la sostenibilidad, #techYsostenibilidad está ligado a la introducción del concepto de sostenibilidad turística desde sus tres puntos de vista fundamentales: medio ambiente, economía y sociedad. El planteamiento de este año girará en torno a cómo los pequeños movimientos en pro de la sostenibilidad en los distintos puntos del mundo están dando lugar a una transfor-



Cuatro foros se desarrollarán a lo largo de los tres días de FiturTechY.

mación mundial en el pensamiento global de la gente, que a su vez se traslada, con cada vez mayor fuerza, a los distintos integrantes del Sector Turístico, alojamientos, destinos,

transportes, etcétera, para adoptar nuevas pautas de actuación para instaurar el concepto sostenible y la Economía Circular en el desarrollo de la actividad turística.



Una Visión Global del Turismo entre Iberoamérica y España



XXII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo

Martes, 22 de enero de 2019

Centro de Convenciones Norte de Ifema

ORGANIZA

GRUPO
Nexo



PATROCINAN



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

COLABORAN



ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO



CONSEJO DE TURISMO
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE
ORGANIZACIONES EMPRESARIALES



FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO



MOSTRADOR

KLM inaugura su nueva Sala VIP Crown

La aerolínea KLM ha inaugurado oficialmente su Sala VIP Crown para pasajeros no Schengen completamente renovada en el Aeropuerto de Schiphol, en Ámsterdam. El nuevo espacio, de 6.800 metros cuadrados, ofrece zonas para trabajar, relajarse, descansar, ducharse o tomar alguna bebida o comida. "Esto representa un gran hito. Ofrecemos a nuestros clientes y a los clientes de nuestras aerolíneas asociadas una experiencia inolvidable, un logro decisivo en nuestro centenario", señala el vicepresidente sénior de Servicios en Tierra de KLM, Eelco van Asch.

✉ www.klm.com

Tui publica su nuevo catálogo 'Madagascar 2020' con nuevas aventuras para los viajeros

La mayorista refuerza su apuesta por la isla con una oferta completa que incluye dos expediciones

Tui Group acaba de publicar su monográfico 'Madagascar 2020', un catálogo muy completo que dispone de un gran número de nuevas propuestas que brindan al viajero la oportunidad de vivir nuevas experiencias, incluyendo un viaje de autor y otras aventuras.

Dentro de la oferta se incluyen una serie de itinerarios como 'Esencias del Norte', una salida de 13 días de duración para conocer algunos parques y paisajes de las lagunas y las playas del norte. Por su parte, 'Sur de Madagascar'

ofrece algunos de los paisajes más espectaculares de la isla, caminatas por parques nacionales, como el Parque Nacional de Isalo, y reservas con formaciones de piedra arenisca, profundos barrancos y oasis escondidos. Para los más aventureros, Tui ofrece 'Tsingys y Baobabs'. Un programa con actividades únicas, como disfrutar del atardecer en la avenida de baobabs de Morondava. 'Descubre Madagascar' y 'Expedición Baobab' completan este monográfico.

✉ es.tui.com



El catálogo incluye un viaje de autor y otras aventuras.

Air Nostrum incorpora una nueva ruta que conecta Granada y Valencia

El nuevo itinerario estará operativo desde el 29 de marzo al 24 de octubre

Air Nostrum establecerá una nueva conexión entre Granada y Valencia durante la próxima temporada de verano, concretamente entre el 29 de marzo y el 24 de octubre. La aerolínea operará la ruta con tres frecuencias semanales. En los meses de abril y mayo se operará los martes, jueves y domingos; y entre junio y octubre operará los martes, jueves y sábados. Los billetes se encuentran a la venta desde 49 euros la ida, y de 97 euros en el caso de reservas los viajes de ida y vuelta.

✉ www.airnostrum.es

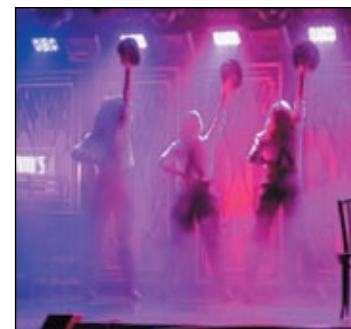


La ruta Granada-Valencia dispondrá de tres frecuencias semanales.

Nuevas producciones de Silversea para este año

Silversea ha presentado la colección de sus nuevas producciones musicales para 2020, desarrolladas en colaboración con Luna Rossa Productions. A bordo del Silver Moon, que será lanzado el 6 de agosto de 2020, se levantará el telón de 'To the Moon and Beyond', un tributo retro a la exploración espacial y las películas clásicas de ciencia ficción. Esto estará complementado con otros espectáculos como 'Circus', 'Café Tango' y '80's Gold'. Todo esto será representado por los talentos de Silver Stars, un nuevo elenco de cantantes y bailarines.

Por otro lado, durante este año llegarán un gran número de nove-



Nuevo elenco de bailarines.

dades, con nuevos espectáculos, como por ejemplo '¡Boogie Wonderland!', 'Late in the Evening', 'Colors', 'Brit Hits', y 'Corazón'.

✉ www.silversea.com

Regent Seven Seas Cruises ofrece experiencias en Alaska para 2020

Grupos de expertos locales complementarán el viaje acompañando a los pasajeros

Regent Seven Seas Cruises ha presentado su nueva colección de experiencias a bordo y en tierra en todos sus viajes de 'Alaska 2020'. Durante los itinerarios la naviera ofrecerá experiencias culturales únicas para que los pasajeros disfruten, extendiendo la experiencia de Alaska desde la costa hasta el barco. Estas actividades están programadas para los momentos posteriores a la llegada de los huéspedes de la mayoría de las excursiones en tierra.

Para mejorar la experiencia, expertos en destinos navegarán a bordo durante todo el viaje narrando detalles sobre los paisajes circundantes. Entre estos profesionales se encuentran Lily Hope es

nativa de Juneau y parte de la tribu Tlingit, del grupo Raven; la vicealcaldesa de Hoonah, Amelia Wilson, expertos en sus ancestros Tongass Tlingit, como Richard y Janice Jackson, y muchos más.

Excursiones

Por último durante estos itinerarios podrán disfrutar de algunas excursiones como 'Recorrido a pie desde una perspectiva local (Sitka)', 'La mirada al pasado de un nativo (Skagway)', 'Entre bambalinas (Juneau)', 'Recorrido a pie de la mano de un nativo Tlingit (Ketchikan)' Wrangell a través de los ojos de un local'.

✉ www.rssc.com



Experiencias culturales en Alaska.



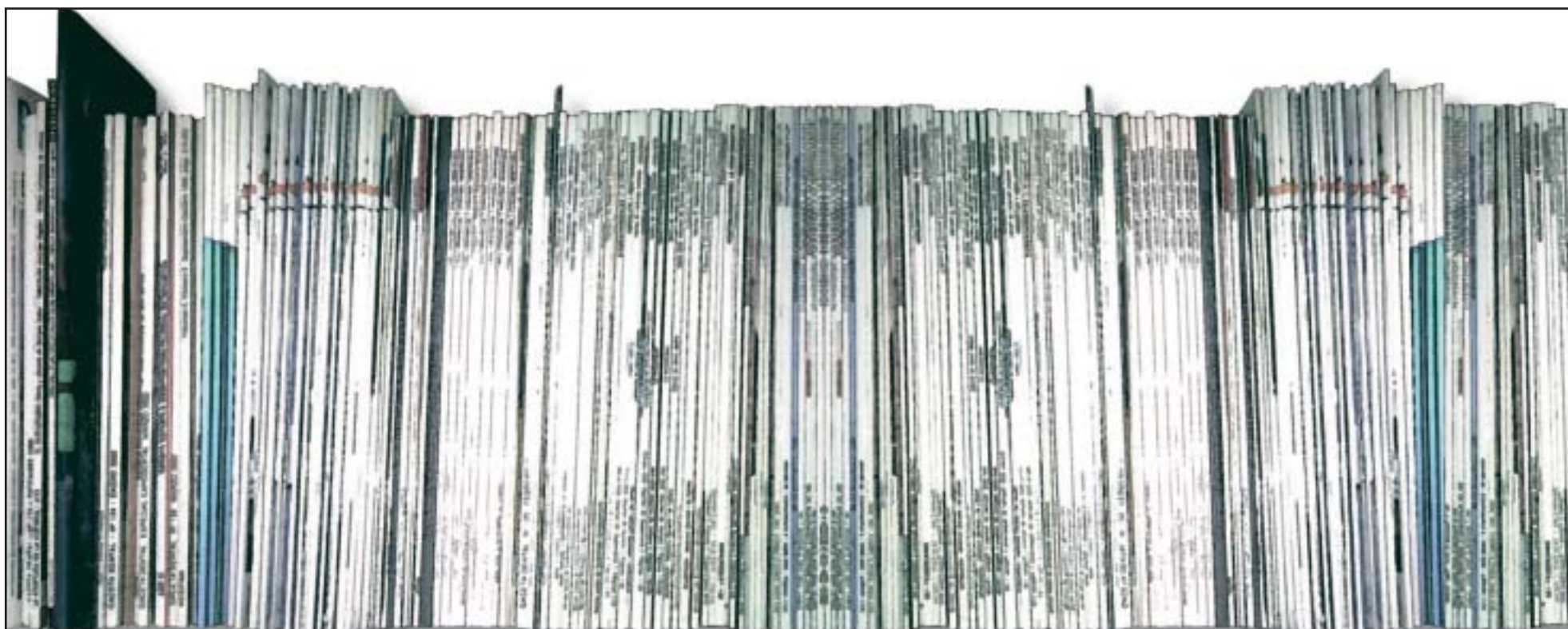
Los vuelos estarán operados por el Boeing 787-9 Dreamliner.

