

PEDRO SÁNCHEZ
Medidas del Gobierno
PÁG. 7 / Se lanzan batería de medidas para paliar los efectos del Covid-19



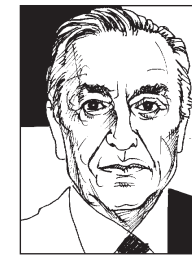
GLORIA GUEVARA
Empleos en riesgo
PÁG. 15 / Según WTTC, peligran 50 millones de empleos del Sector



WILLIE WALSH
Paliar efectos del Covid-19
PÁG. 8 / IAG emprende medidas financieras para reducir impacto



JUAN MOLAS
Una tasa imprudente
PÁG. 8 / La tasa aérea es una decisión política "imprudente"



JOSÉ MARÍA MARÍN
Bonificación en el canon
PÁG. 13 / CNMC recomienda a Adif rebajar su canon de uso de vías

El Asociacionismo pone en valor el trabajo de las agencias en esta crisis

No se debe obligar a la agencia de viajes a efectuar el reembolso íntegro del viaje

CEAV, la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) y la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) elogian el trabajo de las agencias

ante la crisis por el coronavirus. Los agentes, a través del teletrabajo, están poniendo todo de su parte para poder seguir prestando servicio durante la cuarentena.



José Luis Méndez preside UNAV.

El Sector 'sobrevivirá' pero será un año duro

"Espero que sí sobrevivamos, aunque no será de manera óptima por lo menos este año", desea el presidente de UNAV. **Pág. 4**

Cierre temporal de las agencias de viajes físicas

Las agencias de viaje se adaptan a la cuarentena establecida por el Gobierno, con teletrabajo y atención telefónica y online. **Pág. 6**

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

Las grandes Asociaciones valoran muy positivamente el trabajo de los profesionales del Sector, muchos de ellos en teletrabajo, para seguir ofreciendo servicio a los clientes durante la cuarentena decretada por el Gobierno. Todas ellas piden al Gobierno que establezca un sistema de repatriación para aquellos viajeros españoles que puedan quedarse en terceros países. La Confederación cree necesario, además, que el Ministerio de Consumo obligue a los

proveedores turísticos a reembolsar los importes de los servicios que no hayan realizado. Igualmente, las administraciones públicas deben abonar de inmediato a sus proveedores las facturas pendientes y las que reciban. Y ve necesario que, si los proveedores no hacen el reembolso, no se obligue a las agencias a efectuar el reembolso íntegro del viaje y que se habilite a las agencias la posibilidad de emitir bonos a los cliente.

Escaparaté en **pág. 6**

Los grupos de gestión ofrecen un fuerte apoyo a sus agencias

Airmet-Cybas, Avantours, DIT Gestión, Edenia, Grupo GEA, Grupo Click Viaja, Grupo Europa, Maxtravel Group, Nego, Red Turística, Team Group, Tecnoturist, Traveltool, Unida y Zafiro se juntan para lanzar un mensaje de unión frente al Covid-19 y difunden un escrito con el objetivo de fortalecer la cohesión entre todos, a pesar de las diferencias, para superar las dificultades que están atravesando las agencias y ellos mismos. Igualmente, los grupos de

gestión están poniendo en marcha medidas para apoyar a sus agencias y clientes. Por ejemplo, en GEA, como explica su presidente, Prisciliano Fernández, "hemos decidido proceder a una moratoria de las cuotas de marzo y abril". Al igual que Tecnoturis, que no cobrará a las agencias un mes de cuota. Desde Avasa, DitGestión y Airmet-Cybas, por su parte, están considerando establecer alguna medida. **Escaparaté en **pág. 5****

Ley de Viajes Combinados, sus deficiencias a la vista

La crisis por el Covid-19 destapa sus imperfecciones

"Con la gestión de esta crisis por el coronavirus se están poniendo de manifiesto muchas indeterminaciones que venían reflejadas en la Ley de Viajes Combinados", explica a NEXOTUR el presidente de CEAV, Carlos Garrido. Ahora las imperfecciones salen a la luz y "están creando unos problemas enormes a las agencias", asegura. Así desde el inicio de la crisis han estado denunciando ante "la Se-



Carlos Garrido

aría de Estado y Turismo y a la Secretaría de Estado y Consumo las situaciones que se están creando de total injusticia para las agencias". Desde la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes y Turoperadores (ECTAA) también solicitan a la Comisión Europea que "acceda a la flexibilidad excepcional en la aplicación" de Directiva.

Escaparaté en **pág. 6**

La CE suspende la regla de 'slots' hasta el mes de junio

La Comisión Europea ha propuesto una legislación específica para aliviar, hasta el junio, a las aerolíneas de la regla de slots, por la que deben utilizar al menos el 80% de las franjas horarias de sus aeropuertos dentro de un periodo determinado para mantenerlas. La Agrupación Europea de Asociaciones de Agen-



Ursula von der Leyen

cias de Viajes y Turoperadores (ECTAA), destaca que "aporta un toque positivo en un periodo muy difícil para la economía mundial". La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) también ha mostrado su gratitud tras el anuncio de la suspensión de la regla de franjas horarias. **Escaparaté en **pág. 9****

Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España
Un cuarto de siglo de Historia del Sector
Eugenio de Quesada
Volumen I 1996~1997

Actualidad del turismo en España semana a semana

ERGO

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

■ CLAVES

Remar todos en la misma dirección

A LA VALIOSA LABOR que NEXOTUR está realizando en estos momentos tan importantes a favor del Turismo en general y de las agencias en particular. No escapa a nadie a estas alturas que España está pasando unos momentos muy complicados y de total incertidumbre. Una situación que solamente superaremos si somos capaces de remar todos en la misma dirección,



✉ AGUSTÍN ALMODÓBAR

cumpliendo responsablemente con las instrucciones oficiales y apoyando sin fisura a los profesionales de la sanidad para garantizar que cuenten con todos los medios e instalaciones. Su labor al servicio de todos es encomiable, como es la de cientos de miles de trabajadores y emprendedores que están realizando extraordinarios sacrificios para evitar la propagación del virus mediante el cierre de sus negocios o manteniendo su actividad para garantizar el abastecimiento.

Lamentablemente, la crisis sanitaria dará paso a una crisis económica y hay que evitar que derive en un drama social. Tanto como representante público y como portavoz de Turismo del Grupo Popular, además de como alicantino, me preocupa también cómo afecta esta situación y las dificultades a las que se enfrentan todos los ciudadanos en general. Y muy especialmente, el grandísimo y tan importante sector empresarial, pymes y autónomos de nuestra provincia de Alicante, una referencia para toda España.

Las circunstancias nos obligan a permanecer confinados, pero esto no significa que estemos parados o aislados. Estos no son días de descanso, son días de estar unidos y seguir trabajando. Desde casa y gracias a las nuevas tecnologías podemos estar en contacto, resolver cualquier asunto o duda y recibir por vuestra parte sugerencias o iniciativas que pudieran contribuir a mejorar las cosas ahora y cuando pase esta situación, entre todos lo superaremos.

Por eso, como diputado nacional y representante de la provincia de Alicante en el Congreso, me pongo a tu entera disposición para de manera telemática atender tus necesidades, recoger tus peticiones, escuchar tus preocupaciones o simplemente hablar. De la misma forma que he hecho siempre.

✉ Agustín Almodóbar es portavoz de Turismo del grupo parlamentario Popular.

‘La aparición de nuevos conceptos como Destinos Turísticos Inteligentes, Smart Cities o Inteligencia Turística suponen un desafío para las organizaciones turísticas que quieran estar en sintonía con las transformaciones que se están produciendo’, señala la CEO de Inteligencia Turística

TRIBUNA



✉ CELIA ROMERO

Las empresas turísticas y el destino turístico inteligente

ESPAÑA RECIBIÓ EN 2019 un total de 83,7 millones de turistas internacionales, cifra que supone un incremento del 1,1% a la registrada en 2018 suponiendo un nuevo récord según ha publicado el Instituto Nacional de Estadística (INE).

La reciente aparición de nuevos términos y conceptos como Destinos Turísticos Inteligentes, Smart Cities o Inteligencia Turística, suponen un desafío para aquellas organizaciones turísticas que quieran estar en sintonía con las transformaciones que se están produciendo en sus territorios.

Es por ello que las políticas nacionales han impulsado desde 2012 estrategias de destinos inteligentes, así como el uso de la información y las comunicaciones, con el fin de ayudar a la transformación de los destinos a través del Plan Nacional de Turismo promovido por la Secretaría de Estado de Turismo durante el periodo de 2012- 2016. Además de las ciudades inteligentes, proponen cuatro ejes de actuación, a partir de 2018, basados en un Turismo inteligente para desarrollar propuestas que aumenten al máximo la experiencia del turista. Para ello, se aprovechan el *big data* y las comunicaciones para facilitar, ampliar, personalizar y conectarlo con la oferta existente.

Tanto las comunidades rurales inteligentes como los edificios o los hoteles de esta índole proporcionan datos a los destinos de forma bidireccional para una buena gestión del mismo. Los llamados objetos internos de la ciudad o los externos implican la aplicación de servicios públicos 4.0 que ayudan a filtrar la oferta y los requerimientos públicos según las necesidades del individuo, por ejemplo, en la gestión del tráfico, contaminación.

La nueva gobernanza que supone la implementación de un sistema integral de gestión normalizado hace que las ciudades tengan que adoptar una Inteligencia Turística Sostenible, desde diferentes perspectivas. Por ello, los entes gestores de un municipio o empresarios de un destino deben sincronizarse para que al final redunde en una mejor gestión de los recursos y ayude a incorporar mejoras que se integren en el territorio para todos los *stakeholders*.

Un destino turístico que quiere ser inteligente y sostenible debe

trabajar en la construcción de un Sistema de Gestión Inteligente, teniendo en cuenta que las diferentes estrategias de gestión a realizar deben pasar por una gestión innovadora que garantice la implementación de un sistema de

tivas, por ejemplo, tienen un papel muy importante en los destinos que quieren ser DTI en la configuración de esos viajes, para ello se requiere una correcta estructuración de la oferta de turística, la especialización y mejora continua del producto.



inteligencia turística que actúe en los tres planos de un destino.

Una de las más importantes es la ‘capa digital del destino’ donde se va a generar toda la información que es necesaria para que

el futuro visitante pueda interactuar con este, por lo que es muy importante crear una matriz donde el destino trabaje codo a codo con lo que ofrece el tejido empresarial y lo que buscan y quieren los turistas

además de saberlo ofertar.

Las oficinas de Turismo, así como los servicios de información turística tienen cada vez una posición estratégica más potente a la hora de mostrarles la información en el destino junto con las novedades, la agenda de eventos de la ciudad, así como lo que está pasando en ese momento en la ciudad. Eso permite que la experiencia del turista sea cada vez más enriquecedora.

Las agencias de viaje por su parte deben tener claro que el turista demanda una especialización y que deben adoptar la misma estrategia de datos para adaptarse a esta y a sus gustos y experiencias. Lo más caro para ellas es la customización del viaje. Las agencias de viajes recep-

La alta exigencia del sector y el constante cambio por la influencia de gran número de factores requiere una gran capacidad de transformación y agilidad para afrontar nuevos retos por parte de las empresas turísticas y destinos.

No pueden existir destinos turísticos inteligentes sino hay empresas inteligentes, es por ello que desde el principio se debe trabajar en una colaboración público-privada incorporando al sector empresarial para trabajar su transformación digital y los datos necesarios para analizar y mejorar la oferta existente.

El reto estriba en cómo estas empresas van a tratar esos datos y cómo se va a comunicar bidireccionalmente al destino.

Muchas veces se habla de la generosidad del dato, porque por ejemplo en hoteles deben estar dispuestos a entrar en la gestión e incorporar datos de su PMS o CMS de manera que se pueda conocer mejor al turista que se aloja en su establecimiento por parte del destino. Aquí entramos en conocer datos económicos y de preferencias y gustos de los clientes, pero también de conocer con antelación grupos que vayan a estar alojados en un

establecimiento que permitan al destino estructurar tanto medidas de seguridad, emergencias e incluso la oferta cultural o comercial de la ciudad y organizar experiencias ad hoc para ese grupo que estará en la ciudad disfrutando. Con ello el destino podrá hacer un seguimiento de los mismos, que luego reporte al establecimiento.

Este avance en los Destinos Turísticos Inteligentes permite crear una capa de datos inteligentes y que a través del territorio se articulen las oficinas técnicas de inteligencia sostenible (*smart office dti green*). Estas posibilitan, como ha ocurrido en el proyecto que hemos liderado en Benidorm como primer destino turístico inteligente certificado del mundo en UNE 178501, la coordinación internamente de diferentes áreas del departamento. También permiten articular las diferentes capas de datos del DTI para medir el impacto de estos cambios en el territorio, y la involucración de las organizaciones del territorio, convirtiéndose así en auténticos *smart destination living labs*. En ellos es donde se podrá mapear el territorio mediante celdas que hagan conocer dicho impacto de forma inteligente y sostenible, es decir de una misma celda podremos conocer cómo está impactando en los productos turísticos que existen, el gasto y flujo turísticos. También como impacta en los negocios, en las conexiones y

como no en la participación de los residentes, así como en el avance de los objetivos de desarrollo sostenible que no es otra cosa que medir cómo afecta en los económico, social y medioambiental dicha implementación

del destino turístico inteligente.

Abogamos que todo esto requiere de una normalización de los destinos turísticos mediante la implementación de un sistema bajo normas como la UNE 178501, y que el propio Enrique Martínez, Presidente de Segittur en su última intervención en la COP25 resaltó que "el título de DTI implica acreditar que se cumple una metodología de gestión" y que las organizaciones turísticas sean cada vez más Smart siendo generosos con los datos para que se unan al destino y haya un beneficio propio de compartir la información y datos para una mejor gestión, promoción del destino.

✉ Celia Romero es CEO y cofundadora de Inteligencia Turística.

Las agencias de viaje deben tener claro que el turista demanda una especialización

Las agencias receptoras tienen un papel muy importante en los destinos que quieren ser DTI

OPINION

NEXOTUR

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZ

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

DIRECTOR ADJUNTO: CARLOS ORTIZ RODRIGO
COORDINADORA GENERAL: MARGA GONZÁLEZ

SECCIONES: ALEJANDRO CUENCA (ESCAPARATE), ARIADNA NOHALES (MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA BÁEZ (REUNIONES), DANIEL GALLEGU ALÍAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), PAULA VACAS (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEF MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORIA (INDICADORES), GERGAÑA ORLINOVA (EVENTOS), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN), MAMEN MARTÍNEZ (DISEÑO) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR).
COLUMNISTAS: ISABEL ALBERT PIÑOLÉ, Dr. VENANCIO BOTE, ANTONIO CABALLEROS, MÓNICA FIGUEROLA, COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO, MANUEL FIGUEROLA PALOMO, MÓNICA FIGUEROLA ENRIQUE HERNÁNDEZ, JUAN CARLOS MAÑAS Y CLAUDIO MEFFERT
CONSEJO ASESOR (DIRECTORES): FRANCISCO VÁZQUEZ (CONFERENCIA CIMET), CLAUDIO MEFFERT (SALONES Y FOROS FUTURALIA Y NEXOBUSINESS)

NEXO
editores s.a.

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

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

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

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

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

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

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

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

DEPÓSITO LEGAL: M-8043-2012 / IMPRESO EN ESPAÑA
ISSN (INTERNATIONAL STANDARD SERIAL NUMBER): 1139-5966

TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500 EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Grave diagnóstico... y una esperanza

EL SECTOR REACCIONA. Pese a la gravedad de la situación creada por la pandemia, la reacción del Turismo no se ha hecho esperar. Las agencia —pese a haber cerrado sus puertas—, han repatriado a los clientes españoles desde destinos de los cinco continentes y mantienen la atención

al cliente desde sus propias casas o trabajando a puerta cerrada. Los hoteleros han cedido, por vez primera, establecimientos urbanos para uso hospitalario y han mantenido abiertos los hoteles para dar servicio a clientes hasta el último check-out. Los transportistas asumen el desplome de viajeros cancelando rutas y adaptándose a las decisiones de restricciones y cierres de aeropuertos de los diferentes Gobiernos...

Por su parte, Organizaciones empresariales y lobbies sectoriales hacen sus deberes trasladando al Gobierno la situación y necesidades del empresariado. Cuestión aparte es la respuesta obtenida (en forma de medidas adoptadas por el último Consejo de Ministros extraordinario), que aporta acceso al crédito con el aval estatal y facilita la agilización de expedientes temporales de regulación de empleo y la suspensión de cotización... Aunque están por confirmar los porcentajes y garantías crediticias y falta el detalle de las medidas propuestas.

Está por ver, en suma, si las medidas del Gobierno son equiparables a las de Alemania e Italia, pero quedan muy por debajo de las adoptadas por Francia, que sí ha apostado claramente por las empresas y los trabajadores, anulando temporalmente la cuota de Seguridad Social e impuestos, ante la gravedad de la situación creada.

La controversia entre los dos socios del Gobierno para optar por rescatar a los ciudadanos o a las empresas ha complicado la concreción de unas medidas cuyo valor depende, precisamente, de la inmediatez de su aplicación. Y, en cualquier caso, se quedan cortas ante la gravedad de la situación, que exige cirugía inmediata, no maquillaje.

Si en junio la pandemia está controlada, asistiremos a la mayor campaña de ventas de última hora que hayamos conocido. Esta es la esperanza que nos anima, en estos tiempos de incertidumbre

Que la acción del Gobierno llegue tarde y sea insuficiente, pese a conocer con precisión la situación y necesidad del Sector Turístico, tendrá un elevado coste que, lamentablemente, pagará el Sector en carne propia y tendrá graves consecuencias en quiebras de empresas y pérdidas de puestos de trabajo.

El Turismo se ha convertido en la primera actividad económica nacional no gracias a, sino a pesar del Estado.

Ningún Sector ha demostrado en España tal dinamismo empresarial ni capacidad de adaptación como el Turismo.

Afortunadamente, conociendo la idiosincrasia de los españoles, si la epidemia queda controlada en junio el mercado emisor puede impulsar una gran temporada de verano, que recupere al menos una parte de lo perdido. Tras semanas (o meses) de enclaustramiento doméstico las vacaciones se convertirán en una necesidad absoluta para los españoles... y los mercados receptivos europeos.

Asistiremos, probablemente, a la mayor campaña de ventas de última hora que haya conocido nuestro Sector. Un Sector que cuenta con los profesionales y tecnología para responder a este difícil reto. Esta es la única esperanza que nos anima, en estos tiempos de incertidumbre. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

▲ CHECK-IN / ASOCIACIONES & GRUPOS

La unidad del Sector, un hecho

La crisis del coronavirus ha tenido solo un efecto positivo en las agencias de viajes: la unidad de facto del Sector, tanto del Asociacionismo empresarial (que ya existía para los grandes asuntos) como de los Grupos comerciales de agencias independientes.

En el ámbito asociativo, la elección de Carlos Garrido como líder del Sector, con su llegada a la presidencia de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), no ha podido ser más oportuna. Garrido ha logrado (y en tiempo récord) desplegar una actividad lobbista excepcional, en defensa de los intereses generales de los agentes, también de los que no forman parte de ninguna de las Asociaciones, y en todos los frentes: Gobierno, CEOE, Mesa del Turismo, Sindicatos, Prensa, etc.

Airmet-Cybas, Avantours, DIT Gestión, Edenia, Grupo GEA, Grupo Click Viaja, Grupo Europa, Maxtravel Group, Nego, Red Turística, Team Group, Tecnoturist, Traveltool, Unida y Zafiro han emitido un insólito comunicado conjunto dando respuesta a la situación causada por el Covid-19. Un hecho cuyo precedente nos remonta al siglo pasado, a raíz de la fundacional Declaración de la Gomera, con la que los entonces llamados Grupos de gestión se presentaron formalmente al Sector.

El objetivo de los Grupos comerciales no es otro que fomentar la unión y fortalecer la cohesión entre unas organizaciones tan heterogéneas, a pesar de las notables diferencias que existen entre ellas, para superar las dificultades que están atravesando las agencias y los propios Grupos, ya que, aseguran, "muchos pocos pueden hacer un mucho".

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Juan Molas

El presidente de la Mesa del Turismo está realizando una intensa (y callada) labor al frente del veterano lobby sectorial, con el objetivo de que el Gobierno incluya a las empresas de todos los subsectores en las medidas de ayuda a



la situación creada por la epidemia. La incorporación a la Mesa de los presidentes de CEAV y Avasa garantizan la sensibilidad del lobby decano, ante la problemática del agente de viajes en una situación tan crítica como la actual.

LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / CRISIS DEL CORONAVIRUS

Cierre de agencias... y más

La pandemia provocada por la extensión del Covid-19 en España ha obligado al cierre de todas las agencias de viajes del Estado. Cerca de 10.000 puntos de venta han cerrado sus puertas para salvaguardar la salud de los más de 60.000 trabajadores de nuestro Sector y de millones de clientes. Una situación sin precedentes, que pone en una situación crítica al minorismo de viajes, al reducir prácticamente a cero sus ingresos.

Sin embargo, la mayoría de los profesionales de la comercialización turística han continuado trabajando desde sus domicilios, y afrontando la difícil (pero esencial) tarea de repatriar a miles de clientes varados en todo el mundo. Soslayando así la reducción o eliminación de rutas y las limitaciones para volar a (y desde) determinados mercados emisores estigmatizados por el virus, como es el caso de la Comunidad de Madrid y de parte del País Vasco. Una titánica tarea que se realiza cuando las ventas brillan por su ausencia y, para colmo, los agentes han de ocupar su tiempo en "desvender", ante la avalancha de cancelaciones de reservas, por una causa de fuerza mayor que pone a todo el Sector contra las cuerdas.

Aunque lo que más duele es la falta de empatía de determinadas compañías aéreas, cuya falta de sensibilidad ante la situación de agentes y clientes condicionará en el futuro su relación comercial.

La gran pregunta es ¿hasta cuándo se mantendrá este obligado cierre patronal?... Y la más temida: ¿cuántas agencias no podrán abrir o tendrán que cerrar ante las pérdidas acumuladas por el cierre?

Aunque la valoración de las agencias de viajes en relación a las Asociaciones es muy positiva, les cuesta asociarse y participar en los distintos eventos, congresos, seminarios y formación / No me planteo renovar como presidente de UNAV / Si no hubiera Asociaciones estaríamos hablando de un Sector muy débil / La concentración es imparable

«Los márgenes de las agencias nunca volverán a ser los de antaño»

José Luis Méndez / Presidente de UNAV

José Luis Méndez fue el elegido para sustituir a Carlos Garrido al frente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) el pasado diciembre, por unanimidad. Méndez, una figura clave en la Organización decana del Sector, donde ha ejercido tanto como vicepresidente como gerente, asumió entonces el reto de continuar con el proyecto empezado por Garrido, que renunció al puesto para poder acceder a la presidencia de CEAV.

P.- Lo primero, ante la actual crisis por el Covid-19, ¿hasta cuando cree que se podrá alargar toda esta situación y cuál puede ser un posible desenlace?

R.- Dudo que se sepa a ciencia cierta. Esperemos que dentro de un mes, máximo dos, podamos estar ejerciendo nuestra actividad con máxima normalidad. El desenlace es muy negativo, pues hemos visto muchas cancelaciones que serán muy difíciles de recuperar, además la economía se resentirá en otras actividades y tendremos repercusión negativa en casi todas las agencias. Y de no obtener exenciones fiscales, ayudas ICO sin intereses y retrasos de obligaciones fiscales, será un desenlace muy malo para el Sector.

P.- ¿Las agencias podrán sobrevivir de manera óptima? ¿Cómo están operando?

R.- Deseo que sí sobrevivamos, aunque no será de manera óptima por lo menos este año. Las agencias están trabajando mucho para que los clientes regresen y están demostrando una gran preparación y mucha profesionalidad, pues

el impacto es muy alto y todos los clientes están valorando la labor fundamental de los agentes cambiando sus viajes, sus reservas, asesorándoles en todo, facilitando alternativas.

A pesar de contar con una Ley de Viajes Combinados muy dura, y con injusticias de alguna compañía aérea en políticas de cancelación, así como de algunos hoteles, que demuestran insensibilidad con lo acontecido, los clientes han podido terminar su viaje o repatriación o cambio con muy buenas soluciones. Mi enhorabuena a los agentes por su buen hacer, que tendrían que estar después de la sanidad en las profesiones más valoradas y queridas, de hecho lo están.

P.- Debido a la rápida expansión del coronavirus, UNAV ha decidido aplazar su Congreso anual. ¿Hay ya alguna fecha estimada para su reanudación?

R.- Todos los aplazamientos no gustan a nadie, pero el tiempo nos dio la razón de la necesidad de

posponer el Congreso por sentido común y responsabilidad, además de seguir los consejos de Sanidad. Las fechas previstas serán a finales de septiembre o primero de octubre.

P.- ¿Por qué cree que al empresario del Sector le cuesta tanto incorporarse a una Organización empresarial?

R.- No creo que sea un problema solo de agencias. Hay otros sectores en los que participación es menor, pero es verdad que, aunque la valoración de las agencias en relación a las Asociaciones es muy positiva, les cuesta asociarse y participar

en los distintos eventos, congresos, seminarios y formación. Y ello a pesar de que la mayoría de las actividades que organizamos son muy prácticas y constructivas. Todos los empresarios y autónomos deberíamos asociarnos y defender nuestros intereses. Hay mucho por hacer.

P.- ¿Todo cambiaría si hubiese una mayor implicación con el Asociacionismo?

R.- Por supuesto que sí. Si todas las agencias se asociaran tendríamos mucha más fuerza ante las distintas administraciones. Se podría paliar el intrusismo, conseguir leyes más unificadas, etc. En definitiva,

nos escucharían más en todos los ámbitos. Si no hubiera Asociaciones estaríamos hablando de un Sector muy débil.

P.- La incertidumbre económica ya se empieza a dejar notar en el consumo. ¿Se ha producido



una desaceleración en el Sector de agencias de viajes?

R.- Afortunadamente no se está notando mucho. Es verdad que en determinados destinos, como el caso de China, si se ha producido un parón. Sin embargo, en el resto, sin experimentar una subida como años anteriores, se está manteniendo la demanda con normalidad.

P.- ¿Las agencias de viaje están preparadas para afrontar una nueva recesión económica?

R.- Aunque evidentemente nadie desea una nueva recesión económica, creo que las agencias de viajes sí estamos preparadas para

afrontar una situación así. Más del 80% somos pequeñas y medianas empresas y ya hemos demostrado que nos sabemos adaptar a cualquier tipo de circunstancias. Pese a todo ello, creo que 2020 no será un mal año para el Turismo.

P.- ¿Eleva el margen sigue siendo el gran objetivo de los profesionales del Sector?

R.- Los márgenes nunca volverán a ser los de antaño, no solo en este sector si no en todos. Se trata de aumentar los destinos, las ventas, los clientes, adaptarnos a las nuevas necesidades de compra, rentabilizar los *ancillares* y experiencias en

destino, excursiones, ofrecer alternativas. Es decir, la clave es ofrecer más servicios, vender más. Reducir los costes sin bajar la calidad y el servicio al cliente, que tanto valora a la hora de elegir reservar utilizando la agencia de viajes.

P.- ¿Cómo cree que afectará al agente de viajes la unión acordada entre Globalia y Ávoris?

R.- Por lo general las uniones suelen ser buenas y positivas. Desconozco si puede afectar a los agentes. Por las declaraciones de los directivos, no parece que vaya a haber cambios significativos.

P.- ¿Y la incorporación de Air Europa a Iberia?

R.- Son dos grandes compañías aéreas totalmente complementarias. Con la unión de ambas se reforzarán las rutas, y eso es bueno para las agencias de viajes.

P.- ¿La concentración en el Sector de agencias es algo imparable?

R.- Creo que es imparable. Hay que concentrar los gastos y aunar esfuerzos en sumar sinergias para ofrecer lo mejor al cliente y eso requiere una gran inversión en tecnología. De ahí que se produzcan tantas fusiones. A veces a los pequeños nos cuesta y por eso hay tanta concentración en torno a los Grupos de gestión. Lo mismo sucede con los consolidadores aéreos.

P.- ¿Una agencia independiente puede llegar a ser rentable?

R.- Si puede ser rentable. Si aplicamos lo comentado anteriormente, si una agencia se profesionaliza en un destino y es especialista en nichos de mercado especiales, se asesora debidamente y se incorpora a un Grupo de gestión, puede ser independiente y rentable.

P.- La Ley de Viajes Combinados iba a ser uno de los temas abordados en el Congreso de UNAV. ¿Todavía hace falta introducir cambios de calado en esta normativa?

R.- La normativa no ha sido pensada teniendo en cuenta las particularidades de los distintos tipos de actividad del Sector, que a su vez comercializan y trabajan con muy distintos productos y de forma muy diferente, por lo que en muchas ocasiones es muy complicado su encaje en el engranaje de cada agencia. Igualmente, se imponen obligaciones de muy difícil cumplimiento, por la gran cantidad de tiempo y entrega de documentación que requieren. De la misma forma y en otro ámbito, sería necesaria una regulación mucho más precisa en torno a la garantía, que evitara duplicidades.

P.- ¿Cree que el Gobierno escuchará sus demandas?

R.- Ese es sin duda nuestro objetivo y nuestro deseo. Trabajamos todos los días con la pretensión de que se tenga en cuenta la realidad y las necesidades del Sector en este aspecto. Entendemos que nuestra participación en las distintas mesas de trabajo es imprescindible.

Todos los empresarios y autónomos deberíamos formar parte de una Asociación

Las agencias de viajes estamos preparadas para afrontar una recesión económica

Hemos incorporado agencias de gran relevancia

Los principales retos que se ha fijado la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) son la máxima integración de agencias de viajes a la Asociación; seguir manteniendo el nivel tan alto de nuestro gabinete jurídico; continuar ofreciendo formación en nuestros seminarios sobre cuestiones como la

Ley de Viajes Combinados y Servicios de Viaje Vinculados, seguros, GDS, etc.; y mantener la máxima coordinación con la Administración pública tanto en la Comunidad de Madrid como a nivel nacional. Nuestra pretensión es actuar de for-



© JOSÉ LUIS MÉNDEZ

ma decidida en cuestiones como la lucha contra el intrusismo, la mejora de las Rutas Culturales de la Comunidad de Madrid, participar activamente en el diseño del futuro programa del Imsero y fomentar la sostenibilidad en nuestro Sector.

En los últimos años se han incorporado agencias de viajes de gran relevancia a nuestra Organización empresarial. Además, el pasado 2019 se unió a nosotros el grupo DIT Gestión, dándonos más fuerza para reforzar para defender de forma eficaz los intereses del Sector de agencias de viajes.

ESCAPARATE

El gasto de los turistas se incrementa en un 2%

En el último mes de enero se ha registrado un incremento de 2,1 puntos en el gasto de los turistas internacionales en España, en comparación con los datos del año 2019, según el estudio Egatur. **Pag 32**

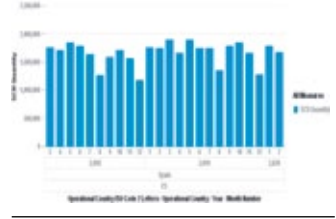
Variación anual del gasto total



La producción aérea de las agencias se desploma

La producción aérea de las agencias de viajes españolas vía BSP ha decrecido de manera significativa en el segundo mes del año. Según los datos de febrero ha sufrido un fuerte descenso del 13,4%. **Pag 10**

Evolución volumen transacciones



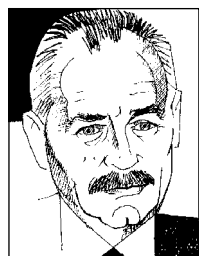
Según WTTC, peligran 50 millones de empleos

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), estima que millones de empleos en el Sector de viajes y Turismo están en riesgo, debido a la pandemia global provocada por el coronavirus. **Pag 8**

PRONTUARIO

No hay que 'bajar la guardia'

LA ÚLTIMA EDICIÓN de ReuniónLab reunió a un importante grupo de grandes y serios profesionales como ponentes. Todos coincidieron en un punto: "El Sector goza de buena salud". David Abreu, presidente de OPC Madrid termina su presentación diciendo: "Es necesario estar preparados". Antonio Perea, presidente de AEGVE dice: "La empresa tiene la obligación de proteger al trabajador que está desplazado". Marcel Forns, director general de GEBTA dice: "Cada vez se tiene más en cuenta el ROI". Violeta Matas, directora técnica de SCB dice: "Se fomenta más el legado de los eventos". María Nuño de la Rosa, directora del Máster en Organización de Eventos de Ostelea, dice: "La formación tendrá que estar más adaptada al mundo profesional". Javier Bonet, *corporate sales manager* de Amadeus España, dice: "Es importante la transformación digital de las empresas". Alex Barbero, director comercial de EventsCase España expone: "Las ventajas de la organización de eventos online". Alicia Collantes, directora general de Bmotion, enfatiza: "La utilización de la tecnología para crear un *storytelling* inmersivo". Y finalmente, Curra Suárez de Góngora, directora de SMM habla sobre: "La gestión estratégica de reuniones".



CLAUDIO MEFFER

Efectivamente el sector va muy bien. Pero la lectura final, y es de agradecer que también en esto todos los ponentes coincidan, es que no sólo es necesario tener un plan B preparado. Sino que es de obligado cumplimiento seguir mejorando e innovando. Conocimientos, servicios y atención personal. Ese es el gran elemento diferenciador y valor añadido que nos caracteriza.

Claudio Meffer es miembro del Consejo asesor de CONEXO.

Los grupos de gestión ofrecen su respaldo a las agencias con diferentes medidas

Intentan aliviar la compleja situación en la que se encuentran actualmente sus agencias

Los grupos de gestión continúan implementando medidas para auxiliar a sus agencias de viajes en estos momentos de emergencia

sanitaria y económica. El primero en hacerlo ha sido el grupo GEA, quien ha enviado un comunicado a las agencias informándoles de que

aplicarán una moratoria de las cuotas de pago durante los dos próximos meses para suavizar el desbordamiento que están sufriendo.

GEA ha sido el primer grupo de gestión en dar un paso en firme en el rescate de las agencias de viajes. Tal y como señala su presidente, Prisciliano Fernández, "hemos decidido proceder a una moratoria de cuotas correspondientes a los meses de marzo y abril". El objetivo que se fija el grupo de gestión es aliviar a las agencias en la situación que están pasando debido a los efectos del Covid-19 y al establecimiento del Estado de Alarma decretado por el Gobierno la pasada semana.

Una medida similar es la aplicada por Tecnoturis, que han decidido no cobrar a las agencias de viajes un mes de cuota íntegro. Además, se encuentran en contacto con los proveedores, presionando para que les adelanten cuanto antes el rápel para poder pagarlo lo antes posible. Así el CEO y socio de Tecnoturis, Jesús Juárez, ha destacado en un comunicado a sus agencias que tienen que "dar un paso adelante como grupo, para entre todos poder sacar esta situación adelante como sea".

Zafiro Tours ha lanzado también una serie de medidas. Todas las mañanas se realizan reuniones virtuales con las agencias para resolver dudas, analizar la situación, explicar las novedades de los turoperadores y aerolíneas. Eliminará el 50% del royalty durante el mes de marzo y lanzará una guía de prevención y actuación frente al virus, así como medidas para realizar teletrabajo.

Dar servicio

Por su parte, desde Avasa informan, que se encuentran en una situación "horrible", ya que el departamento de Booking de Avasa se ha reforzado con turnos dobles de trabajo de sus agentes de viajes para poder dar salida a todas las solicitudes de cancelaciones, cambios y reembolsos de billetes que están recibiendo de sus agencias. Consideran que el asesoramiento

jurídico para sus agencias es clave en estos momentos y ese asesoramiento lo ofrecen desde el Grupo.

Dit Gestión ha informado a NEXOTUR que sus trabajadores se encuentran trabajando aún en las oficinas, aunque aquellos que deseen teletrabajar pueden solicitarlo sin problema. Respecto a posibles medidas para las agencias, su presidente, Jon Arriaga, explica que "no estamos en el apartado de suspender cuotas por ahora, si no en dar servicio".

Del mismo modo, desde Airmet-Cybas informan a este periódico que se encuentran "desbordados" y que su objetivo es "atender a las agencias". Sin embargo, su presidente,

Juan José Oliván, lamenta que por el momento no pueden tomar ninguna medida para ayudarlas porque "si dejamos de percibir ingresos, no podemos pagar nominas, servicios informáticos, etc."

En esta línea, el Grupo AGC informa que ha establecido un apartado especial dentro de su intranet para que las agencias puedan consultar notificaciones y actualizaciones que les envíen los proveedores, aerolíneas, embajadas, corresponsales, etc. Asimismo, han habilitado una línea telefónica con su departamento jurídico para que las agencias puedan trasladar sus consultas, y realizarán *webinars* exclusivos con empresas.



Algunas aplican moratoria en la cuota.

Los grupos comerciales abogan por la unión y fortalecer la cohesión entre todos

Existe gran preocupación por los inconvenientes por la Ley de Viajes Combinados

Airmet-Cybas, Avantours, DIT-Gestión, Edenia, Grupo gea, Grupo Click Viaja, Grupo Europa, Maxtravel Group, Nego, Red Turística, Team Group, Tecnoturist, Traveltool, Unida y Zafiro lanzaban el pasado martes 17 de marzo un comunicado en referencia a la situación que ha causado y continúa causando la crisis por el Covid-19 en el Sector Turístico. El objetivo principal de este escrito es fomentar la unión y fortalecer la cohesión entre todos los grupos comerciales, a pesar de las diferencias que puedan existir, para superar las dificultades que están atravesando las agencias y ellos mismos, ya que, según informan, muchos pocos pueden hacer un mucho.

En este sentido, todos y cada uno de los firmantes de este escrito se unen para apoyar a las

agencias de viajes y profesionales que no saben qué les deparará el futuro. También muestran en el escrito su total disposición para colaborar con aquellas Asociaciones del Sector que están realizando un trabajo ingrato y en muchos casos no reconocido, ya que actualmente hay muchas personas y empresas en juego.

Por otra parte, muestran una enorme preocupación por las consecuencias que la actual Ley de Viajes Combinados está produciendo en las agencias, ya que "si no se toman medidas inmediatas pueden llevar al cierre de muchas de ellas". El comunicado subraya que dicha ley se implementó teniendo en cuenta únicamente casos aislados. De este modo, lamentan que "la situación actual pone de manifiesto que atenta frontalmente contra nuestros

intereses y que es insostenible, de modo que en cuanto pase esta crisis, deberemos de alzar nuestra voz junto con las asociaciones más fuertes que nunca para intentar que se cambie".

Apoyo a sanidad y Turismo

Por último, los grupos de gestión han querido mostrar su solidaridad y apoyo al sector sanitario, al Sector Turístico en general y a los proveedores. Consideran que cualquier empresa o profesional que se encuentre dentro de estos sectores están atravesando situaciones extremas y quieren devolverles el respaldo que ellos les brindan cuando es necesarios, ya que son considerados "parte imprescindible de la cadena viajera y con los que esperamos seguir viajando juntos a futuro".