Etihad Airways anuncia vuelos a Málaga en verano

Etihad Airways ha anunciado que lanzará nuevos vuelos de temporada a Málaga para satisfacer la fuerte demanda de vuelos que tienen los clientes de los Emiratos Árabes. En total se pondrán en circulación

tres vuelos semanales desde Rabat, desde el próximo 26 de junio hasta el 13 de septiembre de 2020. Los vuelos estarán operados por el Boeing 787-9 Dreamliner.

✉ www.iberia.com



Transferencia del conocimiento

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

publicaciones profesionales y generales

Nuestras más de 300 cabeceras en el mercado, forman el más importante grupo dedicado a cumplir con los compromisos de informar, formar, entretener, servir y dinamizar.

Solicite la guía de publicaciones (aepp@aepp.com)

Mundo Amigo ofrece salidas para celebrar el aniversario del nacimiento de Beethoven

La agencia de viajes de autor propone visitar destinos tan icónicos como Bonn, Baden-Baden, Berlín, Viena o Lucerna

Para celebrar el 250º aniversario del nacimiento del histórico músico, Ludwig Van Beethoven, Mundo Amigo ha puesto a disposición de sus clientes nuevos itinerarios

en algunas de las ciudades más relevantes para el compositor en Alemania y Austria para así revivir algunos de los momentos históricos de aquella época, como el

22 de diciembre de 1808 que se celebró un concierto en el Theater an der Wien. La propuesta permitirá visitar Bonn, Baden-Baden, Berlín, Viena o Lucerna.

Mundo Amigo se ha sumado a la celebración del año Beethoven con diferentes propuestas gracias a las que se podrá entender la grandeza de un personaje excepcional, justo en el año en el que se celebra el 250º aniversario de su nacimiento en 1770. En este sentido, entre los días 11 y 14 de enero, la agencia de viajes de autor ya ofreció salidas hasta Viena, donde murió Beethoven, para revivir una experiencia única: un concierto mítico que tuvo lugar el 22 de diciembre de 1808 en el Theater an der Wien, y en el que durante cuatro horas se interpretaron nada menos que cuatro obras insólitas del compositor, como son las Sinfonías Quinta y Sexta, dos movimientos de la Misa en Do mayor op. 86 y la Sinfonía Coral op. 80 para piano, coro y orquesta.

Por otra parte, para los que quieran unirse más tarde a la celebración, Mundo Amigo ofrece,

durante el mes de febrero, viajes a Bonn, ciudad alemana donde el músico nació y creció. Desde el 7 al 10 de este mes, la mayorista permite visitar la Bundeskunsthalle, la mayor exposición jamás organizada en torno a toda su vida y sus obras, además de acudir a la Beethovenfest, un festival que se celebra todos los años en el mes de septiembre y que dirige desde hace años Nike Wagner, bisnieta de Richard Wagner, y la Beethoven-Woche, donde se presentará la totalidad de la música de cámara del compositor alemán gracias a la programación de 16 conciertos.

Festival de Pascua

Por otro lado, entre el 4 y el 7 de abril, Mundo Amigo viajará al Festival de Pascua de Baden-Baden, cuya edición de 2020 abrirá la Filarmónica de Berlín junto a su

novísimo director titular, Kirill Petrenko, quienes inician colaboración interpretando 'Fidelio', la única ópera que compuso por el genio de Bonn. Además, la agencia de viajes sugiere pasar la Semana Santa disfrutando con la programación del Festival de Pascua en Berlín del 8 al 13 del mismo mes.

Por último, entre los días 10 y 13 del mes de septiembre, los viajeros podrán disfrutar de diferentes interpretaciones de obras claves para entender la genialidad de Beethoven en el Festival de Lucerna del 10 al 13 de Septiembre, y representadas por el director de orquesta británico John Eliot Gardiner y su Orchestre Révolutionnaire et Romantique ofrecerán. Los músicos recordarán la Misa solemne en Re mayor op. 123, la Sinfonía nº 8 en Fa mayor op. 93 o la Sinfonía nº 9 en Re menor op. 125.

✉ www.mundoamigo.es



Ofrecen la posibilidad de viajar los Festivales de Pascua.

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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



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

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

Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España



NEXOTUR

PVP: 9€ cada volumen
PVP: 98€ colección completa (*)

Volumen I NEXOTUR	Volumen II NEXOTUR	Volumen III NEXOTUR	Volumen IV NEXOTUR	Volumen V NEXOTUR	Volumen VI NEXOTUR	Volumen VII NEXOTUR	Volumen VIII NEXOTUR	Volumen IX NEXOTUR	Volumen X NEXOTUR	Volumen XI NEXOTUR	Volumen XII NEXOTUR
Eugenio de Quesada	Eugenio de Quesada	Eugenio de Quesada	Eugenio de Quesada	Eugenio de Quesada	Eugenio de Quesada	Eugenio de Quesada	Eugenio de Quesada	Eugenio de Quesada	Eugenio de Quesada	Eugenio de Quesada	Eugenio de Quesada
Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España	Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España	Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España	Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España	Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España	Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España	Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España	Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España	Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España	Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España	Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España	Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España
Nexo	Nexo	Nexo	Nexo	Nexo	Nexo	Nexo	Nexo	Nexo	Nexo	Nexo	Nexo
Vol. 1: 510 págs.	Vol. 2: 544 págs.	Vol. 3: 562 págs.	Vol. 4: 562 págs.	Vol. 5: 528 págs.	Vol. 6: 504 págs.	Vol. 7: 520 págs.	Vol. 8: 524 págs.	Vol. 9: 526 págs.	Vol. 10: 520 págs.	Vol. 11: 508 págs.	Vol. 12: 520 págs.

Solicite su ejemplar o colección en suscripciones@nexotur.com

(*) El volumen 12 (correspondiente a los años 2018 y 2019) se entregará en enero de 2020

■ CLUB NEXOTUR

Husa Hoteles ofrece hasta un 45% de descuento a agentes

Los agentes miembros del Club NEXOTUR podrán beneficiarse de descuentos de hasta el

45% sobre tarifa oficial con HUSA Hoteles. La promoción, sujeta a disponibilidad de los alojamientos, in-

Club NEXOTUR

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

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

■ FAM TRIP



Conocieron la oferta turística de Málaga.

Varios 'fam trips' en la Costa del Sol

En el último trimestre del año ha atendido un total de 12 *fam trips* para mostrar a numerosos profesionales del Sector Turístico procedentes de diferentes países del mundo la amplia y diversa oferta turística y congresual de la provincia de Málaga. Las salidas tuvieron lugar 9 y 10 de noviembre, del 17 al 19 de noviembre y del 17 al 20 de noviembre.

La tercera aeronave de Vueling aterriza en su base de Valencia

La aerolínea avanza un programa conformado por 18 rutas y 225.000 plazas

Vueling ha anunciado recientemente la llegada de un nuevo avión, del modelo A320 de la familia Airbus, a la base del Aeropuerto de Manises, continuando así con la operativa que lleva realizando de manera ininterrumpida desde el 2005 en dicho aeropuerto, donde cuenta con una cuota de mercado del 12,5%. La aeronave quedará instalada de forma permanente a partir del próximo mes de mayo.