CEOE y Cepyme piden mecanismos a Sánchez

El pasado 15 de marzo, CEOE y Cepyme lanzaron un comunicado expresando su apoyo al Gobierno, los equipos sanitarios y las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado y de los territorios en la lucha contra el Covid-19 y garantizando que todo el ecosistema empresarial cumplirá con responsabilidad los mandatos que implica el estado de alarma decretado.

Aetram ve insuficientes las medidas del Gobierno

Ante esta situación que amenaza la supervivencia de las empresas Aetram solicita medidas, también extremas, que ayuden a las empresas a su subsistencia sin verse abocadas a la desaparición, como deducciones, exenciones, aplazamientos de orden fiscal y sociales (aplazamientos sin intereses de pagos IVA y deudas fiscales), líneas de crédito sin intereses.

SpainDMCs alerta del impacto del coronavirus

La Asociación Española de Destination Management Companies (SpainDMCs) ha celebrado su convención anual en Palma de Mallorca a principios de este mes de marzo, en la que ha alertado del alto impacto que está teniendo el coronavirus en el sector MICE español y de la necesidad de que el Gobierno español tome medidas efectivas desde ya.

Empresas de autobuses se ofrecen en la Movilidad

La Confederación Española de Transporte en Autobús (Confibus), ha realizado un comunicado sobre el actual escenario de España, con la situación de Estado de Alarma, debido a la expansión del Covid-19. "Todas nuestras empresas están comprometidas a garantizar el derecho fundamental a la movilidad de todos los ciudadanos" señala la Confederación.

CEAV, UNAV y ACAVE ponen en valor el trabajo de las agencias en la crisis

Alaban que están poniendo todo para seguir prestando servicio a sus clientes

Las grandes asociaciones de agencias de viaje valoran muy positivamente el trabajo que están llevando a cabo los profesionales de las agencias, muchos de

ellos en modalidad de teletrabajo, para seguir llevando a cabo su labor y ofreciendo servicio a clientes durante la cuarentena decretada por el Gobierno.

CEAV, la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) y la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) elogian el trabajo realizado por las agencias de viaje en estos duros momentos. Los agentes de viaje, a través del teletrabajo, están poniendo todo de su parte para poder seguir prestando servicio a sus clientes y proveedores durante la cuarentena.

Además, todas ellas aseguran estar trabajando en la repatriación de viajeros. Están en permanente contacto y coordinación con la Secretaría de Estado de Turismo, con el Ministerio de Exteriores, con las embajadas, con las asociaciones patronales y con distintas comunidades y ayuntamientos. Asimismo, piden al gobierno que establezca un sistema de repatriación para aquellos viajeros españoles que puedan quedarse en terceros países sin posibilidad de regreso.

Por otro lado, CEAV y ACAVE insisten en el comportamiento insolidario que está teniendo la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) falseando los derechos que tienen los consu-

midores e incitándoles a mentir a las agencias en los motivos de las cancelaciones para cargar toda la responsabilidad en las agencias. ACAVE quiere recordar que, de acuerdo con la normativa vigente, el miedo a la epidemia no se considera una situación de fuerza mayor, pues se trata de un sentimiento subjetivo que no da derecho al reintegro del viaje.

CEAV también ha solicitado de forma urgente que se tomen ciertas medidas para la continuidad del tejido empresarial de agencias de viajes españolas a corto y medio plazo. Para la Confederación es necesario que, en el caso que los proveedores no hayan procedido a reembolsar, no se obligue a las agencias de viajes a efectuar el reembolso íntegro del viaje y que se habilite a las agencias la posibilidad de emitir bonos a los cliente.

Más medidas

La Confederación cree necesario que el Ministerio de Consumo también tiene que obligar a los proveedores turísticos, especial-



Martí Sarrate preside ACAVE.

mente compañías aéreas y hoteles, a reembolsar los importes de los servicios que no hayan realizado. Igualmente, las administraciones públicas deben abonar de inmediato a sus proveedores las facturas pendientes y las que reciban.

Asimismo, UNAV y CEAV han insistido en la necesidad de que se apruebe por real decreto ley la regulación del Expediente de Regulación temporal del Empleo (ERTE), y otras medidas laborales. Por último, la Confederación dirigida por Garrido, declara que se debe dar una solución a los beneficiarios del programa del Imsero.

Las imperfecciones de la Ley de Viajes Combinados

El presidente de CEAV, Carlos Garrido, ha reconocido a NEXOTUR que la Ley de Viajes Combinados cuenta con "materias que no están bien definidas". Estos momentos de crisis han hecho que esas imperfecciones salgan a la luz y que "estén creando unos problemas enormes a las agencias de viajes", ha explicado.

El presidente de la Asociación aclara que desde el inicio de la crisis han estado denunciado ante "la Secretaría de Estado y Turismo y a la Secretaría de Estado y Consumo situaciones de total injusticia para las agencias de viajes". Garrido hace referencia así a los problemas derivados por "la cuarentena, las repatriaciones, el tema de las cancelaciones de los vuelos o la prohibición de viajar que hizo el ministro de sanidad". Por último, también ha querido mencionar el establecimiento del estado de alerta, "para nosotros es un hecho de causa mayor pero hasta que no lo determine el Gobierno y se pronuncie seguirá causando problemas".

Reclamaciones en Europa

En esta misma línea, desde la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes y Turoperadores (ECTAA) también solicitan a la Comisión



ECTAA ha firmado un manifiesto.

Europea que "acceda a la flexibilidad excepcional en la aplicación de la Directiva 2015/2302, sobre viajes combinados y los servicios de viaje vinculados para el interés de todos: clientes, empresas de viajes, proveedores y gobiernos". Y ha agregado que "los clientes no tienen nada que ganar, si las agencias de viajes están en quiebra y no hay dinero para proporcionar reembolsos".

Asimismo, la patronal europea ha firmado un manifiesto, con otras 50 organizaciones públicas y privadas europeas, para solicitar a la Unión Europea medidas urgentes de apoyo al Sector. Entre estas medidas se encuentran las ayudas estatales, el alivio fiscal, relajación temporal de las normas de empleo y protección a trabajadores o exención de las reglas de slots de las aerolíneas.

Las agencias se adaptan a la cuarentena con una gran apuesta por el teletrabajo y otras vías de comunicación

El objetivo es tratar de continuar desarrollando todas sus labores y prestando servicio a todos sus clientes

La pasada semana, el Gobierno pedía a las empresas que paralizasen su actividad laboral si existía la posibilidad de contagio en el centro de trabajo. El empeoramiento del brote del covid-19, las nuevas medidas puestas en marcha por el Ejecutivo y el establecimiento del estado de alarma, han provocado el cierre de temporal de las oficinas de las agencias de viaje. El teletrabajo ha sido, principalmente el método escogido por las agencias para poder seguir desarrollando su labor y prestando servicio a sus clientes.

Viajes el Corte Inglés ha confirmado a NEXOTUR que "todas

nuestras agencias de viajes están cerradas al público pero continuamos atendiendo las necesidades y consultas de nuestros clientes". Así, los clientes pueden contactar con la agencia del Grupo El Corte Inglés "a través de un servicio especial de atención telefónica y online, así como tele trabajo en los casos que es posible", han explicado.

Halcón Viajes y Viajes Ecuador, pertenecientes a Globalia tampoco se han querido quedar atrás. Han puesto a disposición un teléfono y un correo para asuntos relacionados con viajes que se vayan a producir en las próximas 72 horas.

También, B travel brand mantendrá cerradas sus tiendas, por lo que ha activado vías de comunicación para mantener informados tanto a sus clientes como a su personal interno. Asimismo, el grupo Ávoris ha creado un comité de seguimiento del coronavirus para comunicar las novedades y mantener al tanto a viajeros y trabajadores. Por último, en esta misma línea han llevado sus actuaciones Viajes Carrefour, Viajes Eroski o Nautalia. Esta última ha puesto en marcha una campaña para pedir a la gente que no viaje y que mantengan la cuarentena.



El teletrabajo ha sido el método escogido mayoritariamente por las agencias.

El Gobierno pone en marcha un plan de medidas de choque para hacer frente a la pandemia

Sánchez anunció que dotará a las empresas del Sector Turístico con 400 millones de euros

En un primer paso, el Gobierno promulgaba una batería de medidas enfocadas para el Sector Turístico en una reunión extraordinaria del Consejo de Ministros el

pasado 12 de marzo. Con la llegada de la cuarentena y el establecimiento del estado de alarma, el Ejecutivo se veía en la necesidad de aprobar una nueva serie de me-

didat económicas para paliar los efectos que esta crisis está teniendo en las finanzas y en el empleo del país, con el fin de evitar la llegada de una nueva crisis económica.

Sánchez anunció el pasado 12 de marzo que dotará "a las empresas del Sector Turístico con 400 millones de euros" a través de la línea ICO con el objetivo de paliar los efectos del covid-19 y para "contribuir a preservar el empleo". Asimismo, ampliará las bonificaciones de fijos discontinuos a la seguridad social para que cubran estos meses entre enero y junio. Respecto a las medidas para las aerolíneas, el Gobierno ha comunicado que flexibilizará la situación de los slots para que las aerolíneas no tengan que cumplir las franjas horarias a pesar de las cancelaciones y la reducción de la demanda. El presidente también subrayó que "desde el 16 de marzo Renfe va a facilitar cambios y devoluciones de billetes y devolverá de manera íntegra el dinero de los billetes de los viajes del Imserso".

Las primeras reacciones tras salir a la luz el paquete de medidas adoptado por el Gobierno no tardaron en

llegar. CEAV, UNAV y ALA consideraron que las propuestas anunciadas por el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez eran "totalmente insuficientes" y que no respondían a las necesidades del Sector. Igualmente, la Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas, Fetave, el Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTur, y la Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de Baleares, Aviba, las que han calificado como "decepcionante" e "insuficiente" la respuesta del Gobierno hacia el Sector.

Por este motivo, Fetave solicitaba al Gobierno la extensión de las medidas de aplazamiento aprobadas al conjunto del Sector Turístico y especialmente a agencias de viajes, hoteles y apartamentos turísticos, transportistas de viajeros por carretera, *rent a car* y compañías aéreas, así como la elevación de la cifra de

las líneas de crédito a 4.000 millones. Por su parte, CEAV y Aviba reclamaban: la suspensión o la rebaja a las cotizaciones de la Seguridad social, a la fiscalidad o incluso reducción de impuestos con el fin de paliar esta caída; que las pymes y autónomos puedan aplazar y fraccionar sus deudas tributarias sin intereses durante seis meses; ayudas directas al sector, con una línea de créditos blandos a cuenta del ICO por importe de 400 millones para los sectores de transporte y hostelería, y que las agencias de viajes estén incluidas.

Segunda batería de medidas

El empeoramiento de la situación ha provocado que el Consejo de Ministro haya aprobado nuevas medidas económicas dentro del plan de choque para hacer frente a la pandemia. El presidente ha insistido que "en el frente económico debemos

proteger el empleo y las empresas". Asimismo, ha asegurado que "se garantizará el flujo de pago y crédito de las empresas y autónomos". También se establecerá una "protección del empleo, con el fin de evitar un impacto permanente en una crisis temporal". Por ello y debido a estas circunstancias excepcionales, el Gobierno va a facilitar que las empresas realicen Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE), pero estableciendo una prestación por desempleo a los trabajadores, pese a que no cuenten con todos los requerimientos necesarios para ello. "El Estado español va a proporcionar al tejido empresarial toda la liquidez que necesite". Con este objetivo va a establecer una línea de avales de garantías públicas de hasta 100.000 millones de euros. Además, pretende favorecer a las pymes y facilitar el teletrabajo en todos los casos en los que este sea posible.



El presidente del Gobierno, Pedro Sánchez

En esta ocasión la Asociación de Líneas Aéreas (ALA) ha valorado positivamente las medidas económicas aprobadas este martes por el Gobierno para hacer frente al impacto del virus, aunque resalta que "hay que esperar" a ver cómo se concretan y en qué medida se traducen en ayudas para el sector aéreo. Asimismo, considera necesario "articular otro tipo de medidas" que permitan la recuperación del sector una vez que la situación "empiece a mejorar".

¿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



Mesa de Turismo critica el nuevo impuesto aéreo

Mesa del Turismo critica el gravamen fiscal que se quiere imponer a las aerolíneas ya que "impactará sobre el conjunto del Sector Turístico y no sólo el aéreo". Por ello, alerta de que "esta decisión política supone una imprudencia que viene a perjudicar al Turismo, precisamente, cuando atraviesa por un momento crítico". Por ello insta al Gobierno a replantearse la propuesta.

Efectos de la prohibición de los vuelos desde Italia

Aena ha señalado que la suspensión de los vuelos desde Italia provocará que alrededor de 100 vuelos diarios se vean afectados". Esto se debe principalmente a que en el año 2019 se registraron 106.000 operaciones comerciales, y cerca de 16 millones de pasajeros llegaron desde territorio italiano, un 9% de todo el tráfico internacional desde tierras españolas.

AEGVE suspende sus actividades en marzo

La Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE) ha aplazado todos los eventos y actividades que tenía previsto realizar durante este mes de marzo en Madrid y Barcelona "hasta que la situación se normalice". "La situación es incierta, esperamos las noticias de los próximos días y veremos como evoluciona" asegura el gerente de AEGVE, Juan del Rey.

Euskalduna suspende su actividad congresual

El Palacio Euskalduna de Bilbao ha informado del impacto que está teniendo el coronavirus en sus instalaciones, teniendo que suspender el 90% de su actividad congresual entre marzo y mayo. Desde el recinto bilbaíno han señalado que "en las últimas dos semanas hemos estado trabajando con clientes y promotores para, en la medida de lo posible, buscar alternativas".

Según informa WTTC, peligran alrededor de 50 millones de empleos dentro del Sector Turístico

La organización propone la implementación de una serie de medidas para la rápida recuperación

El Sector Turístico y el sector de los viajes se encuentran en una situación extremadamente delicada debido a la incesante propagación del covid-19. Según ha informado

WTTC son cerca de 50 millones de empleos los que están en juego en estos momentos. En este sentido, desde la organización ofrece un gran número de propuestas, entre

las que se encuentra la implementación de un conjunto de medidas para la rápida recuperación del sector, una vez que el coronavirus se encuentre bajo control.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), estima que millones de empleos en el Sector de viajes y Turismo están en riesgo, debido a la pandemia global provocada por el coronavirus. Como señala su presidenta y directora ejecutiva, Gloria Guevara, "de acuerdo al análisis realizado por el propio Consejo, hasta 50 millones de empleos están en riesgo en el Sector a nivel mundial".

Las últimas cifras emitidas por la organización muestran que los viajes podrían verse afectados negativamente hasta en un 25 % durante este año. Esto equivale a una pérdida de tres meses de viajes globales, y provocará una reducción aproximada de entre 12% y 14% en los empleos. "El brote de covid-19, representa claramente

una amenaza significativa para toda la industria, tanto para aquellos que se emplean en ella, como para quienes desean continuar viajando", ha destacado la presidenta.

Tras una extensa consulta con otras organizaciones de viajes y Turismo, WTTC propone la implementación de una serie de medidas para la rápida recuperación del sector, una vez que el covid-19 esté bajo control. Además, ofrecerán todo su apoyo a los gobiernos, particularmente a aquellos que están implementando políticas públicas para una pronta recuperación.

Algunas de estas medidas se basan en la eliminación de las visas cuando sea posible, reducir el costo y mejorar los tiempos de procesamiento donde sea práctico

aceptar otras visas e introducir tecnologías más eficientes para viajar sin interrupciones y de manera segura. Además, también se quiere asegurar la supresión de las barreras innecesarias, a fin de disminuir la presión en los puertos y aeropuertos, incluido el levantamiento temporal de la política de aviación 80-20

Reducción de impuestos

Por otro lado, reducir y eliminar los impuestos a los viajeros, lo que aumenta el costo del viaje, incluyendo el impuesto sobre pasaje aéreo e impuestos similares de aeropuerto, puertos y hospitalidad en todo el mundo son otras de las medidas. Asimismo, también pretenden incluir apoyos econó-

micos e incentivos para apoyar la continuidad de los negocios en las empresas que han sido severamente afectadas por la situación del virus. Por último, demandan incrementar los presupuestos, así como asignar algunos recursos para promoción, comercialización y desarrollo de productos en destinos turísticos, cuando estos estén listos para recibir nuevamente a los visitantes.

En estos momentos, WTTC resalta la enorme importancia del trabajo coordinados entre los sectores público-privado, y una mayor cooperación internacional para responder y superar los desafíos. Desde el consejo argumentan que "el sector de viajes y Turismo ha demostrado a lo largo de la historia de tener una gran fortaleza y



Gloria Guevara preside WTTC.

resiliencia frente a las crisis, y esta capacidad de recuperación ha mejorado en los últimos años".

LAG emprende medidas financieras para reducir el impacto del coronavirus

Walsh: 'Esperamos que la demanda permanezca débil hasta bien entrado el verano'

Tras la incertidumbre en el tráfico aéreo debido a la preocupante propagación del coronavirus, que ha provocado un gran número de cancelaciones y restricciones, International Airlines Group (IAG), ha anunciado que implementará una serie de iniciativas para paliar estos efectos. Según advierten, "se espera que la capacidad, en términos de asientos-kilómetros disponibles, en el primer trimestre de 2020 se reduzca en alrededor de un 7,5% en comparación con el año pasado".

En primer lugar, el Grupo aéreo está planeando introducir una reducción en la capacidad de al menos un 75%, en comparación con el mismo período de 2019, durante los próximos dos meses. En este sentido, según avanza su consejero delegado, Willie Walsh, esto se debe a que "hemos visto una disminución sustancial en las reservas en nuestras aerolíneas y en la red global en las últimas semanas". Además, mira al futuro con cierto pesimismo,

lamentando que "esperamos que la demanda permanezca débil hasta bien entrado el verano".

Recortar en gasto

Por otra parte, también pretenden adoptar un conjunto de medidas con el objetivo de reducir gastos operativos y mejorar el flujo de caja. Entre estas se incluyen dejar en tierra aviones excedentes; reducir y diferir inversiones; recortar gastos no esenciales de TI así como costes que no estén relacionados con el programa de ciberseguridad; congelar el reclutamiento y el gasto discrecional; implementar opciones de vacaciones voluntarias no pagadas; suspender temporalmente contratos de trabajo; y, en consecuencia, reducir las horas de trabajo.

Del mismo modo, el Grupo ha considerado que la estabilidad directiva es un elemento fundamental para superar esta situación. Por ello, Luis Gallego continuará en su



El consejero delegado de IAG, Willie Walsh.

puesto como consejero delegado de Iberia durante los próximos meses para liderar la respuesta en España. De la misma manera, Willie Walsh se mantendrá en su posición como consejero delegado del Grupo y Javier Sánchez Prieto permanecerá en el cargo de consejero delegado de Vueling. El presidente de IAG, Antonio Vázquez ha mostrado su agradecimiento a que "Willie haya aceptado retrasar su retiro por un corto período en este tiempo desafiante".

La UFI lamenta el impacto del Covid-19 en la industria ferial

La Asociación Global de la Industria Ferial (UFI) ha destacado el impacto que deja el coronavirus en las ferias y, sobre todo, en las empresas de cualquier sector por los negocios que se dejan de hacer por las numerosas ferias canceladas por todo el mundo.

"A nivel mundial, el hecho de que más de 500 ferias comerciales no hayan tenido lugar en las últimas semanas está creando un efecto dominó creciente para sectores enteros", ha afirmado el CEO de UFI, Kai Hattendorf. La asociación cifra en 23.000 millones de euros a nivel mundial los negocios que se han dejado de hacer, sobre todo en Asia-Pacífico (13.000 millones de euros) y Europa (9.700 millones de euros).

Muchos de los eventos que no se llevarán a cabo este trimestre están siendo pospuestos y reprogramados para más adelante durante este año, lo que podría ayudar a reducir el impacto a medio y largo plazo. "Pero incluso a corto plazo los aplazamientos tienen un impacto inmediato



El CEO de UFI, Kai Hattendorf.

porque retrasan los negocios y los ingresos programados. Esto plantea un riesgo existencial, en particular para las pequeñas y medianas empresas", ha señalado el director de Investigación de UFI, Christian Druart.

Finalmente, Hattendorf ha comentado que "estas cifras enfatizan la importancia que juegan las ferias en cualquier recuperación económica: los mercados y los centros de reunión son la vía más rápida para impulsar cualquier recuperación económica".

La Comisión Europea suspende la regla de 'slots' hasta el mes de junio

IATA no ha tardado en mostrar su gratitud tras el anuncio

La presidenta de la Comisión Europea ha anunciado los instrumentos para mitigar el impacto socioeconómico del coronavirus, entre los que

se incluyen la regulación de slots de las aerolíneas. La Comisión considera necesaria la cooperación de todos los Estados miembros.

Europa reacciona ante la crisis del covid-19 y ha emitido una respuesta inmediata para mitigar el impacto socioeconómico de la pandemia. Finalmente, tal y como anunció recientemente su presidenta, Ursula von der Leyen, ha propuesto una legislación específica para aliviar, hasta el mes de junio de este año, a las aerolíneas de la regla de slots, por la cual las compañías aéreas deben utilizar al menos el 80% de las franjas horarias de sus aeropuertos dentro de un período determinado para mantenerlas dentro del período correspondiente del próximo año.

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) no ha tardado en mostrar su gratitud tras el anuncio de la suspensión de la regla de franjas horarias. Su presidente, Rafael Schvartzman, ha subrayado que esto "significa que las aerolíneas ahora pueden tomar estas decisiones críticas de inmediato, sin preocuparse por

el impacto en la disponibilidad", como planificar horarios y reubicar aeronaves y tripulación donde la demanda sea más alta, o también la mejora de la sostenibilidad económica y ambiental.

Por otra parte, la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes y Turoperadores (ECTAA), ha considerado que esta respuesta por parte de la Comisión "aporta un toque positivo en un período muy difícil para la economía mundial", ya que la ayuda estatal "puede fluir a las empresas, una vez aprobado". Su presidente, Pawel Niewiadomski, ha añadido que "es necesario proporcionar paquetes de ayuda temporal para ayudar a las empresas de viajes a superar los problemas de liquidez financiera". Asimismo, ECTAA continuará trabajando con la Comisión para encontrar medidas de respuestas adaptadas a las agencias de viajes y operadores turísticos.



La CE apoyará a personas y empresas.

El Parlamento Europeo también ha recibido con orgullo esta decisión comentando que "a nadie le interesa volar aviones vacíos y tiene un gran costo ambiental y económico". "Necesitamos detener esta práctica y asegurarnos de que la industria de la aviación pueda hacer frente a las circunstancias extraordinarias actuales causadas por el covid-19", añaden.

Desciende más de un 14% el tráfico de pasajeros de Aena

El tráfico de pasajeros en la red de Aena cayó un 14,3% durante la primera semana de marzo, del 1 al 7 de marzo, tras el descenso en el factor de ocupación en los últimos días del mes de febrero con motivo de la propagación del covid-19. Ante tal situación se prevé que esta caída se agudice sustantivamente a lo largo del todo el mes de marzo.

Los aeropuertos de la red de Aena registraron más de 16,9 millones de pasajeros en febrero de 2020, un 4% más que en el mismo mes de 2019, a pesar del descenso en el factor de ocupación en los últimos días del mes con motivo de la propagación del coronavirus. En concreto, la cifra total de viajeros fue de 16.904.590. De ellos, 16.817.978 correspondieron a pasajeros comerciales, de los que 10.874.015 viajaron en vuelos internacionales, un 3% más que en febrero de 2019, y 5.943.963 lo hicieron en nacionales, un 5,4% más.

El Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas registró el mayor número de pasajeros en el mes de febrero con 4.396.631, lo que representa un incremento del 6% con respecto a febrero de



Se prevé que la caída se agudice.

2019. Le siguió el Josep Tarradellas Barcelona-El Prat, que se vio afectado por la cancelación del Mobile World Congress. A continuación, les siguieron Málaga-Costa del Sol, Gran Canaria, Tenerife Sur, Palma de Mallorca y Alicante-Elche. En los dos primeros meses del año, el tráfico de pasajeros creció un 3,2% y sumó un total de 33.886.751 viajeros en los aeropuertos de la red de Aena.

En cuanto al número de operaciones, en febrero se gestionaron en la red de aeropuertos de Aena un total de 158.580 movimientos de aeronaves, un 2,8% más que en el mismo mes del año anterior. El aeropuerto que contabilizó mayor número de movimientos fue Adolfo Suárez Madrid-Barajas, con un total de 31.477 (+4,3%).

Apostamos por el Business Travel

Proporcionamos a nuestras agencias del Corporate, soluciones y herramientas tecnológicas de última generación, para que sean las más competitivas del sector.



Auto Reservas

Disponemos de dos herramientas, una en entorno web y otra en GDS Amadeus permitiendo que nuestras agencias sean autosuficientes para reservar, tarificar, emitir, reemitir y voidear los billetes con las tarifas especiales de Avasa.



Tarifas PYMES y TT.OO.

Negociamos constantemente para obtener las más competitivas y mejores tarifas para nuestras agencias.



Sistema de alertas

Contamos con un sistema de alertas, para que nuestras agencias estén siempre informadas de cualquier incidencia a nivel mundial.



Atención 24 horas

Proporcionamos un servicio exclusivo 24h para nuestras agencias corporate. Se atiende la llamada del cliente de empresa como si fuera la propia agencia.



Buscador de hoteles

En el cual están integradas + de 25 cadenas y centrales de reservas nacionales e internacionales. En una única pantalla se visualizan los diferentes precios y comisiones para un mismo hotel facilitándole a la agencia elegir al proveedor que más le interesa.



Estadísticas e informes a medida

Hemos desarrollado una herramienta para que nuestras agencias asociadas puedan disponer de Informes y Listados Business ad hoc. Con los "Listados business", las agencias pueden conocer el volumen de ventas por revenue, transacciones realizadas o bookings, acumulados con comparativo y en función del producto (air, coche, tren, hotel, etc).



Reclamaciones

Con este servicio enfocado a reclamaciones por retrasos en vuelos, huelgas, pérdidas de conexiones, etc. la agencia puede avanzarse ofreciendo la indemnización a su cliente antes de que él la solicite.

¡Únete a nuestro grupo y apuesta sobre seguro!



93 655 65 55



expansion@avasa.com



www.grupoavasa.com

UNAV decide posponer su Congreso de Cádiz

El Consejo Directivo de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) se ha reunido en sesión extraordinaria y ha tomado la decisión de posponer el XXIII Congreso de Cádiz para finales de septiembre o principios de octubre. La Asociación sigue así las indicaciones del Ministerio de Sanidad. También ha decidido dejar pendiente el viaje a Egipto del programa 'Viaje Amigos UNAV'.

Air Europa informa de un ERTE a los sindicatos

Air Europa ha anunciado que ejecutará un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) durante un tiempo aún sin determinar. Asimismo, la compañía ha mantenido una reunión con los sindicatos de sus colectivos de vuelo para informarles. La aerolínea ha explicado la medida como una consecuencia de la crisis del coronavirus y el impacto que tiene sobre la aviación.

Euskalduna suspende su actividad congresual

El Palacio Euskalduna de Bilbao ha informado del impacto que está teniendo el coronavirus en sus instalaciones, teniendo que suspender el 90% de su actividad congresual entre marzo y mayo, siendo éstos, además, los meses de mayor actividad. A pesar de ello, gracias al esfuerzo del recinto y los promotores, la mayoría se están reubicando en el último cuatrimestre del año.

La Sala de Congresos del Hierro, próxima apertura

La Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, a través de la dirección general de Infraestructura Turística, ha firmado el inicio de obra de la 'Terminación de la Sala de Congresos y Audiciones La Peña' en la isla de El Hierro, en la que invertirá 3,7 millones de euros. Esta actuación pretende acometer una serie de trabajos para la finalización de la obra.

La Unión Europea en contra de la suspensión de viajes a Estados Unidos

La suspensión no afectará a los vuelos procedentes de Reino Unido

La Unión Europea (UE) ha criticado la decisión "unilateral y sin consulta previa" del presidente estadounidense, Donald Trump, de cancelar todos

los viajes desde Europa (los 26 países europeos que pertenecen al Espacio Schengen) a Estados Unidos por la crisis sanitaria del coronavirus.

"La UE desaprueba que Estados Unidos decidiera imponer una prohibición a los viajes de manera unilateral y sin consulta previa", sostiene en un comunicado conjunto la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, y el presidente del Consejo, Charles Michel. Asimismo, han recordado que la crisis por la pandemia del coronavirus es global, y "no se limita a un continente", por lo que la gestión de esta crisis requiere de la cooperación entre instituciones y no de acciones unilaterales.

El presidente Trump ha suspendido la entrada al país norteamericano a los extranjeros que hayan estado en un total de 26 países europeos, los pertenecientes al Espacio Schengen y entre los que se encuentra España. El mandatario estadounidense ha justificado su decisión aludiendo que así "evita que nuevos casos entren" en Estados Unidos. Aunque ha señalado que habrá "ciertas excepciones para ciertos ciudadanos ameri-



El Departamento de Estado insta a los ciudadanos a reconsiderar los viajes.

canos" que se hayan "sometido a las evaluaciones apropiadas". La suspensión durante los próximos 30 días no afectará a los vuelos procedentes de Reino Unido.

Recomendaciones y avisos

El Departamento de Estado de Estados Unidos también ha pu-

blicado una alerta de viaje en la que ha instado a sus ciudadanos a reconsiderar los viajes internacionales debido al "impacto global" del nuevo coronavirus. Además, ha avisado de que incluso los países, jurisdicciones o áreas en los que no se hayan reportado casos de coronavirus pueden ser objeto de restricciones sin aviso previo.



Durante el mes de enero solo aumentó un 0,1%.

La producción aérea de las agencias se desploma

La producción aérea de las agencias de viajes españolas vía BSP ha decrecido de manera significativa en el segundo mes del año. Según los datos a los que ha tenido acceso NEXOTUR, asciende a 381 millones de euros, lo que representa un fuerte descenso del 13,4% en comparación con los 440 millones alcanzados en el mismo periodo del ejercicio anterior. Por otra parte, en lo que va de año, las agencias con título IATA, a través de sus 4.045 puntos de venta, han registrado un volumen de negocio de 1,671 millones de euros. Como era de esperar, este apartado registra también un descenso del 4,2%

En el mes de enero, la producción aérea ascendió a 420,8 millones de euros, tan solo un 0,1% más que en el arranque de 2019. Además, la distribución de los billetes de avión incrementó también a la baja. Esto contrasta con el inicio de la propagación del virus en China. En este sentido, se espera que este mes de marzo sea aún más catastrófico que febrero debido a que el impacto del covid-19 ha sido más grave y las cancelaciones han ido in crescendo. Si en enero, según informó este periódico, el tráfico aéreo registró el incremento más bajo de la última década, con un +2,4%, las previsiones son realmente preocupantes.

CNMC recomienda a Adif introducir bonificaciones en su canon de uso de las vías y las estaciones de tren

La Confederación ha recibido varias quejas de sus miembros asociados respecto a este tema

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha animado a Adif a que introduzca "bonificaciones" en el canon que cobra por el uso de las vías y las estaciones de tren a Renfe y a sus futuros competidores con el fin de "favorecer la consolidación de las nuevas compañías en el primer momento de la liberalización".

La introducción de bonificaciones supondría abrir la puerta a que operadores la trasladen al precio que cobran por los billetes de AVE, teniendo en cuenta que los descuentos dependerán del incremento del número de viajeros que consigan. Así lo recomienda CNMC en el análisis que realiza del canon de Adif y Adif Alta Ve-

locidad y confía poder aplicarlo en el mes de diciembre cuando el transporte de viajeros en tren se abra a la competencia y Renfe empiece a tener competencia en el AVE. La CNMC recuerda que este tipo de bonificaciones están contempladas en la Ley Ferroviaria. En concreto, permite aplicarlas a los operadores "por los incrementos de tráfico que consigan en comparación con el crecimiento histórico de la actividad ferroviaria". Desde la Comisión quieren recordar que "la entrada de competencia en el AVE puede elevar en un 50% el tráfico ferroviario".

"Pero para que se confirmen estas previsiones es necesario estimular la demanda con distin-

tas medidas, como puede ser la reducción del precio de los servicios de Alta Velocidad", remarca la comisión. En relación a esto, el nuevo modelo de canon que Adif ha diseñado ante la ya próxima liberalización, además de bajar el canon en determinadas líneas ferroviarias, también contempla el establecimiento de descuentos.

Este nuevo canon está pendiente de que se aprueben unos nuevos Presupuestos Generales, de los que actualmente depende, o bien de la reforma de la Ley Ferroviaria iniciada. De esta última forma lograría el pretendido objetivo de desligarlos de los Presupuestos Generales y que Adif pueda tener más flexibilidad para diseñarlos.



El nuevo canon de Adif también prevé incluir descuentos.

Tres grandes Grupos de gestión coinciden en que 'las agencias de barrio sí son rentables'

Desde el Grupo DIT Gestión destacan que 'no solo son rentables, sino que cada vez lo son más'

Gea, Avasa y DIT Gestión responden al consejero delegado de Azul Marino, quien puso en duda la rentabilidad de las agencias de barrio, señalando que "el cliente va-

cacional ya no compra casi vuelos y hoteles en la oficina, sino que prefiere adquirirlos en su casa desde el móvil, comparando en diez páginas web". Los responsables de

los tres grandes Grupos de gestión opinan lo contrario, destacando la enorme capacidad que tienen las pequeñas agencias para generar grandes beneficios.

En una entrevista concedida a NEXOTUR a finales de 2019, el consejero delegado de Azul Marino, Juan del Hoyo, sorprendía con unas chocantes declaraciones. En concreto, aseguraba que "es una pena, pero las agencias de viajes ya no son rentables". "El cliente vacacional ya no compra casi vuelos y hoteles en la oficina, sino que prefiere adquirirlos en su casa desde el móvil, comparando en diez páginas web", argumentaba el directivo, añadiendo que "hay gente que esto aún o no lo quiere ver o piensa que es pasajero".

Con el fin de contrastar opiniones, NEXOTUR ha preguntado sobre esta cuestión a los máximos responsables de Avasa, Gea y DIT Gestión, Grupos de gestión que en conjunto superan con creces los 1.500 puntos de venta físicos en el mercado español. Y la respuesta ha sido la misma: todos ellos aseguran que un gran porcentaje de las

pequeñas y medianas agencias del país sí son rentables.

'Adaptarse y reciclarse'

El presidente de DIT Gestión, Jon Arriaga, afirma que "las agencias de barrio no solo son rentables, sino que cada vez lo son más". "Pongo un ejemplo: hace unos años se decía que las tiendas de barrio no eran rentables con motivo del nacimiento de las grandes superficies, si bien con el paso del tiempo se ha visto que lo único que han tenido que hacer es adaptarse y reciclarse", expone. En su opinión, "ocurre lo mismo con las agencias de barrio, que son súper rentables". "Debemos dar al cliente servicio y herramientas, pero éste habitualmente quiere viajar con su asesor de toda la vida en el que confía", insiste, concluyendo que "en resumen, no puedo estar más en desacuerdo"

con el punto de vista del consejero delegado de Azul Marino.

En los mismos términos se expresa la directora general de Gea, Sara Fernández, quien destaca que "personalmente conozco en GEA muchísimas agencias independientes con negocios altamente rentables basados en clientela de barrio, tanto en grandes ciudades como en pequeñas poblaciones". "Es más, diría que es un factor de éxito, ya que la confianza, cercanía, experiencia y seguridad son los elementos diferenciadores con respecto a la venta de viajes online", explica. En esta línea, afirma que "no me imagino un mercado sin este tipo de agencias". "Una gran parte de la población es lo que demanda y si no fuera por ellas habría un gran vacío en la comercialización de los viajes", sentencia la directiva.

Por último, el presidente de Avasa, Luis Felipe Antoja, apunta que



Señalan que las pequeñas y medianas agencias han tenido que adaptarse.

"como en todo nuestro Sector, hay agencias de barrio que son y serán rentables por su situación, antigüedad y por la forma de desarrollar su trabajo de información y mediación delante de los clientes". "Aquí quie-

ro poner en valor la importancia de pertenecer a Avasa, que ofrece a sus agencias sean de barrio, de pueblo o de gran ciudad, toda una serie de servicios, tarifas, acuerdos con proveedores, etc", remarca.

Volvemos a ser el **GRUPO DE GESTIÓN** con **MAYOR CRECIMIENTO** en oficinas físicas

Más de 900
agencias
asociadas

Nuevo
Consolidador
Multi GDS

Comparador
hotelero con 17
proveedores
integrados

Nueva Intranet
multi-Actividad
con APP

Programa de
gestión y CRM
multioficina

iContacta con nosotros!
info@ditgestion.com



Mucho más que un grupo de gestión

Suspensión de eventos de más de 1.000 personas

El Gobierno de España, a través del Consejo de Ministros, ha decidido tomar una serie de medidas para frenar la propagación del coronavirus, entre ellas, "suspender todas las actividades colectivas en espacios cerrados de más de 1.000 personas" en las zonas de transmisión significativa, que son la Comunidad de Madrid, Vitoria, Labastida y La Rioja.

EMA anima a solucionar el tema de cancelaciones

La Asociación de Event Managers de España (Event Managers Association, EMA) destaca la difícil situación que está viviendo el sector MICE estas semanas con "cancelaciones de eventos y actividades pospuestas, con lo que ello conlleva, sobre todo a nivel económico y logístico". A pesar de ello, anima a "unirse" y a "aportar soluciones ante todo lo que está pasando".

ByHours colabora con protocolos sanitarios

Ka plataforma de reservas de hotel por horas, ByHours, ha decidido ayudar en la lucha contra el coronavirus facilitando las micro estancias en establecimientos hoteleros a aquellos trabajadores que tengan que desplazarse por motivos de viaje de empresa. Para ello, ha lanzado un fantástico descuento del 25% a través de una página web específica.

Se crea una campaña en favor de los eventos

La Alianza G3 formada por la Asociación Internacional de Palacios de Congresos (AIPC), la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) y la Unión de Ferias Internacionales (UFI) respalda y apoyan conjuntamente la campaña global de toda la industria 'Nuestros eventos están abiertos para los negocios', que se lanzó el pasado 4 de marzo.

El impacto mundial del coronavirus en el sector de los viajes de negocios asciende hasta los 745.710 millones

Cómo es lógico China es la región más afectada y el segundo lugar lo ocupa el continente europeo

Los viajes de negocios tampoco salen bien parados de los efectos del Covid-19. Según un estudio elaborado recientemente por GBTA, el sector del Business Travel espera

unas pérdidas de 745.710 millones de euros (820.700 millones de dólares). La investigación llevada a cabo por la asociación internacional refleja que la región de

Asia-Pacífico es la más afectada, seguida del continente europeo y de Oriente Medio. En comparación con el estudio de febrero, las cancelaciones han aumentado.