De cara al próximo año 2020, la compañía aérea también ha informado de que ofrecerá una capacidad adicional de 225.000 plazas disponibles, lo que supondrá un incremento del 16% respecto al año 2019. En este sentido, presentará una programación de 18 rutas directas, con destinos nacionales e internacionales.

Nueva ruta

La gran novedad que trae esta incorporación será el lanzamiento de una nueva ruta, que unirá la capital del Turia con el aeropuerto londinense de Gatwick.



Incremento de frecuencias en Lanzarote, Palma y Bruselas.

Esta nueva conexión iniciará sus operaciones el próximo mes de mayo y ofrecerá a los pasajeros hasta seis frecuencias semanales.

En lo relativo al resto de la programación, las conexiones que se beneficiarán de un mayor refuerzo a nivel de frecuencias son Lanzarote, que suma una nueva frecuencia adicional semanal; Te-

nerife, que dispondrá de tres nuevas frecuencias semanales; Palma de Mallorca, que consolidará su conectividad mediante un nuevo vuelo con frecuencia diaria y también cabe destacar el incremento de plazas que brindará la conexión con Bruselas, mediante una nueva frecuencia semanal adicional.

✉ www.vueling.com

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

CONEXO



PVP: 18€

Solicite su ejemplar: suscripciones@nexotur.com

NEXOTUR

GRUPO
Nexo

NEXO

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

NEXOTUR®

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

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

EDICIÓN

1000
ESPECIAL



HISTORIA DEL TURISMO EMISOR EN ESPAÑA

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

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

PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00

☎ 91 369 18 39

Lope de Vega, 13
28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

■ MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
GUAMA	Descuento del 20% sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para la programación de los folletos de Cuba América	Abierto	Ventas Madrid	☎ 91 782 37 87 ☎ 91 564 16 22
■ 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.travelagencies. 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.ocahotels.com
PARADORES	50% de descuento a miembros del Club en temporada baja y 25% en temporada alta.	Obligatorio reserva por escrito. Sujeto a disponibilidad. La oferta no incluye el Parador de Granada.	Abierto	Central de Reservas	☎ 91 516 66 66 ☎ 91 516 66 57
PLAYA SENATOR	50% de descuento para miembros y acompañantes en temp. baja y 25% en temp. alta.	Hoteles de playa y de ciudad. Descuento sujeto a disponibilidad del alojamiento.	Abierto	Central de Reservas	☎ 950 62 71 60 ☎ 901 10 12 10
WORLDHOTELS	50% de descuento sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo en cinco y cuatro estrellas.	Valido excepto durante periodos altos de ocupación y con limitación de habitaciones a tarifa agente/día. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2014	Departamento Reservas	900 99 49 54 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
ERGO Seguros de Viajes	85% de descuento sobre tarifa a miembros del Club.	Seguro de Viaje Póliza Especial Agentes. Mod. Individual: 84,44 euros. Mod. Familiar. 154,63 euros.	Abierto	Departamento comercial	☎ 91 344 17 37
INTERMUNDIAL SEGUROS	40% de descuento sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Seguro de viaje anual especial Profesionales del Turismo por 120,50 euros.	31-12-2019	Marta Bernabé	☎ 91 290 30 82



El Sector ha cambiado y la Información también



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

Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo

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

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

Los destinos exitosos a finales de 2016

Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde

Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria



**Date de alta en
Nexohotel.com**

Diario online de Hotelería

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

HOTELERIA

Islas Baleares y Madrid, principales focos de la inversión en reformas hoteleras

El acuerdo entre ambas contempla un plan de mejora de hoteles y la integración de otros nuevos

El 42% de toda la inversión hotelera en España reside en Baleares y la Comunidad de Madrid. Así lo refleja el nuevo informe

H|REFCON 2019, realizado por el consultor inmobiliario Colliers International. El archipiélago balear ha invertido alrededor

de 403 millones de euros invertidos en el pasado 2019, seguida de cerca por la capital española con 382 millones.

Las Islas Baleares son el principal destino de toda la inversión en reformas hoteleras y nuevos hoteles en construcción, con 403 millones de euros invertidos en el pasado 2019, seguidas de la Comunidad de Madrid (382 millones de euros). Ambas plazas suponen el 42% del volumen total invertido, según el nuevo informe H|REFCON 2019, publicado por Colliers International, que analiza tanto la inversión en reformas hoteleras como aquella destinada a la construcción de hoteles de nueva planta.

A lo largo de 2019 se han registrado actuaciones en cerca de 46.000 habitaciones hoteleras y, por segundo año consecutivo, España cerrará el ejercicio con una cifra destinada a reformas hoteleras y construcción de nuevos hoteles próxima a los 2.000 millones de euros, de los cuales el 50% se concentran en hoteles de nueva planta.

El segmento urbano continúa ganando peso, la inversión destinada a este segmento no ha dejado de crecer desde 2016, registrando un crecimiento medio anual del 40% en los últimos tres años. Las razones fundamentales de ese crecimiento sostenido son la entrada de grandes marcas internacionales, los proyectos de obra nueva en zonas no céntricas y la reconversión de edificios de oficinas en las zonas centro. En 2019 el segmento urbano representa ya el 44% de la inversión total en reformas hoteleras y nuevos hoteles en construcción.

Los proyectos de reforma más relevantes de este año han sido, en el segmento urbano, el Riu Plaza de España, Four Seasons Canalejas, Nobu Barcelona, Aloft Gran Vía o el Pestana de Plaza Mayor en Madrid, mientras que, en el vacacional, destacan especialmente las reconversiones u obra nueva

Evolución del volumen total



Fuente: Colliers International.

© NEXOTUR

del H10 Atlantic en Tenerife, Curio Higuerón en Fuengirola o el Hotel Bless Ibiza.

"Teniendo en cuenta la inversión prevista para los próximos años y en línea con el creciente interés in-

versor, se espera que esta tendencia hacia la cualificación y renovación de la oferta hotelera continúe en el medio plazo" señala la directora general de Hoteles de Colliers International, Laura Hernando.

Meliá será pionera en aplicar 'blockchain' medioambiental

La lucha contra el cambio climático es uno de los principales retos de la agenda pública internacional, una prioridad para la industria turística y uno de los pilares clave del Plan Director de Sostenibilidad de Meliá Hotels International, que integra los compromisos públicos realizados en el marco de la COP21 de París 2015, y que le han llevado a marcarse el reto de reducir el 50% de sus emisiones en 2035.

Todo ello, junto a la digitalización, el trabajo junto a startups y la creciente demanda de productos y servicios más sostenibles, han llevado a Meliá a ofrecer a sus clientes MeliáRewards la posibilidad de implicarse de forma directa en este compromiso compartido.

En este camino, Meliá cuenta con el apoyo de la plataforma Climatetrad, startup española de referencia internacional en blockchain medioambiental, que permite la compensación de emisiones online de una manera sencilla y directa. Tras la firma del acuerdo, el CEO de Climatetrad, Francisco Benedito, comentó que "el cambio climático nos afecta a todos y trabajamos para ser parte de la solución. Ser neutros en carbono es un gran paso hacia ese objetivo y el blockchain supone una exce-



Bless Hotel Madrid.

lente palanca para que las empresas puedan avanzar en la consecución de los objetivos marcados".

Así, a través de Meliá Rewards, a partir de primer trimestre del próximo año, los miembros del programa podrán canjear puntos por créditos de carbono certificados bajo estándares internacionales y destinarlos al apoyo de proyectos sostenibles de su elección, a través del programa, que desarrollen, protejan y conserven ecosistemas naturales. Estos créditos de carbono y su destino cuentan con certificados por los más altos estándares del UN CDM Registry y Verified Carbon Standard (VCS).

Paradores es la marca con mayor reputación en España

Paradores de Turismo es la marca con mayor reputación de nuestro país. Así lo evidencian los estudios Brand Finance Reputación de Marca correspondientes a los años 2018 y 2019, elaborados por Brand Finance, la firma internacional independiente líder en valoración y estrategia de marcas.