La propagación del coronavirus por todo el mundo está afectando de lleno en los viajes de negocios. Con algunas regiones en las que la actividad es casi nula, la Global Business Travel Association (GBTA) ha realizado un estudio en el que detalla que el impacto mundial de Covid-19 en la industria del Business Travel mundial es de 745.710 millones de euros.

GBTA ha hecho este estudio entre más de 1.000 compañías miembros de todo el mundo entre el 4 y 6 de marzo de 2020 para monitorizar el impacto del coronavirus en los viajes profesionales. La región Asia-Pacífico es la más afectada, seguida de Europa y Oriente Medio. En China, por ejemplo, el 95% de las compañías han cancelado o aplazado sus reuniones de negocio, en Hong Kong el 87%, en Taiwán el 79% y en el resto de Asia-Pacífico el 77%. Europa va a continuación

con el 51% de los viajes afectados, Oriente Medio va después con el 47% y, por último, Latinoamérica (30%) y Norteamérica (18%).

Según la asociación internacional, los viajes de negocios cancelados o suspendidos en la actualidad han aumentado respecto a la anterior oleada del estudio realizada el 24 de febrero de 2020. Por ejemplo, los viajes afectados hacia Hong Kong han aumentado un 19%, a Taiwán un 46% y al resto de los países de Asia-Pacífico un 71%. Respecto a Europa, los viajes suspendidos o pospuestos han incrementado un 8%, hacia Norteamérica ha pasado del 2% al 18%, a Latinoamérica han aumentado un 3% y hacia Oriente Medio han pasado del 8% al 47%.

El informe de GBTA refleja que muchas compañías han instituido cancelaciones o suspensiones generales de sus viajes de negocios debido al coronavirus. Así, el

41% de las empresas miembros de GBTA informan que su compañía ha cancelado o suspendido todos los viajes internacionales, independientemente de la región. Este porcentaje supone un aumento significativo respecto a la encuesta anterior, cuando solo el 7% de las compañías informaron que lo hicieron. La tendencia es similar cuando se observan las acciones de la compañía con respecto a los viajes nacionales. El 13% de las compañías miembros de GBTA informan que su compañía ha cancelado o suspendido todos sus viajes nacionales, en comparación con solo el 2% de la última encuesta.

Prefieren posponer

Por otro lado, preguntadas por las reuniones y eventos, las empresas señalan que también han cancelado o pospuesto eventos en lugar

Country/Region	Potential Revenue (\$ Billions)	% Companies Canceling/Suspending all or Most Trips to Region
China	(\$404.1)	95%
Hong Kong	(\$3.4)	87%
Taiwan	(\$3.3)	79%
Asia Pacific (minus China, Hong Kong, Taiwan)	(\$120.2)	77%
Europe	(\$190.5)	51%
North America	(\$63.5)	18%
Latin America	(\$17.6)	30%
Middle East	(\$18.1)	47%
Total	(\$820.7)	54% of 2020 Forecasted Business Travel Spend

Fuente: Global Business Travel Association (GBTA).

© NEXOTUR

de trasladarlos a otro lugar. Casi tres cuartos (73%) informan que su compañía ha cancelado "pocas" reuniones, eventos o conferencias, y un 30% señala que ha cancelado "muchos" eventos. Asimismo, el 74% informa que ha pospuesto "pocos" eventos, el 26% ha aplazado "muchos" y el 27% "algunos". Un menor número de empresas (29%)

informan que han trasladado reuniones, eventos y conferencias.

Por último, el coronavirus ha provocado que compañía miembros de GBTA hayan alterado sus políticas de viaje. Así, más de la mitad (55%) informa que su compañía ha instituido procedimientos de aprobación de viaje, con un aumento del 43% respecto a la oleada anterior.

¿Establecer una reducción en los viajes frenará de algún modo la creciente propagación del coronavirus?

Las mejores soluciones son la detección temprana del virus y el aislamiento de individuos infectados

Un estudio sobre el impacto de diferentes medidas en la contención de la epidemia Covid-19 en España realizado por investigadores del Instituto de Biocomputación y Física de Sistemas Complejos (BIFI) de la Universidad de Zaragoza señala que la reducción de la movilidad, en general, no es efectiva para contener la expansión geográfica del coronavirus. Los resultados, basados en un modelo matemático y datos reales de flujo de individuos, indican que las soluciones más eficaces son la detección temprana y el aislamiento de individuos infectados.

Estas conclusiones coinciden con otro estudio elaborado por la American Association for the Advancement of Science y que ha publicado la revista Science. En el caso español, el estudio lo han realizado los investigadores Yamir

Moreno, físico teórico y responsable del Grupo de Redes y Sistemas Complejos (COSNET) y director del Instituto de Biocomputación y Física de Sistemas Complejos (BIFI) de la Universidad de Zaragoza, y el miembro de dicho grupo, vinculado, además, a la Fundación ISI de Turín (Italia), Alberto Aleta.

Los investigadores han señalado que los resultados respaldan la adopción de una estrategia mixta que combine ciertas restricciones de movilidad con la identificación temprana de individuos infectados y su consiguiente aislamiento. Además, estas conclusiones concuerdan con las últimas recomendaciones hechas por la Organización Mundial de la Salud (OMS). "Aunque este estudio se ha realizado con datos reales de movilidad en España, los hallazgos pueden extrapolarse a cualquier otro país,

dada la ubicuidad de los patrones de movilidad en todo el mundo", ha afirmado Yamir Moreno.

Ganancia de tiempo

Los resultados del análisis muestran que la reducción del 90% de la movilidad tiene un efecto limitado a la hora de frenar la propagación de la enfermedad. Incluso medidas drásticas en esta dirección, como el cierre total de cualquier medio de transporte, además de tener un coste económico elevado y en muchos casos, inasumible, no conducen a una reducción significativa del número de individuos infectados o de su expansión geográfica. Lo que sí provocan es que el pico de la epidemia se retrase varios días, algo que, eventualmente, podría ser ventajoso para preparar mejor a los servicios sanitarios y a la



El investigador Yamir Moreno.

población en general, además de ganar tiempo para el desarrollo de nuevas terapias farmacológicas.

El coronavirus también afecta a las empresas de 'catering'

La Asociación Empresarial de Catering (AEC), que preside Jesús Baranda, asegura que "el impacto del coronavirus en los negocios de las empresas de catering es enorme", ya que "la mayoría de los eventos corporativos y sociales se han suspendido o aplazado hasta que la situación se estabilice". En este sentido, desde la asociación señalan que "se ha realizado un esfuerzo de comunicación y atención con los clientes importante para proteger los intereses de todos ellos y se han adoptado medidas extraordinarias a nivel de personal y empleados". Además, "teniendo en cuenta las últimas decisiones adoptadas a nivel institucional, procedemos a solicitar de manera urgente todas las medidas necesarias

Aeroflot presenta una nueva web compatible



La nueva versión *responsive* de Aeroflot mantiene, con nuevos diseño y estructura, información sobre la compañía, sus servicios y sus vuelos desde Rusia, y ofrece un correcto sistema de reservas *online* de sus vuelos y los de sus asociados.

La página de Chapín permite el pago 'online'



El Grupo Chapín presenta una nueva versión de su web con pocos cambios en su diseño y contenido y que mantiene para reservar únicamente un formulario, pero ha incluido una nueva área para clientes y la posibilidad del pago *online*.

La nueva versión de la página de Room Mate



La página actual de Room Mate Hotels presenta, con un nuevo diseño *responsive*, una información limitada sobre sus hoteles en algunas ciudades de varios países, y un nuevo sistema de reservas que no está disponible para agencias.

Información sobre las reuniones en Sitges



El Convention Bureau de Sitges presenta una web, compatible para cualquier tipo de terminal, en la que ofrece información sobre sus centros de convenciones y sobre las empresas de servicios, y las ventajas de Sitges para las OPC.

Las plataformas de alquiler turístico compartirán sus datos de actividad con la Comisión Europea

Eurostat recibirá datos en intervalos regulares por parte de varias plataformas y los agrupará

Las autoridades públicas en Europa pronto tendrán acceso a datos publicados de forma independiente sobre la actividad de los alquileres a corto plazo en Airbnb,

Expedia y otras plataformas, después de un acuerdo histórico para el intercambio de datos alcanzado con Eurostat, la oficina estadística de la Comisión Europea.

Los datos compartidos incluirán la cantidad de huéspedes que utilizan plataformas de alquiler a corto plazo y la cantidad de noches reservadas.

Los datos se compartirán trimestralmente y permitirán a las autoridades públicas comprender mejor el desarrollo de plataformas de alquiler a corto plazo, y respaldarán decisiones políticas basadas en evidencia en toda Europa. Eurostat recibirá datos en intervalos regulares por parte de varias plataformas y se encargará de agruparlos. En cumplimiento de la ley de protección de datos de la Unión Europea, no se compartirán datos sobre ciudadanos individuales o sobre propietarios de alojamientos.

En virtud de este convenio, las autoridades tendrán, por una parte, acceso directo a datos fiables sobre tendencias turísticas y sobre el uso de los alojamientos y alquileres turísticos en Europa; y, además, podrán analizar y comprender mejor las dinámicas vinculadas tanto a los alojamientos turísticos como a la

industria. Por otra parte, dará lugar a debates sectoriales fundamentados en evidencias demostrables y a la adopción de políticas equilibradas y proporcionadas. Este acuerdo contribuirá al crecimiento sostenible de la industria turística europea.

El anuncio se produce después de que, hace unas semanas, Airbnb informara a las ciudades europeas sobre las acciones que estaba tomando en materia de impuestos, confianza y transparencia, seguir siendo buenos aliados de los gobiernos y respaldar la creación de un nuevo regulador de la Unión Europea para los servicios digitales. Por su parte, Expedia Group celebra el acuerdo intersectorial con la Comisión Europea y Eurostat para compartir datos sobre las transacciones vinculadas a los alquileres turísticos. Gracias a este acuerdo, Eurostat podrá ofrecer

información a todos los estados miembro de la Unión Europea, a nivel nacional, regional y por cada ciudad, sobre el número de huéspedes y las noches reservadas.

Declaraciones

"El acuerdo permitirá por primera vez el acceso a datos confiables sobre la actividad vacacional y de otros alojamientos de corta estancia ofrecidos a través de estas plataformas de economía colaborativa", han manifestado desde la Comisión Europea en un comunicado.

"Este acuerdo histórico ayudará a garantizar que las ciudades tengan la información que necesitan para regular el *home sharing* de manera efectiva", ha señalado el vicepresidente senior de política global de Airbnb, Chris Lehane.



Las autoridades tendrán acceso a datos fiables sobre las tendencias turísticas.

Por su parte, Jean-Philippe Monod, vicepresidente de Asuntos Corporativos y Gubernamentales de Expedia Group, comentó que "estamos encantados de haber firmado este acuerdo intersectorial que confirma el firme compromiso de Expedia para trabajar conjuntamente con las

instituciones europeas y las autoridades locales. Nuestro objetivo es promover el crecimiento sostenible del turismo y proseguir con la labor que iniciamos con las asociaciones sectoriales EHHA y eu travel tech para desarrollar la hoja de ruta 'Hacia un Futuro más Sostenible'".

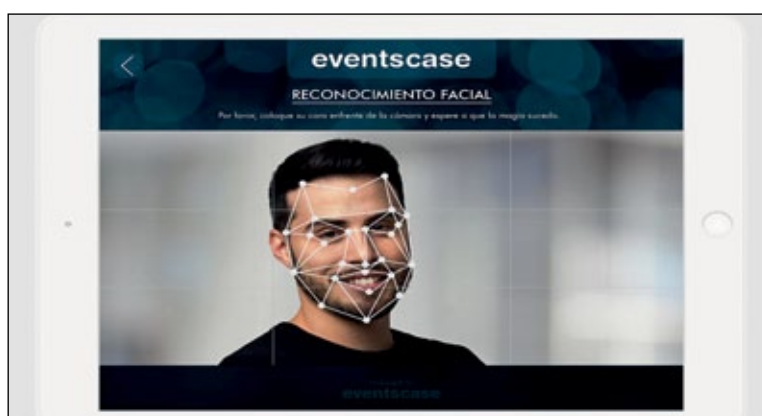
El riesgo de contagiarse de coronavirus en los eventos se reduce con la tecnología

La tecnología de reconocimiento facial evita la interacción física del asistente

Las recomendaciones de suspensión —y prohibiciones— de determinados eventos en España por el coronavirus está haciendo mucho daño al Sector MICE, pero hay que tener en cuenta que la tecnología puede ayudar a reducir los riesgos de contagio de ésta y otras enfermedades en los eventos que sí se celebran.

La plataforma de gestión de eventos EventsCase, por ejemplo, resalta una serie de soluciones tecnológicas para mejorar la seguridad de los asistentes a un evento, que limitan el contacto físico y reducen el riesgo de contagio, aunque también recuerda la importancia de seguir las medidas de higiene básicas, como el lavado de manos o cubrirse con el codo al toser o estornudar.

La primera de las soluciones que destaca la compañía es el reconocimiento facial, que es una tecnología no invasiva que evita la interacción física del asistente. "Hacer uso de



La plataforma EventCase resalta una serie de soluciones tecnológicas.

esta tecnología para registrar a los asistentes en el lugar de celebración del evento limita cualquier tipo de contacto entre personas y elementos, incluso dispositivos", afirma EventsCase. Asimismo, las aplicaciones móviles permiten la digitalización de la información

más importante del evento. Una *app* para eventos puede incluir la agenda, los perfiles de los ponentes y todos los detalles del evento. "Eliminar los materiales impresos, que podrían ser tocados por muchas personas, es una medida de protección clave", destaca la plataforma.

Travelport, nivel cuatro como agregador en el proyecto NDC

Travelport ha obtenido recientemente la certificación de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) como un agregador de nivel 4 dentro del proyecto New Distribution Capability (NDC). Este nuevo paso le otorga la capacidad de ofrecer propuestas completas, gestión de pedidos y servicio de una reserva NDC, complementando las funciones actuales de anulación de boletos y cancelaciones con nuevas capacidades para modificarlos e intercambiarlos, así como procesar reembolsos.

Para el director comercial de Travel Partners en Travelport, Jason Clarke, esta certificación de IATA "es una parte crucial de la estrategia de contenido de múltiples fuentes de Travelport y es el siguiente paso para reconocer nuestra capacidad NDC". Además, ha querido destacar que la gestión de itinerarios complejos para sus viajeros, incluidos los cambios y las interrupciones, "es



El director comercial, Jason Clarke.

una parte fundamental del papel de nuestros clientes de agencias de viajes", por lo que considera que esta funcionalidad es importante para dar vida a NDC para toda la industria turística.

Por otra parte, cabe destacar que la compañía tecnológica ha establecido una colaboración con las aerolíneas de la tabla NDC de IATA para garantizar su estrategia de contenido de múltiples fuentes. Para ello, están trabajando en un ambiente de producción y con una amplia gama de agencias de viajes, agencias de viajes en línea y compañías de gestión de viajes.

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

Grupo Dit Informa

Es momento de reciclarse, formarse y prepararse para lo que viene

El turismo y en especial el sector de las agencias de viajes ha recibido golpes muy duros en las últimas semanas, golpes que han dejado a muchos proveedores y agencias en una situación económica y moral muy complicada, somos muy conscientes de ello.

DIT Gestión, como grupo líder en agencias de viajes independientes, ha mantenido en todo momento una estrategia muy clara hacia sus asociados, con el objetivo de asesorar y ayudar en lo posible a cada una de sus agencias asociadas, estudiando cada caso y dando una solución particular.

Una vez más, el grupo ha demostrado y ha dado valor a su eslogan "Mucho más que un grupo de gestión, una gran familia", aumentando tanto los horarios de atención hacia sus asociadas como el propio personal del grupo.

La estrategia seguida por el grupo en esta epidemia se divide en dos fases importantes:

Primera fase:

Las primeras semanas desde que la OCU lanzó el mensaje de recomendación para no viajar, el grupo DIT Gestión ha triplicado su departamento legal para poder atender todas las dudas que las propias agencias han tenido sobre las devoluciones y obligaciones de los proveedores, CIAs y Hoteles, así como los derechos y obligaciones de las propias agencias de viajes y sus clientes.

Afortunadamente, todas las consultas de los asociados han sido atendidas y tramitadas por el departamento legal del grupo en tiempo record, dando solución tanto a la agencia de viajes como

tramitando las devoluciones oportunas a sus clientes afectados en cualquier destino. Muchos de los casos aún siguen abiertos y los abogados del grupo tendrán varias semanas de trabajo hasta poder sanear y dar respuesta a cada caso.

Segunda Fase:

Da siempre lo mejor de ti, lo que plantas ahora, lo cosecharás más tarde



El grupo es consciente de que se aproximan semanas complicadas si nos referimos a ventas, algo que desgraciadamente afectará a la mayoría del país y a muchos sectores, pero especialmente al sector del turismo y de las agencias de viajes.

Estamos seguros que una vez pasemos este bache, las ventas de las asociadas se dispararán y nuestro objetivo para entonces será aumentar las formaciones y webinars que impartimos, llegando a triplicar los webinars que semanalmente impartimos.

Para ello, varios de los departamentos técnicos del

grupo están preparando una serie de formaciones que se presentarán durante el mes de Abril, aprovechando un mes que será tranquilo en el sector y preparando a todas las agencias DIT Gestión para estar más fuertes y formadas que nunca cuando todo este bache pase.

Varias de las **formaciones ya preparadas** son:

- Captación de clientes
- Técnicas de Venta
- Diseño de Cartelería
- Campañas en Redes Sociales
- Google DRIVE, herramientas para agilizar el día a día.
- Cómo atender a los clientes de manera correcta
- Servicio post Venta, importancia y características.
- Crear un viaje combinado desde cero, trucos y herramientas.
- SEO, novedades y nuevos algoritmos
- Video-Marketing
- Como realizar una campaña de emails de manera sencilla.
- Cómo gestionar mi agencia de viajes.
- Comparador aéreo Multi-GDS
- Formación Jurídica
- Herramienta "AgenciasDIT" para la comunicación con los clientes
- Facturación.
- Un largo etc.

Que no nos ocurra nada que no estemos preparados para soportar

Nueva Intranet de Haiku Travel

La mayorista, exclusiva para agencias del grupo Dit Gestión, ha presentado su nueva imagen renovada.

Haiku Travel, la mayorista exclusiva de Dit Gestión, ha presentado su nueva Intranet, totalmente adaptada a las últimas tecnologías y ramas informáticas.

Su nuevo diseño, mucho más acorde a las necesidades actuales, hace de la herramienta algo más dinámico y agradable para el agente de viajes

En la intranet de Haiku Travel se encuentran los motores exclusivos para las agencias Dit disponibles:

- Hoteles
- Destinos
- Cruceros
- Ferries
- Vuelo + Hotel
- Destino + Hotel

- Alquiler de coches
- Tickets
- Entradas
- Comparador hotelero
- Comparador aéreo
- Motor aéreo
- Y un largo etc.

Una de las grandes ventajas de esta nueva Intranet, es el apartado 'Archivo' o 'Reservas realizadas', que nos van a indicar situación de la reserva, si está pagada o no, emitirá el bono inmediatamente, así como la factura proforma sin tener que esperar al envío de la factura para la contabilidad, etc.

El sistema de reservas se organiza igualmente en función de los diversos tipos de reservas.

El apartado de utilidades, dispone de un CRM que nos va a permitir tener un historial de los clientes que han realizado reservas, así como una memoria de los presupuestos y un envío automático de los mismos.

En definitiva, nos encontramos con una nueva Intranet, moderna, con los últimos adelantos tecnológicos e informáticos, y con un solo objetivo: Facilitar a las agencias Dit el funcionamiento de su herramienta y facilitar su gestión diaria

Esperemos guste tanto como el resto de herramientas DIT.