La cadena hotelera pública, con una reputación media de 7,14 sobre 10, se posiciona no solo como la marca de mayor reputación del Sector Hotelero, que es precisamente el sector que lidera la puntuación de prestigio, sino también como la marca con mayor reputación de España. Paradores alcanza esta posición de liderazgo en competencia con sectores como Tecnología, Automoción, Textil, Comida Rápida y Casual Food, Cervezas, etc.

El presidente y consejero delegado de Paradores, Óscar López destaca que "es el fruto del trabajo incansable de toda la plantilla y de la confianza de nuestros amigos y clientes", añadiendo que esta convicción "de que a esa excelente reputación de Paradores está contribuyendo la rotunda apuesta por la sostenibilidad que está realizando la compañía con medidas como el empleo de electricidad



Busca nuevos mercados.

100% de fuentes renovables, la batalla contra los plásticos de un solo uso o la lucha contra el desperdicio alimentario".

El citado estudio destaca que Paradores se ha sabido sobrepasar al difícil momento en que se encontraba a finales de 2012, en una situación de quiebra técnica que acabó en un expediente de regulación de empleo (ERE). La cadena ha vuelto a la senda de la rentabilidad. En 2018 obtuvo 15 millones de euros de beneficio y el presente ejercicio prevé cerrarlo superando los 260 millones de euros de facturación.

■ PRODUCTO

La sociedad matriz de Best Hotels crea Serenade Caribbean

La sociedad propietaria de la cadena Best Hotels, una de las empresas hoteleras más importantes de nuestro país que actualmente dispone de 34 establecimientos y alrededor de 11.200 habitaciones, ha decidido constituir una nueva división empresarial para gestionar el nuevo proyecto hotelero que se inaugurará próximamente en el Caribe. Así pues, se ha creado Serenade Caribbean Resorts, una nueva gestora hotelera especializada y responsable de todos los proyectos que se encuentran actualmente en desarrollo o se realicen en el futuro en la zona del Caribe.

Casa Fontequeiroso y Lluçançs Gran se unen a Logis

Logis ha sumado dos nuevos hoteles españoles a su *portfolio*, los hoteles Casa Fontequeiroso, en A Coruña, y el Hotel Lluçançs Gran, en Menorca, lo que supone un total de 27 establecimientos en el país. Estas incorporaciones contribuyen al crecimiento de Logis en España y permite afianzar su presencia en las Islas Baleares, comunidad en la que solo contaba el Logis Hotel Segles en Mallorca. "Con estas dos incorporaciones, reforzamos nuestra posición en España y acercamos el modelo de Logis a los restauradores y hoteleros de Menorca" señala el director de expansión de Logis para el sur de Europa, Paul Noel.

Elba Lucía ofrece un nuevo servicio de alquiler de bicicletas

El hotel Elba Lucía, situado en el centro de la isla y muy cerca de Puerto del Rosario, propone a sus clientes un nuevo servicio para recorrer los alrededores de una forma sostenible: las bicicletas eléctricas. El establecimiento acaba de estrenar un punto de recogida de eBikes de la empresa canaria de alquiler de vehículos eléctricos Lovesharing, fomentando así la colaboración con los proveedores locales. Este servicio, que tiene un coste de cinco euros por hora o 20 euros por el día completo (24 horas), se contrata a través de la aplicación para móvil de Lovesharing, basta descargarla y activar el candado electrónico de la bicicleta.

Barómetro del Turismo Rural: suben las reservas un 15% respecto al 2018

Andalucía se posiciona como la tercera Comunidad autónoma más demandada con el 13,5%

En la undécima edición del Barómetro del Turismo Rural, elaborado por el portal de casas rurales Clubrural.com, se realiza un

estudio sobre acerca de la situación en la que se encuentra el Turismo rural. Durante este segundo semestre, las reservas en

establecimientos de Turismo rural se han incrementado un 14,7% respecto a las que hubo el año pasado en el mismo período.

El Turismo rural prosigue con su crecimiento. Así lo confirma el Barómetro del Turismo Rural, que informa de que se ha registrado una subida de casi un 15% en las reservas en destinos rurales.

El desarrollo de este tipo de Turismo y la amplia extensión territorial de Castilla y León dejan a la Comunidad como la mayor ofertante de casas rurales en España. De hecho, un 20,6% de ellas se encuentran en esta región, donde Ávila con el 3,7% y Segovia con el 3,4% son sus máximas representantes. Del resto, le sigue Cataluña con el 13,1% (siendo Girona con el 4% la que más casas pone a disposición del turista) y Andalucía con el 12,9% con Granada a la cabeza (2,7%). Las dos últimas regiones en este top cinco son Castilla-La Mancha (8,5%) con Cuenca como la más generosa en lo que a oferta se refiere (1,9%) y Asturias (7,7%).

En cambio, si el estudio se hace a partir de las comunidades con menos establecimientos, tendríamos que hablar en primer lugar

del archipiélago balear donde solo se encuentran el 0,9% de las casas rurales. Lo seguirían la Región de Murcia (1,2%) y La Rioja (1,2%).

Cataluña, la más demandada

A pesar de ser Castilla y León la Comunidad con más oferta de casas rurales, es Cataluña la que se lleva la mayor parte de la demanda a lo largo de todo el segundo semestre de 2019. El 16% de los viajeros eligió esta zona para hacer Turismo rural. A continuación, le sigue Castilla y León como segundo destino preferido entre quienes han viajado este semestre. El 13,6% lo han elegido por delante de Andalucía que ha logrado reunir al 13,5% de turistas.

En cuanto a provincias, Asturias, Madrid y Barcelona con el 10,1%, 8,5% y 8,1% respectivamente reúnen la mayoría de viajes en esta temporada. Llama la atención que Madrid, a pesar de ser de las Comunidades con menor oferta de establecimientos, está en el top tres de provincias con más demanda.



Asturias, Madrid y Barcelona, las provincias más demandadas.

Respecto a la tipología de casas rurales, dividiéndolas en integras, por habitaciones o mixtas vemos que la oferta española es sobre todo íntegra siendo de esta forma un 72,1% de la red de establecimientos. El porcentaje de alojamientos

que ofrecen los servicios por habitaciones es bastante inferior, solo un 23,2% así lo tienen. Por último, los negocios que optan por ofrecer las instalaciones de forma mixta, es decir, a gusto del cliente representan tan solo el 4,5%.

Seis de los diez mayores hoteles en Jamaica son de origen español

La presencia de los hoteles españoles, con 7.100 habitaciones, sigue en aumento

Los vínculos de Jamaica con España son cada vez más estrechos en la actualidad. Aparte de inversiones, obras e infraestructuras impulsadas por empresas españolas, destaca la presencia de las primeras marcas hoteleras españolas en el país. El inventario de habitaciones de grupos españoles en Jamaica sigue en constante crecimiento y su impacto va más allá de la oferta de miles de habitaciones, incidiendo de forma directa en la parte económica y la generación de empleo.

Dentro de los diez mayores hoteles de la isla, seis pertenecen a cadenas o grupos españoles: Bahía Principe Jamaica Resort, compuesto por dos hoteles, suma 1.375 habitaciones; Grand Palladium-Lady Hamilton (1056 habitaciones); Club Hotel RIU Ocho Rios (901 habitaciones); Hotel RIU Montego Bay (681 habitaciones); Hotel RIU Montego Bay (600 habitaciones); y Hotel RIU Reggae (454 habitaciones).

En total, en la actualidad, hasta 13 hoteles españoles operan en Jamaica, incluidas también marcas como Iberostar con tres hoteles (Grand Rose Hall, Rose Hall Beach, Rose Hall Suites) y Meliá con el Meliá Braco Village Hotel & Spa y Excellence con Excellence Oyster Bay. Estos 13 hoteles ofrecen un



Hasta 13 hoteles españoles tienen operativa en Jamaica.

inventario de alrededor de 7.100 habitaciones, que supone prácticamente una tercera parte del conjunto de toda la oferta hotelera, teniendo en cuenta que, a finales de 2018, Jamaica contaba con un registro de alrededor de 25.000 habitaciones en 203 hoteles, de los cuales más de la mitad son hoteles pequeños, con menos de 50 habitaciones.

‘Lograr un servicio permanente’

El director de Sergat, la Oficina de Representación de Jamaica para España y Portugal, Marc Meister, ha señalado que "España lidera la presencia de marcas hoteleras europeas en Jamaica. Sumado a la vo-

luntad de seguir estrechando lazos y expandir este *portfolio*, nuestro interés se centra también en lograr un servicio aéreo permanente entre España y Jamaica, un servicio aéreo directo del que carecemos en la actualidad y que sería un factor determinante en el futuro crecimiento no solo del mercado emisor español a Jamaica, sino también para otros mercados en Europa que, a través de Madrid o Barcelona, podrían usar para volar a la isla". Por último, ha querido destacar que, "la falta de un vuelo directo es, a la vez, nuestra principal limitación y también la mayor oportunidad de cara al futuro para atraer más visitantes españoles y europeos a Jamaica".

Cinco tendencias del sector hotelero en 2020, según a&o Hostels

A&o Hostels ha analizado algunas de las tendencias con mayor impacto en el Sector que marcarán las estrategias comerciales, de producto y de expansión en el 2020. En primer lugar, crece el orgullo de encontrar alternativas de viaje a bajo precio. Los viajeros ya no se sienten avergonzados, sino por el contrario, orgullosos de ahorrar porque esto implica que han sido capaces de conseguir el mejor valor para su dinero, consiguiendo exactamente lo que necesitan al coste más conveniente. Esta tendencia se alinea con tendencias globales de consumo que van más allá del precio y que están relacionadas con la sostenibilidad, la flexibilidad, la inclusión y la accesibilidad.

Por otro lado, los viajeros son cada vez más conscientes del impacto del ocio y del turismo en los destinos y se sienten cada vez más atraídos por escapar de lugares saturados para explorar nuevos barrios y atracciones alternativas. Además, hay más oportunidades para escapadas de corta distancia para las familias o grupos de amigos.

PRODUCTO

Atom Hoteles Socimi se hace con el hotel NH Las Tablas

Atom Hoteles amplía su presencia en Madrid con la compra de un nuevo hotel, el NH Las Tablas, operado en régimen de alquiler por NH Hotel Group. Este establecimiento, de cuatro estrellas, cuenta con 149 habitaciones, ocho salones con capacidad desde ocho hasta 70 personas, gimnasio, piscina climatizada, zona de *spa* y dos plantas de *parking*. El NH Las Tablas está ubicado en la zona denominada Las Tablas, un área que ha registrado una importante expansión en oficinas tras instalarse grandes multinacionales, como Telefónica, la Ciudad BBVA, Banco Sabadell, Mediaset, Caser, Técnicas Reunidas, Metrovacesa, Ferrovial, ACS, FCC, Dragados y Construcciones, y Renault, entre otras.

Hospedium suma dos nuevos establecimientos asociados en España

El crecimiento de Hospedium continúa en marcha con la incorporación de dos nuevos establecimientos: el Hotel Don José, situado en Castilla (Alicante), y el Hotel Encasa, en Almansa (Albacete), ambos de categoría tres estrellas. La cadena española especializada en hoteles independientes suma actualmente una treintena de establecimientos en distintas categorías repartidos por toda la geografía nacional y todos ellos de carácter familiar, proporcionando a todos sus asociados una amplia comercialización, además de herramientas tecnológicas y asesoramiento profesional. Modernos, tecnológicos y con la máxima atención a los detalles. Así son todos los establecimientos de la marca Hospedium Hotel Group.

Small Luxury Hotels anuncia cinco nuevos destinos en diciembre

Small Luxury Hotels of the World (SLH) ha presentado recientemente a cinco nuevos miembros a su colección de hoteles *boutique* de lujo independientes (Gangtey Lodge, en Phobjikha Valley, Bhutan; Barbuda Belle, en Barbuda; 100 Rizes Seaside Resort, en Mani, Grecia; The Lumières Hotel & Spa, en Lisboa, Portugal y el Rawah Ranch, en Colorado, Estados Unidos). Las primeras propiedades de SLH en Bután y la isla de Barbuda ofrecen una serie de escondites remotos en entornos únicos. Disfrutar del sol en un complejo costero en la región de Mani en Grecia, disfrutar de las vistas en un hotel en el corazón de Lisboa o del aire libre en un rancho en Colorado.

BOOKING

NEXOTUR

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

☎ 91 369 41 00
📠 91 369 18 39

Mayoristas

VIAJES ABREU Génova, 16 MADRID	☎ 902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
ALONDRA/CALIPSO VACACIONES Avda. Real Academia de Medicina, 1º MURCIA	☎ 902-355444/968-355444 Fax 902-355443
TUI SPAIN Mesena, 22, 2º MADRID	☎ 91-7597125 info@tuispain.com
AÑOS LUZ SA San Bernardo, 97-99 MADRID	☎ 91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
AÑOS LUZ SA Berastegui, 4 bajo I BILBAO	☎ 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
A SU AIRE Moreña, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
CONDOR VACACIONES Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
COSTA CRUCEROS Plaza Carlos Trías Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
COSTA CRUCEROS Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
DIMENSIONES Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIMENSIONES Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
DIAS LIBRES Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
ENTORNO NATURAL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
EXPO MUNDO Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
HOTELPLUS Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
HOTEL PLAYA VIAJES Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	☎ 93-425 30.66 Fax 93.425.38.07
HOTEL PLAYA VIAJES Silva, 2 6º 2º MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5221241
HVALATRAVEL.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
INTERMUNDOS Fuencarral, 9 1ºB MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5422071
MSC CRUCEROS Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664
MUNDICOLOR Mahonia, 2 MADRID	☎ 902-361926 Fax 93-4827131
NIZA TOURS-VIAJES NIZA Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868

NO MÁS FRONTERAS.COM Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 902-510120 Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	☎ 91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	☎ 91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	☎ 91-5612373 Fax 91-5614242
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	☎ 91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	☎ 93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	☎ 945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	☎ 96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS C/ Irmáns Suárez Ferrín, 4B CULLEREDO (A CORUÑA)	☎ 981-654801 Fax 981-651467
PROTEL Mahón 6-8, Parque Las Rozas MADRID	☎ 91-5096101-902-196100 Fax 91-3729198
SOLAFRICA Federico Salmón, 1 MADRID	☎ 91-3532740 Fax 91-3503896
SOLPLAN-TOURNEE Parc. Bit Ctra. del Valdemossa km 7,4 PALMA.	☎ 971-070435 Fax 971-040466
SOLPLAN-TOURNEE Valencia, 231 2º BARCELONA	☎ 93-5100710 Fax 93-4880792
SOLPLAN-TOURNEE Julio Camba, 1 7º MADRID	☎ 91-2960101 / 902239644 Fax 91-3612578
SOLPLAN-TOURNEE Luis Vives, 7 VALENCIA	☎ 96-3944625 Fax 96-3942381
TOURALP Príncipe de Vergara, 47 MADRID	☎ 91-5768445 Fax 91-4359088
TRANSVACACIONES Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164102/91-7242422 Fax 91-623 98 17
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	☎ 902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Carretera Arenal — Lluçmajor km, 21,5 Lluçmajor	☎ 971-178100
TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ Trespadarne 29, 4º MADRID	☎ 902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	☎ 91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	☎ 952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5ºC BARCELONA	☎ 93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 Entpta. Izq, MADRID	☎ 91-5401840 Fax 91-5401841

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

Compañías Aéreas

AEROMEXICO Cedaceros, 10, 6º drcha MADRID	☎ 900 995 282 Fax 91-5481527
ALITALIA Pl. España, 12-1º (ofic.B) MADRID	☎ 902-100323 Fax 91-4416041
ALITALIA Av. Diagonal, 403 BARCELONA	☎ 902-100323 Fax 93-4158379
AIR EUROPA Centro Emp. Globalia. Lluçmajor MALLORCA	☎ 971-178100 Fax 971-178360
AIR SPAIN BROKER Almagro, 19, Madrid	☎ 91-3083444 Fax 91-3198440
FINNAIR Tarragona, 161, 15º BARCELONA	☎ 901888126 Fax 901888128
FLYTUR AIR MARKETING Luisa Fernanda, 2 MADRID	☎ 91-5421323 Fax 91-5423710
IBERIA Velázquez, 130 MADRID	☎ 91-5878787-5877592 Fax 91-5877502
LAN Capitán Haya 1, 7ª planta. MADRID	☎ 91-4544140 Fax 91-5560933
LOT Princesa, 1 Torre 6-12 MADRID	☎ 91-5481373/91-5487353 Fax 91-5595365
AMERICAN AIRLINES Edificio Iberia, Martínez Villergas 49, 2ª Planta Norte	☎ 902-011737