“Una nueva Intranet, totalmente adaptada a las nuevas tecnologías y un nuevo diseño mucho más acorde a las necesidades actuales”

The screenshot displays the Haiku Travel Intranet interface. At the top, there is a green header bar with the company logo and navigation icons. Below the header, a horizontal menu contains various service categories: Hoteles, Destinos, Cruceros, Vuelo+Hotel, Vuelos, Coches, Tickets, Entradas, and Ferries. On the left side, a vertical sidebar lists main functions: Motores, Comparar, Reservas, and Utilidades. The main content area is titled 'Hoteles' and features a search form with the following fields: 'Introduce tu destino' (with a search icon), '13 Marzo, 2020' (with a calendar icon), '14 Marzo, 2020' (with a calendar icon), and '1 Hab 2 Adultos 0 Niño' (with a dropdown arrow). A green 'Buscar' button is positioned below the form. To the right of the search form, a promotional banner for 'Tailandia 7 días' is displayed, showing a person standing next to an elephant, with the text 'desde: 46,14 EUR'.

Home

Notifications

User

Motores

Comparar

Reservas

Hoteles

Vuelo+Hotel

Destinos

Coches

Tickets

Ferries

Utilidades

Search

Estado	EstadoPago	Orden	Localizador	Confirmación	Proveedor	Servicio	Cancelación sin coste hasta	Ver	Bono	Proforma
Confirmada	No Pagado			13/03/2020	HOTELBEDS S.L.U B57218372	The Royal National Hotel 05/06/2020 - 07/06/2020	02/06/2020 23:59	Ver		
Confirmada	No Pagado			12/03/2020	W2M	Rio Gran Canaria 18/08/2020 - 23/08/2020	16/08/2020 23:59	Ver		
Cancelada				12/03/2020	Tour10	Oferta Macgregor 25/06/2020 - 29/06/2020	25/05/2020 23:59	Ver		
Confirmada	No Pagado			12/03/2020	W2M	Hotel Operto 31/05/2020 - 02/06/2020	28/05/2020 23:59	Ver		
Cancelada				12/03/2020	Tour10	Oferta Macgregor 25/06/2020 - 29/06/2020	25/05/2020 23:59	Ver		

En el apartado de 'Reservas realizadas' el agente podrá ver el estado de cada reserva, emitir automáticamente el bono, la factura proforma así como la factura final del proveedor.





 Motores

 Comparar

 Reservas

 Utilidades

Cientes

Presupuestos

Envío presupuesto

Lista de presupuestos

Lista de presupuestos guardados por la agencia

Descargar

Enviar

Mostrar

10

 registros

Motor	Nombre	creado
Hoteles	Prueba envío y guardar	05 mar. 2020 11:03
Hoteles	Presup pacoche	28 feb. 2020 10:02
Hoteles	Presupuest pacoche	27 feb. 2020 15:02
Hoteles	pepe	27 feb. 2020 09:02
Hoteles	Presupuesto 1	24 feb. 2020 10:02
Motor	Nombre	creado

Mostrando registros del 1 al 5 de un total de 5 registros

<

1

>

El apartado de utilidades, dispone de un CRM que nos va a permitir tener un historial de los clientes que han realizado reservas, así como una memoria de los presupuestos y un envío automático de los mismos.

TU PUERTA AL MUNDO

Agencia Mayorista

“Somos optimistas y creemos que el sector tendrá una pronta recuperación”

¿Qué es Tu Puerta al Mundo? ¿Y cuándo surge?

Tu Puerta al Mundo es una agencia mayorista de viajes especializada en destinos como Vietnam, Camboya, Laos, Filipinas, Indonesia, Japón, Sri Lanka o safaris en Kenia, entre otros muchos países.

Nuestra marca nació hace aproximadamente dos años, partiendo de la experiencia como minoristas y desde un conocimiento de los pormenores de los servicios que ya los grandes touroperadores comercializaban. Salimos al mercado, entonces, con el empeño de proporcionar un producto diferente y de calidad, que versa en itinerarios más completos en visitas, hoteles de una categoría superior, guías de habla hispana, personal en destino para emergencias y la reserva de vuelos solo con las mejores aerolíneas.

¿Desde cuándo pertenecéis a Dit Gestión? ¿Y cuál es vuestra experiencia en el grupo?

Confiamos en Dit Gestión desde un primer momento. Después de valorar los diferentes grupos de gestión para agencias de viajes tuvimos claro que comenzaríamos a trabajar con ellos, comprobando en el desarrollo del trabajo diario el acierto de nuestra elección y las virtudes que esta plataforma ofrece. Si hemos de referirnos a alguna de éstas, podemos enunciar la buena operativa interna online (intranet propia, que nos facilita y proporciona toda la información, los accesos y las últimas novedades de todos los touroperadores) o el útil programa de contabilidad (DitConta).

¿Qué producto ofrecéis? ¿Cómo lo ofrecéis?

En Tu Puerta al Mundo tenemos claro que el conocimiento de primera mano de los diferentes destinos que comercializamos es parte de la clave del éxito. Nuestro equipo, con anterioridad a la programación definitiva de un itinerario concreto, viaja a los diferentes países que forman parte de nuestro catálogo para conocer los hoteles, los guías y todos los servicios. A partir de esta aproximación a la realidad de los destinos es cómo ofrecemos un servicio de calidad, disponiendo de la última y más renovada información, y a partir del ofrecimiento de la misma a las agencias minoristas, encargadas siempre del contacto en última instancia con el cliente.

Tu Puerta al Mundo dispone de catálogo físico propio, de una pequeña red comercial en diferentes comunidades (Andalucía, Galicia, Asturias, Madrid, Cataluña y Castilla y León) y además entrega jun-

to con la documentación de viaje unos fantásticos y cuidados obsequios para el cliente: mochila de viaje, maleta de cabina para determinados viajes, identificadores de equipaje, guía de viaje del país de destino de la editorial Anaya Touring y portadocumentos exclusivo.

La calidad de nuestros servicios no va reñida con el tamaño de nuestra empresa o con nuestra juventud, sino todo lo contrario. Esto nos aporta un mayor margen de actuación y una libertad diferente con respecto a los grandes touroperadores y nos garantiza poder ofrecer los mejores precios con los más sobresalientes servicios. Es gracias a nuestra experiencia como minoristas por lo que procuramos ajustar al máximo el precio de venta al público y además ofrecer una alta comisión para las agencias de viajes.

Para tranquilidad de los clientes y de las agencias de viajes minoristas disponemos además de un teléfono de emergencias las 24 horas del día. Nuestro compromiso con las agencias de viajes minoristas va más allá de unos competitivos precios: la reserva de nuestros servicios es exclusiva para agencias de viajes, no pudiendo en ningún momento el cliente final acceder a la compra del viaje desde nuestra web, teléfono o email.

Además ofrecemos una ayuda comercial completa a las agencias minoristas: promoción en ferias de novios, envío de nuestro catálogo físico, teléfono de booking con profesionales que podrán resolver las dudas en el acto, entrega de presupuestos vía email en menos de 24 horas y visita de nuestros delegados comerciales para explicar las últimas novedades.

¿El entorno online es importante para vosotros?

El cuidado por el detalle para nosotros es igual de relevante tanto en el ámbito de lo físico (catálogo de viajes, obsequios para los clientes, etc) como en el entorno online.

Disponemos de una completa y actualizada web (www.tupuertaalmundo.com) con toda la información de nuestros itinerarios, hoteles, excursiones opcionales y seguros de viaje. Nuestra web es de libre acceso para que tanto los agentes de viajes como los clientes puedan consultar cualquier tipo de información; pero recordad, siempre que los clientes quieran reservar, tendrán que acudir a vosotros, los agentes.

Para ofrecer un mejor servicio ponemos a dispo-

sición de las agencias la solicitud de presupuestos para itinerarios de autor o personalizados, donde vuestros clientes solo tendrán que comunicaros los lugares que quieren visitar y nosotros nos encargaremos del resto. Estos viajes se realizarán siempre de manera privada (guía de habla hispana y los traslados exclusivos para estos clientes).

¿Cómo veis el futuro del sector?

Sabemos que la coyuntura puede anunciar malos tiempos. Sin embargo, desde Tu Puerta al Mundo somos optimistas y creemos que el sector tendrá una pronta recuperación. En nuestra esencia está el espíritu de promoción y crecimiento, y por eso confiamos en que todos juntos volveremos a los niveles de mercado previos a la crisis del COVID-19, poniéndonos en este sentido a vuestra disposición. La recuperación se augura exponencial y es nuestra responsabilidad estar a la altura y proporcionaros lo más competitivo y adecuado para vuestros clientes. Tu Puerta al Mundo estará a vuestro lado.



MOSTRADOR

Las grandes cruceristas suspenden su operativa de cruceros con motivo de la crisis del coronavirus

La rápida propagación del virus y el aumento de las advertencias y restricciones les ha llevado a tomar esta decisión

Debido a las circunstancias extraordinarias a las que el mundo se enfrenta actualmente en relación a la pandemia provocada por el virus Covid-19, las grandes compañías

de cruceros han tomado la difícil decisión de detener temporalmente sus embarques de cruceros. Esta medida se ha tomado debido a la rápida propagación del coro-

navirus y el aumento de las advertencias y restricciones gubernamentales en todo el mundo que prohíben la salida o el regreso de los clientes a sus países de origen.

La situación de total incertidumbre provocada por la actual crisis sanitaria, ha llevado a tomar difíciles decisiones. Una de ellas, la han protagonizado las grandes compañías de cruceros, quienes tras mucho meditarlo han concluido que lo mejor es suspender su operativa de cruceros. La rápida extensión del coronavirus que ya afecta a nivel mundial y las cada vez más restrictivas medidas de los gobiernos han sido dos de los motivos clave que han reforzado esta decisión.

El viernes 13 de marzo, la italiana Costa Cruceros anunció que suspendía voluntariamente todos sus viajes en el mundo hasta el 3 de abril, como medida de precaución ante la expansión del virus. Los cruceros que estaban en curso terminarían su itinerario solo para permitir a los clientes desembarcar y regresar a sus casas. La compañía de cruceros se ha comprometido a reembolsar los billetes a los pasajeros afectados.

Ese mismo día, también MSC Cruceros informaba que "debido a las circunstancias extraordinarias a las que el mundo se enfrenta actualmente en relación con el virus Covid-19, MSC Cruceros ha tomado la difícil decisión de detener temporalmente todos sus embarques de cruceros nuevos en los Estados Unidos, durante 45 días hasta el 30



Estas compañías ofrecen un reembolso del 100% del precio a los pasajeros afectados por la decisión.

de abril". Además, explicaban que "la decisión de MSC Cruceros tiene como objetivo reflejar y apoyar aún más la efectividad de los esfuerzos llevados a cabo por los gobiernos". Asimismo, ofrece a los pasajeros afectados por esta decisión la oportunidad de transferir el 100% del dinero pagado por sus vacaciones canceladas más un beneficio de crédito generoso adicional a un futuro crucero de su elección en cualquier momento hasta el final de 2021.

En la misma línea, Celestyal Cruises, el principal operador de cruceros de origen griego, suspendió temporalmente las salidas de sus cruceros hasta el 1 de mayo de 2020. "A día de hoy nos enfrentamos a una situación desconocida, extraordinaria, impredecible y en constante cambio que, como resultado, está provocando importantes trastornos en los viajes", explicaban desde Celestyal. La naviera garantiza que "a todos nuestros

clientes afectados por esta suspensión temporal, que hayan pagado el 100% de su crucero, les ofreceremos la opción de un crédito para un futuro crucero valorado en el 120% del valor original de la reserva o un reembolso de la cantidad pagada".

También Norwegian Cruise Line Holdings Ltd., una de las compañías de cruceros líder a nivel mundial que opera las marcas Norwegian Cruise Line, Oceania Cruises y Regent Seven Seas Cruises,

se sumaba a esta suspensión voluntaria de todos sus viajes con salidas a partir del 13 de marzo y hasta el 11 de abril del 2020 para sus tres marcas. "La seguridad y el bienestar de nuestros viajeros y la tripulación es nuestra máxima prioridad", ha explicado Frank Del Rio, presidente y director ejecutivo de Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. Todos los viajeros que se hayan visto afectados por esta situación recibirán un reembolso del 125% de la tarifa pagada en forma de crédito, que podrá ser utilizado para viajes con salidas hasta el 31 de diciembre de 2022.

Por último, Pullmantur Cruceros también se unía a esta suspensión. La compañía de cruceros espera volver a operar el próximo 2 de mayo de 2020. Pullmantur ha asegurado que se pondrá en contacto con los clientes que tuvieran contratado un crucero para este periodo con el fin de explicarles las diferentes opciones que les ofrecerá. La naviera confía "en que esta medida contribuya a contener la expansión del virus covid-19 y espera volver a la normalidad a la mayor brevedad posible".

✉ www.costacruceros.es
www.msccruceros.es
www.celestyalcruises.es
www.ncl.com/es
www.pullmantur.es

La empresa española Outfinders revoluciona el Turismo de la sierra madrileña gracias a la gamificación

Outfinders cuenta con un 'escape room' portátil y además, realiza actividades de 'team building' para empresas

Outfinders, empresa española especializada en técnicas de gamificación, ha revolucionado el turismo de la zona de la sierra madrileña, gracias a diferentes iniciativas basadas en el juego para atraer un mayor número de visitantes a la zona. Esta empresa, que nació en 2017, ha sido pionera en utilizar técnicas de gamificación para impulsar el Turismo en la sierra de Madrid, poniendo en marcha actividades únicas a nivel nacional.

La compañía ha creado el primer *street escape* permanente en España. 'El Código de los Mendoza' es un *escape room* Exterior que se desarrolla por toda la geografía de Manzanares el Real, en el que se

anima a los participantes a buscar el elixir de la eterna juventud y para así impedir la destrucción de la humanidad, mientras recorren los lugares más emblemáticos de la zona. Con este juego, del que ha sido pionero en territorio español, Outfinders ha creado una nueva forma de entender el Turismo gracias a la gamificación, logrando que los visitantes conozcan los puntos más importantes de la urbe.

Otras de las experiencias que ha diseñado Outfinders es 'El Oro del Gran Capitán', *escape room* portátil que da la posibilidad de vivir una experiencia *escape* sin necesidad de desplazamientos. Los *escape room* a domicilio son ideales para

actividades de *team building* en empresas, centros educativos, fiestas de cumpleaños, celebraciones y despedidas de soltero/a. En este caso, los participantes tendrán que encontrar el tesoro que escondió el Gran Capitán, Gonzalo Fernández de Córdoba, para evitar que el ejército francés se hiciera con él.

Además, Outfinders realiza proyectos *ad hoc* destinados a empresas para llevar a cabo acciones de *team building* a través del juego. Estos proyectos, que tienen como objetivo fomentar el trabajo en equipo, la comunicación, la planificación, la toma de decisiones y la gestión del tiempo de los propios empleados, se realizan a medida en



Ha utilizado la gamificación para impulsar el Turismo en la sierra de Madrid.

función de las necesidades y características de cada empresa, además se entregan "llave en mano".

"La gamificación es una herramienta imprescindible hoy en día para ser memorable en el sector tu-

rístico, ya que los viajeros reciben millones de impactos cada día y es complicado fijarse en la mente del consumidor", comenta el fundador de Outfinders, Enrique Arias.

✉ www.outfinders.com

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

Rebajas de hasta un 20% en Guama para agentes de viajes

Guama ofrece un gran descuento de hasta un 20% sobre la tarifa de los folletos para los agentes de viajes y sus acompañantes. Estas rebajas son válidas principalmente para la programa-

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

ción de los folletos de Cuba América. Para acceder a más información, contactar con su departamento de ventas en Madrid a través de sus dos teléfonos: 91 7823 787 y 91 564 162.

■ FAM TRIP



Conocerán la oferta congresual de la ciudad-estado.

'Fam trip' de Fomento en Ceuta

La Consejería de Fomento y Turismo de Ceuta, con Servicios Turísticos, ha organizado un viaje de familiarización para que responsables de la empresa Key DM, especializada en la organización de convenciones y congresos, conocieran la oferta de Ceuta para acoger todo tipo de reuniones y eventos.

Trasmediterránea espera incorporar un nuevo barco durante el mes de junio

Este lanzamiento podría verse retrasado debido al impacto del coronavirus

Armas Trasmediterránea continúa desarrollando el plan de inversión que ya inició en el año 2016, con el cual establece un proceso de renovación y modernización de su amplia flota. De hecho, cabe recordar que a lo largo del 2019, la crucerista ya introdujo en su flota dos nuevas embarcaciones, que son el 'Volcán de Tagoro' y el 'Villa de Teror', que han supuesto una inversión de alrededor de 130 millones de euros en total.



En 2021 incorporarán un gemelo del 'Volcán de Tagoro'.

Posible retraso

Mirando al futuro, en los planes de la naviera para este año se encuentra la incorporación de la embarcación de nueva construcción 'Ciudad de Valencia', un buque fabricado en los astilleros italianos de Vissentini y que se espera que se una en junio de este mismo año a la flota de la compañía mediante un contrato de Time Charter a largo plazo. En este sentido, el parón de las operaciones a causa de la propagación del covid-19 y el impacto económico que causará en un gran número

de sectores, podría provocar que la crucerista se vea obligada a retrasar los plazos de lanzamiento.

Por otra parte, cuando la embarcación ya se encuentre operativa, será la elegida para sustituir alguna de las unidades de mayor antigüedad de Trasmediterránea, operando en una de las líneas principales de las islas Baleares, la línea nocturna entre Valencia y Palma, incrementando sensiblemente la oferta de bodega, con

2.564 metros lineales de carga y capacidad para 1.000 pasajeros.

Del mismo modo, en 2021 está previsto incorporar un gemelo al 'Volcán de Tagoro', el cual se encuentra en construcción, que supondrá una inversión adicional de 70 millones de euros, acometida con una estructura de financiación fuera del perímetro del grupo, para lo cual ha contado con el asesoramiento de Alantra.

✉ www.trasmediterranea.es

Especialistas en Agencias de Viajes

Asesoría Turística

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



Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

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

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

Barceló Bávaro Palace ofrece una amplia oferta para disfrutar de unas vacaciones en familia

Se trata de un hotel plagado de entretenimiento que ofrece un gran número de alternativas fuera de la digitalización

Barceló Bávaro Palace apuesta por el entretenimiento, el ocio y el deporte para combatir la rutina digital que mantenemos durante nuestro día a día. Por ello, dispone de

un gran número de propuestas para toda la familia pero especialmente para el gremio adolescente. Los jóvenes podrán disfrutar de un gran número de actividades, zonas

de ocio, y más de diez instalaciones deportivas con hasta ocho tipo de deporte diferentes. También dispondrán de una zona de *spa*, y una discoteca adaptada para ellos.

Barceló Bávaro Palace propone una amplia gama de opciones de entretenimiento para los viajes en familia. El objetivo de este establecimiento es alejar a los niños y adolescentes de la digitalización en la que se encuentran inmersos en su día a día para permitirles disfrutar de otras divertidas alternativas. Tanto es así que acaba de obtener el premio 'Nobel Beach Prize' del turoperador Cheap Caribbean.