Compañías Marítimas

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

Ferrocarril

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

Alquiler de Automóviles

BUDGET RENT A CAR ESPAÑA Conde de Aranda, 1-3º Dcha. MADRID	☎ 91-4363319 Fax 91-5768827
EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID	☎ 91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201

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

Organismos

GRUPO STAR Luisa Fernanda, 12 MADRID	☎ 91-5502160 Fax 91-5432689
INFOASTURIAS Pza. España, 5 1º OVIEDO	☎ 902-300202 Fax 985-273487
INST.BALEAR PROMOCION TURIST. Montenegro, 5 4º Palau Morell PALMA	☎ 971-176191 Fax 971-176185

Centrales de Reservas

CANARIAS.COM-TENERIFE av. Las Americas, cc Americas Plaza L26 ARONAFax 922-719131	☎ 922-715353
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	☎ 902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	☎ 922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av, Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOTUSA-EUROSTARS Jacometrezo, 58 Principal BARCELONA	☎ 902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA	☎ 93-4090522 Fax 93-4090493
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	☎ 91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	☎ 91-5166666 Fax 91-5166657

RIU HOTELS Laude s/n PALMA DE MALLORCA	☎ 971-743030 Fax 971-744171
SOL MELIA Gremio Toneleros, 24 PALMA DE MALLORCA	☎ 902-144444 Fax 91-5791392
TRANSHOTEL Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 164164/902 164163 Fax 902 444 164
PEGASUS SOLUTIONS Pza. Marqués de Salamanca,3 y 4 1º	☎ 91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

Transporte por Carretera

AEROCITY TRASLADO AL AEROPUERTO Marzo, 34 MADRID	☎ 91-7477570 Fax: 91-7481114
COAVITUR Hermanos Gómez, 4 MADRID	☎ 91-3265280 Fax 91-3260638
ETRAMBUS San Cesáreo, 34 MADRID	☎ 91-5050552 Fax: 91-5051661
Europea de Turismo C/ Silva, 6 Piso 4ºC MADRID	☎ 91-5475921 Fax: 91-5416231
TRAPSA Av. Manoteras, 14 MADRID	☎ 902110115 Fax: 91-3021709

Servicios

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

Cadenas Hoteleras

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

POSITIVO FRANCÉS NATIVO
ANGLORICANO: GLOBISH
SPANISH

COACH
Busqueda activa de EMPLEO

Excelente PROFESOR Management y Marketing
ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE

Suiza (”La primera del mundo”)

Centro de Estudios Turísticos Cuba
Escuela OFICIAL de Turismo Madrid
Shanghai Institute of Turism Shanghai
Normal University China

GARANTIZO RESULTADOS

GRATIS 1ª hora

fetisalain@gmail.com

skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71

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

¿ES SU EMPRESA
UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



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

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

☎ 91 369 41 00

📠 91 369 18 39

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING

Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

NEXOTUR

COMETEXO

GRUPO
Nexo

COMETEXO

Edición Especial
Número 230 / XX AÑO

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

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

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

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

20
AÑOS

del MICE
en España

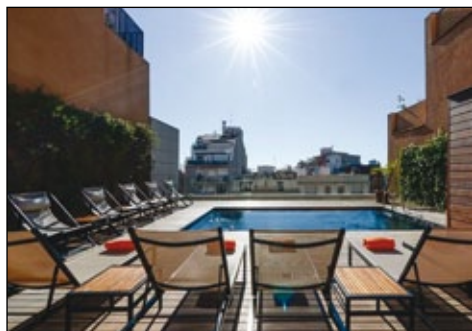


PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

Página de información y gestión de los servicios turísticos de Barcelona

Bcnhotels.com ofrece una completa información sobre alojamientos, restaurantes, comercios, tiendas *gourmets* y establecimientos nocturnos en Barcelona, con gestión de reservas de alojamientos y restaurantes, pero no disponible para las agencias.



www.bcnhotels.com

El grupo catalán Trama engloba en su web Bcnhotels.com, un conjunto de páginas de información sobre servicios turísticos en Barcelona. Para ello ofrece una gestión de reservas de hoteles en la ciudad y su entorno enlazando con Booking.com y una completa información y gestión de restaurantes con una presentación más moderna que la del resto de opciones, que informan sobre tiendas, espacios *gourmet* y sobre bares y discotecas. La página incluye el alta de empresas en el sistema y la de clientes registrados, pero la reserva no está disponible para las agencias de viajes.

BCN / Centrales

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

Bcnhotels.com es una página muy interesante para el cliente final, ya que informa sobre un gran conjunto de servicios turísticos en Barcelona, pero su gestión de reservas de alojamientos y restaurantes no incluye un área para su uso desde las agencias de viajes.

6.7

INFORMACIÓN

Para cada tipo de servicio ofrece sus recomendaciones y un buscador paramétrico con una amplia información en varias pantallas, ajustada a las características del tipo, pero con un diseño muy distinto para los restaurantes que los de hoteles, tiendas, *gourmet* y noche.

RESERVA

Dispone de una completa gestión de reservas de alojamientos en Barcelona y su entorno, para lo que conecta con Booking.com, y otra gestión, de diferente diseño y funcionalidad, para la reserva de restaurantes, en ambos casos no disponible para las agencias.

GENERAL

No ofrece ninguna información sobre el Grupo Trama excepto una relación de las páginas del Grupo y un formulario de contacto. Incluye un área de usuarios y otras para empresas de cada tipo de servicio, con formularios de alta y sistemas de gestión de las reservas.

▲ Lo Mejor / Completa

Se trata de un completo sistema de información de servicios turísticos en Barcelona y de gestión de hoteles y restaurantes.

▼ Lo Peor / Diseño

Excepto para los restaurantes, tiene un diseño muy antiguo, aunque útil, no apropiado para terminales móviles.

La 'web' del Tarragona Convention Bureau ofrece toda su oferta MICE

El Convention Bureau de Tarragona presenta una sencilla página en Internet, disponible desde cualquier tipo de terminal, que informa sobre sus espacios y servicios y de las ventajas que ofrece la ciudad para la organización de eventos.



www.tarragonacb.cat

El Convention Bureau de Tarragona ofrece a los organizadores de eventos información sobre la ciudad, sus distintos espacios para la organización de eventos, la relación de proveedores recomendados de servicios para eventos, de alojamientos y restaurantes por ubicación y de actividades turísticas, en todos los casos con acceso a su descripción, sus formas de contacto y el enlace con su web. También incluye el enlace con una completa agenda de eventos del Ayuntamiento. Por otro lado, la página presenta versiones en castellano, catalán e inglés.

TARRAGONA CB / Congresos

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	INFORMACIÓN A EXPOSITORES									
6	INFORMACIÓN A VISITANTES									
6	INFORMACIÓN DEL ENTORNO									
4	OTROS SERVICIOS									

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página del Convention Bureau de Tarragona resulta de interés para quien desee organizar un evento en la ciudad por la información que ofrece sobre sus espacios y servicios para la organización de eventos, y sobre los servicios turísticos que ofrece la ciudad.

6.4

INFORMACIÓN

Desde la primera pantalla se accede a una relación de sus espacios para congresos y otra para eventos, con foto y una reducida descripción. También dispone de un área en la que informa sobre sus espacios, con un mapa de su situación y el acceso a su descripción.

SERVICIOS

Ofrece una relación de servicios para organizadores de eventos, así como de alojamientos y restaurantes en Tarragona, con un buscador y su mapa de situación y el acceso a su descripción en todos los casos. También informa sobre otras actividades turísticas en Tarragona.

EVENTOS

No incluye una agenda de eventos, pero informa de algunos congresos con acceso a su descripción y ofrece el enlace con una completa agenda de eventos con buscador por tipo y dentro de un periodo de fechas, con acceso a su descripción, características y fechas.

▲ Lo Mejor / Fácil de Usar

Ofrece una sencilla estructura de accesos con un diseño amigable que facilita al usuario el acceso a su información.

▼ Lo Peor / Espacios y Servicios

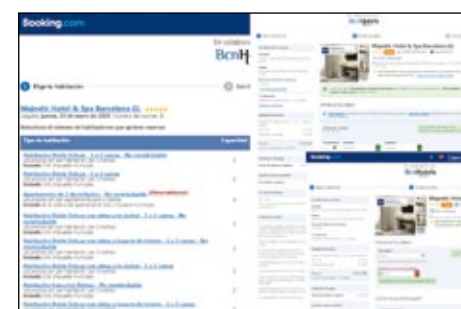
Ofrece una información limitada sobre espacios y servicios para eventos y congresos y sobre los servicios que ofrecen.



Entrada / Presenta la gestión de hoteles y el acceso a las de restaurantes, tiendas, espacios *gourmet* y locales de vida nocturna.



Producto / Ofrece buscadores en todos los casos con una completa información de todas las opciones.



Reserva / Dispone de sistemas de reserva de alojamientos y restaurantes, pero no son válidos para las agencias de viajes.



Entrada / Presenta el acceso a todas sus áreas de información y el enlace con sus espacios para congresos y eventos.



Servicios / Informa de sus espacios y de sus servicios por tipo, con su mapa de situación y una limitada descripción.



Eventos / Ofrece información sobre algún congreso y el enlace con la agenda de eventos de la página del Ayuntamiento.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Aumenta el volumen de ofertas empleo en la recta final de 2019 y el arranque de 2020

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 Carrefour.** Majadahonda (Comunidad de Madrid). Buscamos personas con conocimientos del Sector para contrato de media jornada. Disponibilidad inmediata y posibilidad de trabajar a turnos y fines de semana (abstenerse si no cuentan con esta disponibilidad). Ofrecemos formación continua y posibilidades reales de promoción interna.

■ **Viajes Austral.** Madrid. Precisamos de agente de viajes con experiencia para cubrir puesto de ventas de mostrador. Jornada completa. Requisitos: manejo de Orbis, Amadeus y Office.

■ **Viajes Amaia.** Madrid. Buscamos agente con buen manejo de Amadeus y nivel alto de inglés para nuestra oficina situada en Madrid. Ofrecemos jornada completa de lunes a viernes con horario partido de 9.00 a 13.30 y de 16.00 a 19.30 horas.

■ **Moline Travel.** Barcelona. Agencia especializada en congresos y eventos busca profesional. Requisitos: inglés nivel

alto hablado y escrito y dominio de Office. Jornada completa y sueldo a convenir.

■ **Viajes ATP.** Madrid. Buscamos agentes de viajes autónomos para colaboración en viajes vacacionales y de empresa. Es imprescindible que tenga cartera de clientes. Ofrecemos comisiones altamente competitivas y libertad de horario.

■ **Viajes Carrefour.** Monleón (Salamanca). Se busca agente de viajes para contrato a media jornada.

■ **Japonal.** Madrid. Necesitamos incorporar agente para elaboración de presupuestos, asesoramiento, gestión de reservas, etc. Jornada completa. Entrenamiento y formación a cargo de la empresa. No se requiere experiencia. El candidato ideal comparte nuestra pasión por Japón, ha vivido o viajado allí, tiene una mente abierta, es capaz de realizar distintas tareas y busca aprender nuevas habilidades de trabajo.

■ **Traveldays.** Barcelona. Agencia de viajes mayorista especializada en Oriente Medio, Asia y Oceanía necesita contratar a dos personas para el departamento de booking. Requisitos: experiencia en agencia de viajes mayorista, manejo de sistema de Amadeus, idiomas (castellano, catalán e inglés), trabajo

en equipo y disponibilidad inmediata. También se valorará conocimiento de destinos y producto de Oriente Medio, Asia y Oceanía. Tareas a realizar: atención telefónica, tramitación de reservas, tramitación de presupuestos, consultas a través de llamadas telefónicas o correo electrónico, emisión de billetes, documentaciones y facturación.

■ **Space Travel.** Madrid. Space Travel busca agente de viajes para su departamento minorista. Requisitos: conocimientos de Amadeus y experiencia mínima de tres años. Se ofrece contrato de media jornada (tarde) e incorporación inmediata.

■ **Viajes Dodel.** Bilbao. Se necesita agente de viajes para atención al público. Se ofrece jornada completa con horario partido.

■ **Viajes Redondo.** Madrid. Agencia de viajes familiar especializada en Turismo cultural y con producto propio en viajes culturales y de experiencias con 30 años en el mercado, busca persona para su oficina situada en la ciudad de Madrid. Requisitos: buena presencia, facilidad en la atención telefónica al cliente, resolutive, buena disposición para con los clientes, elaboración de presupuestos, confección de viajes combinados, reservas, adaptación a la empresa,

buena predisposición al aprendizaje y al trabajo. Conocimientos de Amadeus, Office y buen nivel de inglés. Experiencia mínima de entre uno y dos años.

■ **Viajes Globus.** Valencia. Se precisa agente de viajes con una experiencia mínima de cinco años para venta de vacacional. Producto propio larga distancia y a medida. Jornada laboral completa. Incorporación inmediata. Salario fijo + variable.

■ **Viajes Sura Business.** Palma de Mallorca. Seleccionamos agente experto en viajes corporativos con conocimientos en sistemas de reservas propios de agencias de viajes y alto nivel de Amadeus. Otros requisitos: experiencia mínima de dos años en cuentas viajes empresa-business travel. Se valorará los conocimientos de productos para empresas.

■ **Wakutavel.** Madrid. Técnico elaboración de producto y 'paquetes' para mayorista. Se precisa de dos personas especializadas en Asia y América. Imprescindible experiencia de tres a cinco años, conocimientos amplios en la elaboración y creación de paquetes. Otros requisitos: conocimiento y dominio de Amadeus, comparativa de competencia en precios y productos, conocimientos de ofimática, capacidad de resolución de quejas, inglés

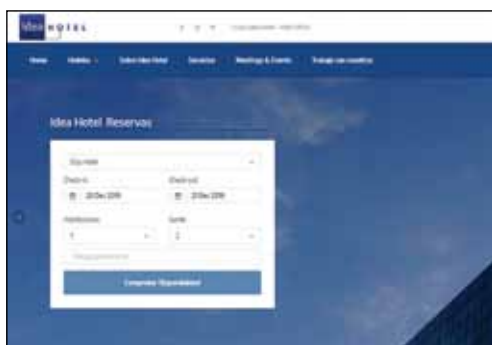
Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles de lujo

↑ La nueva versión *responsive* de Idea Hotel ofrece, con una presentación muy agradable, una completa **información** sobre sus hoteles, un sencillo sistema de reservas —no válido para las agencias— y un formulario para consultas, empleo y grupos.

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

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



<http://www.idealhotel.it>

Servicios a empresas

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

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

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



<http://corporate.sixt.com>

Transportes en Asturias

↑ Autocares Cabranes presenta una nueva web en la que, con un diseño y una estructura muy cuidados, ofrece **información** sobre la empresa, su flota y sus servicios de transporte terrestre discrecional y un formulario para la solicitud de presupuestos.

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

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



<http://www.autocarescabranes.com>

Todo tipo de servicios

↑ eDreams presenta una versión de su web en la que con diseño compatible, mantiene de las versiones anteriores la **información** y una sencilla gestión de reservas —no válida para las agencias de viajes— de diversos tipos de servicios turísticos en todo el mundo.

↑ Es de **utilidad** por su amplia oferta de todo tipo de servicios.

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



<http://www.edreams.com>

Eventos en Lanzarote

↑ La web del Convention Bureau de Lanzarote ofrece, desde cualquier tipo de terminal, **información** sobre sus sedes, servicios para eventos y agencias de viajes, así como sobre los incentivos de la isla para las OPC y sobre algunos eventos.

→ Sería de más **utilidad** ampliando su nivel de información.

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



lanzarotechb.com

Turismo en Eslovaquia

↑ Eslovaquia.sk presenta una versión *responsive* de su página de Turismo en la que mejora sensiblemente su diseño, pero que por el momento no ofrece ninguna **información** de interés sobre los atractivos y servicios turísticos que ofrece el país.

↓ Por su total falta de información turística es una web sin **utilidad**.

↓ En el área de **reservas** no incluye ninguna información de servicios.