En primer lugar, dispone de una gran variedad de restaurantes para aquellas personas que tengan dificultades a la hora de encontrar una comida que esté a su gusto. El hotel ofrece hasta 16 restaurantes (seis bufés tematizados y 10 de especialidades a la carta), y los 16 bares, característicos del Barceló Bávaro Grand Resort. Además, para los más curiosos, y que les guste el misterio, seguro que disfrutaron jugando en el 'Escape

Room' que pone a disposición de sus clientes el complejo dominicano. Se trata de una experiencia que se lleva a cabo en una especie de templo tematizado formado por dos habitaciones. En él un máximo de 10 personas por sala se sumergen en una misteriosa aventura repleta de enigmas, pistas y acertijos por descubrir. Los usuarios disponen de un tiempo límite de 60 minutos y tienen la posibilidad de intentar resolver los enigmas en familia.

Ocio y deporte

Por otra parte, el establecimiento busca también exprimir al máximo el sentimiento competitivo de los adolescentes. Para ello, pone a su disposición un conjunto de actividades muy divertidas como una partida de bolos en el Bowling Center del *resort*; un recorrido en el minigolf o, en función de la edad,

en su campo de golf de hasta 18 hoyos; o una competición de billar en su Sportbar, abierto las 24 horas.

Cabe destacar también que el complejo tiene cuatro piscinas, que también se encuentran dentro de cualquiera de sus dos parques acuáticos. Y si, por el contrario, para los jóvenes que ya empiecen a sentirse fiesteros, Barceló Bávaro Palace también dispone de la discoteca para adolescentes The Xone. Allí podrá bailar al ritmo de los éxitos más de moda entre los jóvenes, y sentir la independencia que necesita en un ambiente muy reconfortante, y sin alcohol.

Por último, los más deportistas podrán hacer ejercicio mientras hacen lo que le gusta en alguna de las múltiples instalaciones deportivas entre las que se encuentran un campo de fútbol profesional, un campo de béisbol semi profesional, cuatro canchas de tenis, dos pistas



Han recibido el premio 'Nobel Beach Prize' de Cheap Caribbean.

de padel, dos pistas polideportivas, un gimnasio con área de *spinning* y aeróbicos, mesas de ping pong y actividades de vóleybol en la playa y waterpolo, entre muchas otras.

Y para relajarse, podrán acudir al *spa*, con tratamientos especiales para adolescentes de hasta 16 años,

y más de 5.000 metros cuadrados, en el que los mayores podrán acudir igualmente eligiendo uno de los más de 100 tratamientos de belleza que ofrece. El precio por habitación ronda los 253 euros, en habitación doble con desayuno incluido.

✉ www.barcelo.com

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

CONEXO



PVP: 18€

Solicite su ejemplar: suscripciones@nexotur.com

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

La inversión hotelera en España alcanzó los 2.375 millones de euros el año pasado

El precio medio por habitación transaccionada volvió a incrementarse durante el pasado año

Christie & Co, consultora especializada en el Sector Hotelero, ha publicado su nuevo análisis de inversión hotelera correspondiente

a 2019, un año marcado por la escasa oferta de carteras hoteleras y cambios tanto en el origen del capital como en la tipología de activos

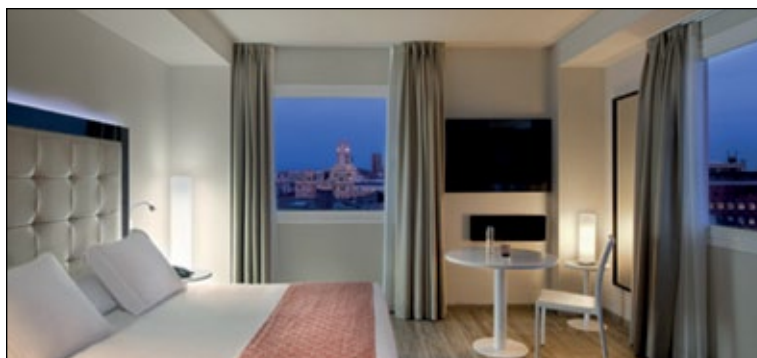
transaccionados. La inversión en destinos vacacionales se ha estabilizado, incrementándose el interés por los destinos urbanos.

Christie & Co, consultora internacional especializada en el Sector Hotelero, ha publicado su nuevo análisis de inversión hotelera correspondiente a 2019, un año marcado por la escasa oferta de carteras hoteleras y cambios tanto en el origen del capital como en la tipología de activos transaccionados.

La inversión en destinos vacacionales se ha estabilizado, incrementándose considerablemente el interés por los destinos urbanos. Tras el avance del citado informe el pasado 23 de enero en el marco de Fitur junto a la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid, Christie & Co publica ahora su informe completo, en el que ofrece un análisis detallado de la inversión hotelera en España en el año 2019. De acuerdo con los datos de que dispone Christie & Co, la cifra total de inversión

hotelera en España en 2019 fue de 2.375 millones de euros, casi la mitad de lo que se invirtió en 2018, y se transaccionaron un total de 114 activos (por debajo de los 223 registrados en 2018). Esta disminución de la actividad transaccional se explica, entre otros motivos, por el efecto comparativo que supone la compra de Hispania por parte de Blackstone en 2018 (1.900 millones de euros).

A pesar de la disminución del volumen de inversión, el precio medio por habitación transaccionada volvió a incrementarse en 2019, alcanzando los 142.000 euros (128.000 euros en 2018), gracias principalmente a la elevada liquidez disponible en el mercado, la fuerte demanda inversora, la evolución positiva de los principales resultados hoteleros y la continuada compresión de las *yields*.



El interés en los destinos urbanos ha aumentado.

El sector vacacional fue el más perjudicado, registrando un volumen total de inversión del 41%, lo que supuso un cambio significativo con respecto al año anterior (64%). Los principales motivos fueron la recuperación del Sector en países del Norte de África y en otros países del Mediterráneo, la

evolución de Brexit, lo acontecido con Thomas Cook, la crisis de algunas aerolíneas y la ausencia de grandes transacciones de portfolio. Los destinos urbanos, por su parte, pasaron de representar el 36% del volumen total en 2018 al 59% en 2019, favorecidos por el incremento del interés en activos tipo *core*.

El Turismo 'adults only' se consolida en nuestro país con un incremento del 40%

Las tres regiones en las que más triunfa esta categoría son Madrid, seguido de Andalucía y Asturias

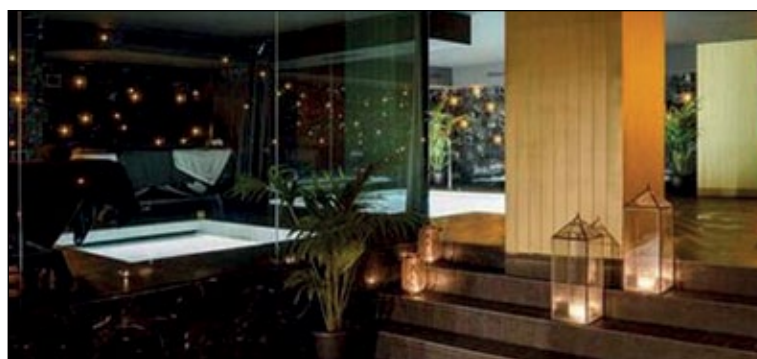
Las vacaciones 'adults only' llegaron para quedarse. La tendencia de querer pasar un fin de semana en el que los protagonistas son el absoluto relax y la desconexión completa ha impulsado el crecimiento de las reservas en este tipo de alojamiento un 40% en tan solo un año, según datos del portal de escapadas temáticas Weekendsk.es. Este aumento pone de manifiesto que los españoles están cada vez más decididos que sus escapadas de fin de semana tengan como valor diferencial la tranquilidad en un ambiente diseñado y pensado "solo para adultos".

En España, las tres regiones en las que triunfa la categoría 'adults only' son Madrid, posicionándose como el destino preferido, seguido de Andalucía y Asturias. Es especialmente destacable que en el último año algunas comunidades han ganado terreno en esta categoría, como es el caso de Castilla-La Mancha, Navarra y Galicia, donde los planes que ofrecen un fin de semana sin niños se han colado entre los más demandados. Los españoles que más disfrutan y más

se interesan por este tipo de viajes son los madrileños, acaparando el 33% de las reservas. Le siguen los andaluces (16%) y los castellano-leoneses (8%).

¿Una escapada 'adults only'?

Weekendsk.es explica cómo es un hotel solo para adultos por dentro. Se trata de escapadas que reúnen una serie de actividades y experiencias en un entorno tranquilo, bien sea en la ciudad o en enclaves naturales, lejos de las grandes urbes, creando el ambiente perfecto para romper con la rutina y el estrés del trabajo en la mejor compañía. Este tipo de alojamiento está especializado en atender las necesidades de las parejas pensando en los más mínimos detalles: desde el confort de la habitación, pasando por las zonas de esparcimiento y relax hasta la oferta gastronómica pensada en los paladares que buscan algo diferentes. Además, un valor diferencial de esta tipología de escapadas es que, por lo general, tienen un carácter picante y romántico, con opciones como paquetes con Lovebox en la



Las combinaciones que más demandas son las que incluyen planes gastronómicos.

habitación para desatar la pasión, o planes con jacuzzi privado en pareja y cena romántica a la luz de las velas con fresas y cava.

Las combinaciones que más se demandan dentro de esta selección son las que incluyen planes gastronómicos con los que completar el fin de semana, acaparando el 36% del total de las reservas. Hay quienes buscan una experiencia más inmersiva y que involucre todos los sentidos, por eso no dudan en apostar por packs gastronómicos con tratamientos *wellness* en spas o balnearios, opción que suma el 30% de las ventas totales.

En cuanto al dinero que se invierte, de acuerdo a los datos de Weekendsk los españoles gastan de media de 193 euros en los planes 'adults only' de fin de semana, en los que se incluye, además del alojamiento en un establecimiento diseñado para el público adulto, experiencias y actividades como las mencionadas anteriormente. Un dato llamativo es que es que el 40% de este tipo de escapadas se reservan en un plazo máximo de seis días antes del viaje, lo que demuestra que muchas veces estos planes se buscan como una vía de escape tras una semana de estrés.

■ PRODUCTO

El hotel ME Dubái, el nuevo proyecto más ambicioso de Meliá

Dubái, la ciudad que presume de acoger algunos de los hoteles más lujosos del mundo, se prepara para recibir uno de los proyectos más esperados de estos años, obra póstuma de Zaha Hadid: el ME Dubái, la nueva joya de Meliá Hotels International en el segmento de lujo. Para Meliá, se trata de la apertura más significativa de 2020, un proyecto que no ha estado exento de dificultades, pero que finalmente se ha puesto en marcha el 1 de marzo. Se ubica en el edificio 'The Opus by Omniyat', que está ubicado en el corazón del distrito Burj Khalifa y que forma parte ya del *skyline* de Dubái.

Pacha presenta su primer hotel 'boutique' en la isla de Formentera

A partir del 1 de junio de 2020, Formentera dará la bienvenida al nuevo hotel de Grupo Pacha para los amantes del lujo relajado y el diseño mediterráneo más sofisticado, Casa Formentera. Este nuevo proyecto liderado por la marca de las icónicas cerezas abre las puertas de su nueva casa en una de las playas más fotografiadas del mundo, Playa Mitjorn. Con un diseño contemporáneo, Casa Formentera se inspira en los tonos neutros de la isla, donde el blanco y los colores tierra son los protagonistas. Espacios diáfanos, con suelos pulidos, maderas naturales, linos, plantas tropicales y cerámicas de inspiración africana con biombo de ratán.

Grupo Piñero innova y utiliza energía 100% eléctrica en sus hoteles

El Grupo Piñero, compañía turística española con más de 40 años de historia, se ha sumado a la celebración del Día Mundial de la Eficiencia Energética (5 de marzo) haciendo públicos sus últimos avances en cuanto al uso responsable y racional de la energía. En este sentido, destaca el hecho de que la compañía abastece todos sus establecimientos hoteleros en España con energía eléctrica 100% de origen renovable. Una medida que Grupo Piñero puso en marcha el pasado año 2019 de la mano de su *partner* energético Enovam, y que supondrá que durante este año 2020 se dejen de emitir 6.658 toneladas de CO2 a la atmósfera.

La ocupación en Madrid se desploma y no supera el 15% por la crisis del Covid-19

La AEHM pide al Ayuntamiento y la Comunidad un paquete de medidas que ayude al sector hotelero

La Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) ha informado recientemente que la crisis por el enorme impacto del

Covid-19 está provocando efectos realmente graves en el sector hotelero ya que la ocupación se está desplomando considerablemente

y no supera el 15% durante este mes de marzo. Desde el sector reclaman al Gobierno medidas para paliar los efectos.

La crisis provocada por el coronavirus está provocando graves daños dentro del sector hotelero de Madrid. Según los últimos datos que maneja la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), la ocupación de los establecimientos hoteleros de Madrid se ha desplomado y no supera de media el 15%.

Como consecuencia de la anulación y la cancelación de reservas, congresos y actividades similares, la asociación alerta también de que ya existe una pérdida de empleos en el sector que se incrementará a medida que continúe decreciendo la actividad turística en Madrid y la crisis sanitaria siga agudizándose. Según las últimas cifras, los viajeros internacionales cancelan a un mayor ritmo que los nacionales.

El sector hotelero de Madrid es uno de los motores de la región y genera casi 15.000 empleos. Por ello, y para hacer frente a las consecuencias que puede tener el virus para el Sector, el presidente Gabriel García Alonso y la secretaria general de la Asociación, Mar de Miguel, han mantenido diferentes

encuentros con representantes del Ayuntamiento y el Gobierno de la Comunidad de Madrid, en las que ha compartido algunas de las medidas, principalmente fiscales y económicas, que los hoteleros madrileños consideran que pueden paliar los efectos de la crisis.

Esperan soluciones

No obstante, desde la AEHM esperan que no solo el Ayuntamiento y la Comunidad sino también el Gobierno anuncien pronto un paquete de medidas que abarquen distintos ámbitos y que ayuden a mitigar los graves efectos que está causando en el sector esta crisis sanitaria.

"Confiamos en que tanto el Gobierno, como la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento tomen en consideración nuestras peticiones y esperamos expectantes las medidas" ha señalado recientemente el presidente de la AEHM. Además, ha destacado que en estos momentos "la situación es extremadamente grave y, por ello, nos ponemos a la disposición del



El sector hotelero de Madrid es uno de los grandes motores de la región.

Gobierno y del resto de las Administraciones para trabajar juntos".

Según algunos datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el número de viajeros alojados en hoteles madrileños

ha ido creciendo desde el pasado año 2013. A finales de 2019 se contabilizaron aproximadamente 900.000 personas y en el presente año estaba previsto un incremento de 50.000 personas.

La reciente noticia de la suspensión de las Fallas pone en alerta al sector hotelero

Reclaman detalles concretos, así como medidas paliativas y compensatorias

La patronal hotelera valenciana, Hosbec, señala que la decisión tomada a última hora del martes, "a apenas a cinco días del comienzo de las fallas, ha supuesto un duro golpe para el sector del Turismo y el ocio valenciano, que sin duda llevará consigo un importante efecto económico sobre la ciudad".

El Sector Turístico manifiesta su "sorpresa", no tanto por la decisión de suspensión, que era algo relativamente esperado, sino por "el cambio de criterio en pocas horas y el hecho de anunciarse un aplazamiento y no una cancelación definitiva, lo que provoca aún más incertidumbre". Sobre la mesa está ahora mismo qué se puede hacer con las políticas de cancelación, la respuesta a clientes y a aseguradoras de viajes, los acuerdos con operadores o los contratos con proveedores y trabajadores. La reclamación a las autoridades está relacionada con un posible aplazamiento, solicitando que "si las Fallas se van a celebrar en otra fecha, lo anuncien lo antes posible".

Conscientes de la situación

Aunque desde la patronal han dejado totalmente claro desde el



Se retiran los ninots de las Fallas 2020.

primer momento que entienden y apoyan la necesidad de anteponer la seguridad de las personas a la continuidad de las celebraciones de las fiestas, también reclaman la emisión de una batería de propuestas que sean "capaces de mitigar los daños colaterales que para miles de personas y empresas de la ciudad tendrá esta dura propuesta de trasladar las fallas sin fecha definitiva".

"Desde el apoyo a las Administraciones públicas locales y

autónomas en estos momentos muy difíciles, solicitamos al mismo tiempo responsabilidad y decisión para tomar, en el más breve plazo de tiempo posible, estos planes de medidas destinadas a paliar y combatir el importante impacto negativo que provocará esta decisión no solo en la industria hotelera y turística, sino también en la propia ciudad y en el colectivo fallero". Así concluye el comunicado emitido recientemente por Hosbec.

Los hoteles de Torremolinos, en contra de la tasa turística

Los establecimientos asociados a la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos) de Torremolinos, se muestran en contra de las declaraciones realizadas por la primera teniente de alcalde de Torremolinos, Maribel Tocón.

"La idea de establecer una tasa turística en el municipio nos contraria, ya que no hablamos de tasa, si no de impuesto", apuntan desde la vicepresidencia de Aehcos por Torremolinos. Así, señalan que los establecimientos hoteleros ya están pagando una tasa por todos los clientes que reciben. "Pagamos el IBI por cada una de nuestras habitaciones, con un porcentaje más elevado que el resto de vecinos del municipio. Un vecino tiene un índice sobre su valor catastral del 0,75%, mientras un hotel tiene un índice del 1,055%", informan desde la asociación".

Asimismo, la tasa de basura que pagan los establecimientos hoteleros también es mas alta que la del resto de vecinos, y es pagada por el total de plazas que tiene el establecimiento. Estén vacías u ocupadas.

PRODUCTO

Barceló Hotel estrena un nuevo hotel en la Diagonal de Barcelona

Barceló Hotel Group acaba de abrir las puertas del Occidental Diagonal 414, su cuarto hotel en la Ciudad Condal, con el que consolida su presencia en la capital catalana con una oferta de cerca de 900 habitaciones. El establecimiento, incorporado bajo régimen de alquiler, es un hotel *boutique* de diseño de cuatro estrellas y 100 habitaciones, que destaca por su excepcional ubicación. Se caracteriza por sus habitaciones y *suites*, algunas de ellas con vistas a la Casa de les Punxes y a la Avenida Diagonal y también por su amplia terraza *rooftop* con solárium y vistas al *skyline* de Barcelona. Cuenta con un gimnasio abierto las 24 horas, *parking* privado y tres salas de reuniones para eventos de hasta 80 personas.

El Parador de Jaén reabre sus puertas tras una fase de reforma

El pasado 1 de marzo, el Parador de Jaén ha reabierto sus puertas al público. La vuelta a la actividad del establecimiento hotelero ha generado una gran expectación, pues todas sus habitaciones estuvieron ocupadas el día de la reapertura y la previsión de ocupación supera el 90% durante esta primera semana de funcionamiento. La oferta de lanzamiento, vigente hasta el próximo 31 de agosto, es de 115 euros por habitación doble con desayuno incluido. Las obras del Parador de Jaén comenzaron en noviembre de 2018 y han finalizado en enero de este año. El Consejo de Administración de Paradores adjudicó la reforma, mediante concurso público, a la empresa Acciona Infraestructuras S.A por un importe de alrededor de 3.300.000 euros.

Hosteleo y Linkers, nuevos colaboradores de empleo de la AEDH

La Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH) y el Grupo Linkers, con sus marcas Hosteleo y Linkers, han llegado a un acuerdo de colaboración. De esta manera, el portal especializado en ofertas laborales del sector de la hostelería, junto al portal de formación, compartirán sinergias para fomentar el desarrollo del Sector en materia de empleabilidad y formación a los directores de hotel. Gracias al acuerdo, los asociados de la AEDH podrán contar con asesoramiento gratuito en materia de empleabilidad, recolocación y definición de puntos de mejora de su perfil profesional. De igual forma, se comunicará las ofertas de trabajo de dirección de hotel presentes en hosteleo.com.