<http://www.eslovaquia.sk>

LEGISLACIÓN

Prácticas Turismo

Xunta de Galicia

✓ Recientemente se ha publicado la resolución de 12 de diciembre de 2019 por la que se regulan las bases para la concesión de becas de formación práctica en mercados emisores mediante la realización de prácticas de especialización en oficinas de Turismo en mercados emisores durante el año 2020 y se procede a su convocatoria (código de procedimiento TU981B). El Decreto 196/2012, de 27 de septiembre, por el que se crea la Agencia Turismo de Galicia y se aprueban sus estatutos, establece que la Agencia tendrá como objetivo impulsar, coordinar y gestionar la política autonómica en materia de Turismo y, en especial, la promoción y la ordenación del Turismo dentro de la Comunidad. La importancia de la convocatoria es mayor si tenemos en cuenta la creciente presencia de Galicia en mercados internacionales, por lo que la formación práctica de personal será fundamental para el futuro.

Boletín Oficial de Galicia.

✉ www.xunta.gal/diario-oficial-galicia

CURSO

Formación en eventos

El Palacio de Córdoba trabajará con el centro Zalima en varios proyectos

El Palacio de Congresos de Córdoba y el centro educativo Zalima han firmado un convenio de colaboración a través del cual ambas entidades ponen de manifiesto tener fines comunes para la ciudad y ámbitos de actuación "en los que intervenir de forma colaborativa, ofreciendo los mejores servicios para la realización de congresos, convenciones y eventos", según han señalado desde el recinto congresual.

De este modo, ambas entidades establecen sinergias a través de

las que se pondrá en marcha un programa de prácticas regladas de formación en centros de trabajo y de la modalidad de FP Dual, así como la colaboración con auxiliares de eventos del centro educativo para la atención de actividades que se desarrollen en el Palacio de Congresos durante el curso académico. Por su parte, el Palacio de Congresos manifiesta su interés de colaboración en el asesoramiento y formación de auxiliares de eventos de Zalima a través de personal cualificado y la formación.



LIBROS

Protección de datos y Turismo

Título: 'Privacidad y Turismo'
Edita: Reus Editorial

El libro 'Privacidad y Turismo' trata el nuevo escenario en materia de protección de datos que plantea el Reglamento Europeo (UE) 2016/679 y la Ley Orgánica 3/2018 obliga a todos los intervinientes en el sector del Turismo a asumir un nuevo rol: por un lado, una conducta activa y responsable y, por otro, un mayor control de la información personal en una sociedad tecnológicamente avanzada que abre nuevas y apasionantes perspectivas para un ámbito, el turístico, emergente, a la vez que amenazado por los riesgos inherentes a la multiplicación exponencial de la información, cada vez más accesible y de más difícil control.



CALENDARIO

Eventos cercanos

● Entre los días 17 y 18 de febrero de 2020 se celebrará, en Úbeda, el Primer Congreso Internacional de Turismo de Interior. El Congreso Internacional abordará, según el consejero de Turismo, los retos y oportunidades que afronta este segmento y contará con la participación de expertos, investigadores, académicos, empresarios y gestores que abordarán temas de actualidad como la sostenibilidad o la transformación digital.

● Del 24 al 26 de febrero de 2020 tendrá lugar, en Madrid, Hospitality Innovation Planet (HIP), el laboratorio internacional de la innovación para el sector de la restauración. El objetivo es ofrecer a todos los profesionales del sector Horeca la información necesaria en útiles cápsulas de contenido. Esta cuarta edición contará ya con un total de tres pabellones en Ifema y 40.000 metros cuadrados de espacio expositivo donde se reunirán más de 500 empresas y 30.000 profesionales.

La información profesional no es un juego de niños

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

Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR

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

DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13/28014 Madrid

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



De Profesional a Profesional

SUBEN

▲ María José Hidalgo

Air Europa concluye 2019 con grandes cifras. La compañía aérea ha rozado la cifra de 13 millones de pasajeros, aproximadamente 1,3 millones más que en 2018. Destaca el crecimiento del 20% en los vuelos europeos.



▲ Ana Dueñas

ERV completó en junio de 2019 su cambio de marca, pasando a denominarse ERGO Seguros de Viaje. Su directora general afirma que tanto agencias como corredores recibieron muy positivamente la noticia.



BAJAN

▼ Alexandre de Juniac

IATA ha eliminado la opción de liquidar mensualmente al BSP, haciendo caso omiso a las peticiones del Sector, que reclamaba su mantenimiento. El cambio ha afectado a unas 180 agencias de viajes españolas.



SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Abel Matutes	3
Entrevista / Mercedes Suárez	4
Escaparate	5-15
Mostrador	17-21
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluanet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 6 AL 12 DE ENERO DE 2020



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

El Turismo representa más del 12% del PIB

La relevancia del Turismo en la economía española es todavía mayor de lo que se estimaba. El INE ha procedido a revisar al alza la aportación de esta actividad al PIB. Como avanzó en NEXOTUR el director del Grupo de Investigación de Análisis Económico del Turismo de la Universidad Nebrija, Manuel Figuerola, la principal novedad es la incorporación al Turismo del gasto por alquileres imputados a los propietarios de inmuebles ubicados en un país distinto al de su residencia cuando realicen estancias temporales en los mismos. Una vez introducida dicha modificación, el peso del Turismo alcanza los 147.946 millones de euros en el global de 2018, representando el 12,3% del PIB.



SEMANA DEL 13 AL 19 DE ENERO DE 2020

INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

Las pernoctaciones suben medio punto

En el último mes de noviembre, se ha registrado un aumento de medio punto en el número de pernoctaciones hoteleras en España, respecto al año anterior, según la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Por otra parte, las estancias de los viajeros residentes en España han aumentado un 0,7%, al igual que las de los extranjeros, que han aumentado un 0,3%.

Tasa de variación anual de pernoctaciones



Fuente: INE.

© NEXOTUR

gen los usuarios no residentes son Cataluña, con el 16,2% del total de pernoctaciones y aumentando un 2,8% y Andalucía (con el 13,4% del total y un incremento del 3,1%).

Según el país de origen de los viajeros, Reino Unido y Alemania, que son los países que más turistas exportan a España, son los que

lideran la tabla de pernoctaciones hoteleras de no residentes en nuestro país. Los británicos concentran alrededor del 22% (mientras que los alemanes alcanzan el 17,9%). Polonia y Rusia se sitúan a la cola, con 1,6% y 1%, respectivamente.

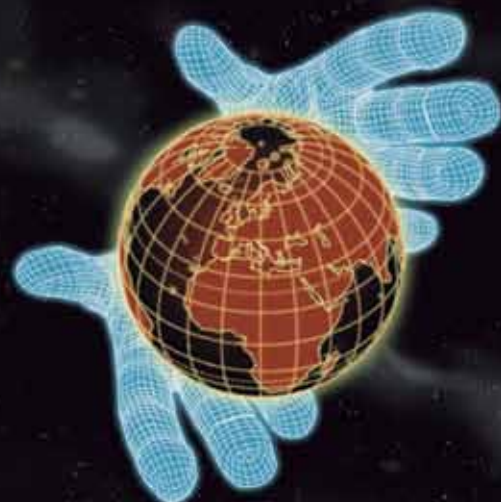
Por zonas turísticas, el Sur de Canarias alcanza tanto el mayor

grado de ocupación por plazas (75,8%) y a la vez la mayor ocupación en fin de semana (76%). La isla de Tenerife registra el mayor número de pernoctaciones, con cerca de dos millones. Los puntos turísticos con más pernoctaciones son Madrid, Barcelona y San Bartolomé de Tirajana.

Rentabilidad del sector

La facturación media diaria de los hoteles por cada una de las habitaciones ocupada es de 83,2 euros durante este mes de noviembre, suponiendo un incremento del 1,4% respecto al mismo mes de 2018. Por su parte, el ingreso medio diario por habitación disponible (RevPAR), que está condicionado por la ocupación en los establecimientos hoteleros, alcanza los 50,2 euros, con una subida del casi un 0,6%. Por categorías, la facturación media es de 168,2 euros para los hoteles de cinco estrellas, de 89,4 euros para los de cuatro y de 64,4 euros para los de tres.

Por último, la tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH) se ha situado en el 1,3% en noviembre, lo que han supuesto un aumento del 0,2 respecto a la del mes pasado y 1,3 puntos por debajo de la registrada hace un año. Por Comunidades autónomas, las mayores subidas de precios hoteleros en tasa anual se han dado en la Comunidad Foral de Navarra, con un 6,6%. Por categorías, el mayor incremento de precios se produce en los establecimientos de tres y dos estrellas de plata (4,4%).



Date de alta
en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana
en tu email