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 91-54221241
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 Diputacion, 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 ARONA	☎ 922-715353 Fax 922-719131
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	☎ 902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	☎ 902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	☎ 922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av, Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	☎ 93-6801600 Fax 93-6800944
HOTUSA-EUROSTARS 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

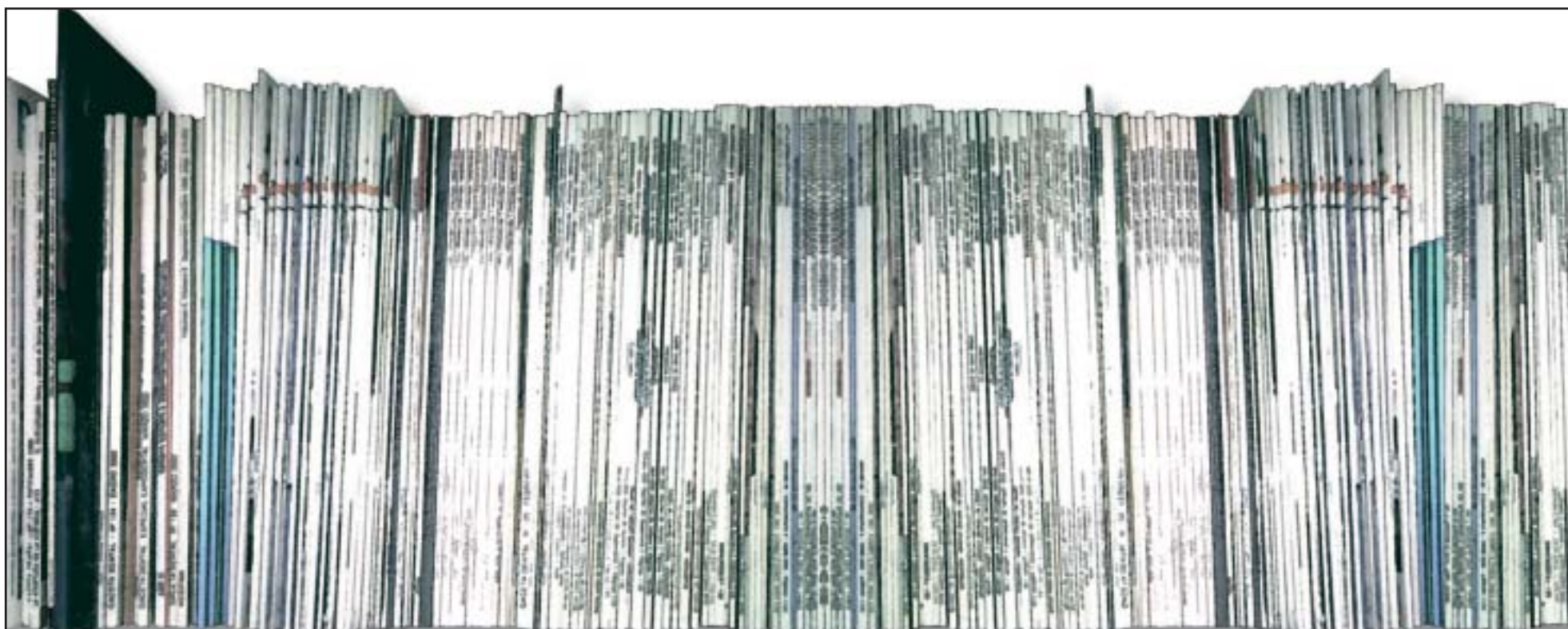
☎ 91 369 41 00

📠 91 369 18 39

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL BOOKING

Solicite condiciones en el Departamento de Publicidad

NEXOTUR



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)

Aeroflot presenta una nueva versión de su página en formato compatible

La nueva versión *responsive* de Aeroflot mantiene, con nuevos diseño y estructura, la información sobre la compañía, sus servicios y sus vuelos desde Rusia y ofrece un correcto sistema de reservas *online* de sus vuelos y los de sus asociados.



www.aeroflot.ru

Aeroflot presenta una nueva versión de su página —compatible para cualquier tipo de terminal y con modificaciones en el diseño de sus pantallas—, que mantiene la información sobre la compañía y sus servicios aéreos desde Rusia, así como un sencillo sistema de reservas (no disponible para agencias), en el que no incluye la gestión de coches de alquiler que había en la versión anteriormente analizada. El sistema permite seleccionar varios países e idiomas, entre ellos España y el castellano, aunque para cualquier país permite seleccionar cualquiera de los idiomas.

INFORMACIÓN

Con una nueva estructura de accesos, mantiene la posibilidad de consultar sus vuelos seleccionando un destino en un mapa activo o por origen y destino, solicitar los horarios por trayecto y consultar la situación de un vuelo en curso. También ofrece alguna información sobre su flota.

RESERVA

Ofrece un completo sistema de reservas —no disponible para las agencias— de sus vuelos y los de otras compañías que ofrecía en la versión anterior, con opción multidesino, que sigue sin gestión de alojamientos, aunque ha vuelto a incluir el alquiler de vehículos.

GENERAL

Incluye alguna información sobre la empresa, un área de ayuda al viajero y otras de información sobre sus programas de fidelización, a las agencias de viajes, otra dedicada a los clientes corporativos y a su programa específico de fidelización y su acuerdo de asistencia.

▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso

Sigue siendo una página amigable y ahora *responsive* con un sencillo acceso a su información y fácil gestión de reservas.

▼ Lo Peor / Gestión Agencias

Dedica información a las agencias de viajes, pero siguen sin poder gestionar en ella sus reservas.

AEROFLOT / Línea aérea

Ponderación de los Valores

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

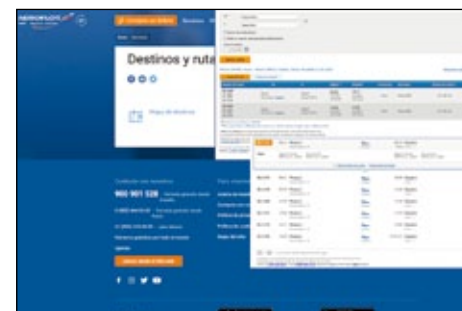
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva web de Aeroflot, disponible desde cualquier tipo de terminal, mantiene la información de la empresa y sus servicios y la gestión de sus vuelos y los de otras compañías, pero sigue siendo de poco interés para las agencias a las que no permite la gestión de sus reservas.

6,9



Entrada / Ofrece, en formato *responsive*, el acceso a todas sus áreas de información, la primera pantalla de reserva y noticias.



Producto / Permite consultar sus vuelos por trayecto y fecha, y el mapa de sus rutas, pero ahora no presenta la descripción de su flota.



Reserva / Mantiene un completo sistema de reservas de vuelos propios y de sus socios, pero no está disponible para las agencias.

La página del Grupo Chapín incluye un área para clientes y pago 'online'

El Grupo Chapín presenta una nueva versión de su web con pocos cambios en su diseño y contenido, y que para reservar ofrece únicamente un formulario, pero ha incluido un nueva área para clientes y la posibilidad de realizar el pago *online*.



www.grupochapin.com

El Grupo Chapín ofrece una nueva versión de su web en la que informa, con versiones en castellano e inglés, sobre la empresa, las características de los servicios discrecionales que ofrece incluyendo una descripción general de sus tipos de servicio, sin ninguna información sobre sus tarifas, y fotos y características de su flota de transportes, mientras para la gestión de reservas solo ofrece sus formas de contacto y un formulario para la solicitud de presupuestos. Sin embargo, esta versión incluye dos nuevas áreas para la gestión de clientes y pago *online*.

INFORMACIÓN

Ofrece una completa relación de todos sus tipos de servicios discrecionales de transporte terrestre, con una descripción muy general de cada tipo y las fotos de los vehículos que componen su flota con sus características, de seguridad, confort y accesibilidad.

RESERVA

No informa sobre sus tarifas ni incluye ningún tipo de gestión de reservas *online*, limitándose a ofrecer un formulario para la solicitud de presupuestos, sin información para las agencias u organizadores de eventos, aunque ha incluido funcionalidad para el pago *online*.

GENERAL

Incluye un área de información sobre el Grupo Chapín, las características de sus servicios, sus principales valores, su plano de situación y sus formas de contacto, así como un blog con información sobre sus actividades, algunas noticias y un formulario de contacto.

▲ Lo Mejor / Amigable

Es una página de diseño amigable, que permite un fácil acceso a la información de su flota y de sus servicios.

▼ Lo Peor / Gestión

Ofrece una información limitada de sus servicios de transporte, sin tarifas ni información para los profesionales de Turismo.

CHAPIN AUTOCARES / Transporte

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La página del Grupo Chapín resulta de poco interés para las agencias de viajes y para los organizadores de eventos, porque ofrece únicamente una descripción general de sus servicios, sin incluir sus tarifas, y sólo ofrece un formulario para la solicitud de presupuestos.

4,7



Entrada / Presenta el acceso a todas las áreas de la web, información sobre la empresa y sus servicios, y últimas noticias.



Producto / Ofrece información de cada uno de sus servicios por tipo y las fotos y características de su flota de autobuses.



Reserva / No informa de sus tarifas, solo ofrece un formulario para solicitar presupuestos y ha añadido el pago *online*.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias de viajes buscan profesionales con experiencia y manejo de Amadeus

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

■ **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 Carrefour.** Madrid. Buscamos personas con conocimientos del Sector para contrato de media jornada. Disponibilidad inmediata y posibilidad de trabajar a turnos y fines de semana. Ofrecemos formación continua y promoción.

■ **Sapphire Viajes.** Madrid. Se busca agente de viajes para servicios de consultoría de viajes exclusivos, elaboración y envío de presupuestos, seguimiento y actualización de presupuestos, gestión de reservas, elaboración y envío de documentación del viaje y seguimiento del viaje en destino y evaluación posterior del mismo. Requisitos: manejo de Excel nivel experto, manejo hábil de nuevas tecnologías, experiencia trabajando en equipos y por objetivos comerciales;

interés por los viajes y destinos de larga distancia e inglés alto hablado y escrito.

■ **Narixa Trans.** Arroyomolinos. Agencia de viajes busca profesional para trabajar en el sur de Madrid con contrato de autónomo.

■ **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 Turcosta.** Gijón. Buscamos agente con mucha experiencia y amplios conocimientos en productos de larga distancia y aplicaciones informáticas.

■ **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 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.

■ **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.

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

■ **Viajes Carrefour.** Majadahonda. 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).

■ **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 vivi-

do o viajado allí, tiene una mente abierta, es capaz de realizar distintas tareas y busca aprender nuevas habilidades de trabajo.

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

■ **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 Sura Business.** Palma de Mallorca. Seleccionamos agente experto en viajes corporativos con 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.

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Vuelos a India

↑ La nueva versión en castellano de la web de Air India, con cambios en su diseño **responsive**, reduce la **información** simplificando la estructura y los contenidos de su página general, pero incluye un área para las agencias de viajes.

⇒ Su **utilidad** está limitada por una oferta dedicada a India.

↓ Incluye la **reserva** desde las agencias de viajes.



<http://www.airindia.es>

Autocares en Madrid

↑ Autocares Chaos presenta una nueva versión de su web que, con un cambio total de diseño, mantiene la **información** sobre su flota e instalaciones, ampliando la de sus servicios, aunque sigue sin incluir sus tarifas y sólo ofrece un formulario para presupuestos.

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

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



<http://www.autocareschaos.com>

Hoteles en Europa y Caribe

↑ Catalonia presenta una nueva versión **responsive** de su página, en la que, con un adecuado diseño, ofrece una completa **información** de sus hoteles y una sencilla gestión de reservas, que ya no está disponible para las agencias de viajes.

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

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



<http://www.hoteles-catalonia.es>

Turismo Rural en Europa

↑ Toprural presenta una nueva versión de su página, disponible desde cualquier tipo de terminal, que, con pocos cambios, mantiene la **información** y la posibilidad de gestión de reservas online para los alojamientos que así lo indican en la búsqueda de alternativas.

↑ Por su amplia cobertura es una página de **utilidad** para el cliente.

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



<http://www.toprural.com>

Turismo en Londres

↑ VisitLondon presenta una nueva versión compatible que sigue ofreciendo al viajero, con pocos cambios, **información** sobre todos los temas de interés turístico en la ciudad, manteniendo el enlace con Booking.com para reservas de alojamientos.

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

↓ Presenta la **reserva** de Booking.com, no disponible para las agencias.



<http://www.visitlondon.com>

Eventos en Cartagena

↑ El Batel presenta una página **responsive** en la que ofrece una amplia **información** sobre el palacio, sus espacios para congresos, exposiciones y espectáculos en Cartagena y sobre los eventos programados para los próximos meses.

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

↓ En el área de **reservas** solo ofrece un formulario de contacto.



<http://www.auditorioelbatel.es>

LEGISLACIÓN

Financiación

Thomas Cook

✓El Gobierno ha publicado en el Boletín Oficial del Estado (BOE) una ampliación de la línea de financiación prevista para paliar los efectos de la insolvencia del grupo empresarial Thomas Cook y contará con 200 millones de euros adicionales con el objetivo de atender a empresas y autónomos del Sector ante la caída de la demanda por la pandemia del covid-19. El Real Decreto-ley por el que se adoptan medidas urgentes para responder al impacto económico del virus incluye medidas específicas para los sectores de la industria y el Turismo. Entre ellas medidas de garantía liquidez y flexibilidad para empresas y autónomos del sector del Turismo. La línea de financiación del ICO, de 400 millones de euros, es una ampliación de la línea de financiación Thomas Cook que se amplía a todas las empresas y trabajadores autónomos incluidos en los sectores económicos de transporte de viajeros, alojamiento y restauración básicamente.

Boletín Oficial del Estado
✉www.boe.es

CURSO

Cátedra de Turismo Sostenible

La Junta de Andalucía y la Universidad de Almería acuerdan su creación

El vicepresidente de la Junta de Andalucía, Juan Marín, ha visitado la Universidad de Almería (UAL) donde ha mantenido una reunión con el fin de firmar un convenio de colaboración entre Consejería de Turismo y UAL para poner en marcha una cátedra de Turismo sostenible. Se enmarcará dentro de la red de cátedras de Turismo andaluzas de la Consejería en el marco del proyecto de promoción turística 'Origen y destino', que conmemora la primera circunnavegación de la Tierra con Magallanes y El Cano.

"La propuesta para la UAL va dirigida a la sostenibilidad, un ámbito que creo que es fundamental para la utilización de recursos naturales y ante la masificación de muchas ciudades por el Turismo", ha indicado el vicepresidente Juan Marín. Por su parte, el vicerrector de Postgrado, Empleabilidad y Relaciones con Empresas de la UAL, Juan García, ha explicado que "la planificación estratégica de la Universidad se define como agroalimentaria y medioambiental, por lo tanto, el turismo sostenible podría ser una seña de identidad".



LIBROS

Internet y Turismo rural

Título: 'Turismo rural online. Páginas web y redes sociales'

Los turistas están conectados en todo momento y se mueven en un entorno social, local y móvil. Paralelamente, los espacios rurales sufren numerosos problemas de desarrollo y despoblación, y el turismo rural constituye una actividad que puede ayudar a revertir esta situación, aunque Internet es fundamental si quieren sobrevivir en un entorno global y digital. Este libro ofrece una visión general de la situación del Turismo rural online, así como las claves para que las empresas y destinos turísticos logren conectar con los turistas y éstos disfruten de las experiencias únicas que les ofrece el turismo rural. El autor de este libro es Gerson Beltrán.



CALENDARIO

Evento cancelado

● Del 27 al 29 de marzo se celebraba el salón de Turismo B-Travel, que se ha pospuesto al próximo mes de junio. El salón especializado en Turismo de experiencias se celebrará del 19 al 21 de junio en el palacio 8 del recinto de Montjuïc. La decisión se ha tomado ante la actual situación generada por el Covid-19 y con el objetivo de poder celebrarla en un entorno que se espera más favorable.

Como señala el presidente de B-Travel, Martí Sarrate, "creemos que las nuevas fechas del evento, a las puertas del verano, pueden ser una gran oportunidad para la reactivación comercial del Sector, ya que por entonces esperamos registrar un repunte de la demanda". B-Travel contará con la participación de más de 200 expositores, entre los que se encuentran todas las comunidades autónomas españolas y representantes de más de 40 países y regiones, agencias de viajes, y compañías de transporte, entre otros. Mas información en www.b-travel.com.

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

▲ Jorge Marichal

Jorge Marichal ha sido reelegido presidente de la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, Ashotel. Además, también han elegido a los nuevos miembros que conformarán el Consejo Directivo.



▲ Carlos Abella

El Pleno de la Mesa del Turismo, la asociación empresarial y profesional del Sector Turístico español, ha nombrado a Carlos Abella como su secretario general. Uno de sus objetivos es reforzar el prestigio de esta asociación como entidad de referencia.



▲ Angel Piné

El actual director comercial del Hotel Torre del Mar, Ángel Piné, ha sido ratificado como el nuevo presidente del Ibiza Convention Bureau (ICB). De esta manera, sustituye a René Hoeltschl, del hotel ME Ibiza, quién salió elegido de la asamblea celebrada el año anterior.



SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Juan Molas	3
Entrevista / José Luis Méndez	4
Escaparte	5-13
DitInforma	15-18
Mostrador	19-22
Club	23
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluanet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 16 AL 22 DE MARZO DE 2020



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

OMT prevé un descenso del Turismo internacional

OMT estima que las llegadas de turistas internacionales caerán entre un 1% y un 3% en 2020. Esto supondrá una pérdida de entre 25.000 y 45.000 millones de euros para el Sector por el impacto del coronavirus. Esta nueva revisión de sus perspectivas para este año por el Covid-19, contrasta con el crecimiento positivo en la llegada de turistas internacionales de entre el 3% y el 4%, que había estimado a principios de año. Por su parte, IATA también ha actualizado sus perspectivas financieras sobre la industria mundial de transporte aéreo. Prevén que las pérdidas debido a la expansión mundial del virus podrían situarse entre más de 56.000 y 101.000 millones de euros dependiendo del escenario.



INDICADOR DE EXPECTATIVAS

COYUNTURA

El gasto turístico se incrementa un 2%

En el último mes de enero se ha registrado un incremento de 2,1 puntos en el gasto de los turistas internacionales en España, en comparación con los datos del año 2019, según el estudio Egatur, realizado por el INE. El gasto medio por turista se sitúa en 1.155 euros, con un aumento anual del 3,6%. Por su parte, el gasto medio diario ha experimentado una subida de un 4,3%, llegando hasta los 144 euros.

Variación anual del gasto total de los turistas



Fuente: INE.

© NEXOTUR

El gasto en actividades es el que más pérdidas genera para los turistas que visitan España, con un 23% (1.100 millones de euros) del total, aumentando un 6,4% respecto a enero de 2019. Las siguientes partidas son el gasto en transporte internacional y en 'paquetes', con un 21,6% y 18,5% del total, respectivamente. A la cola del desembolso turístico está el gasto en alojamiento, que ocupa algo más de un 12,5%, registrando alrededor de 600 millones de euros.

Etapas y pernoctaciones

Por su parte, el número total de pernoctaciones realizadas por los turistas internacionales en todo tipo de alojamientos (hoteles, apartamentos, vivienda propia, vivienda de familiares o amigos, vivienda alquilada...) supera los 33 millones, con una bajada del 2%. Canarias es la Comunidad que está en el liderato en la clasificación con mayor número de pernoctaciones, registrando 9,3 millones, pero bajando un 7,8% respecto a enero de 2019. Le siguen de lejos Andalucía (con 6,3 millones de pernoctaciones y un aumento considerable del 14,9%) y Cataluña (con 4,7 millones, un 11% menos).

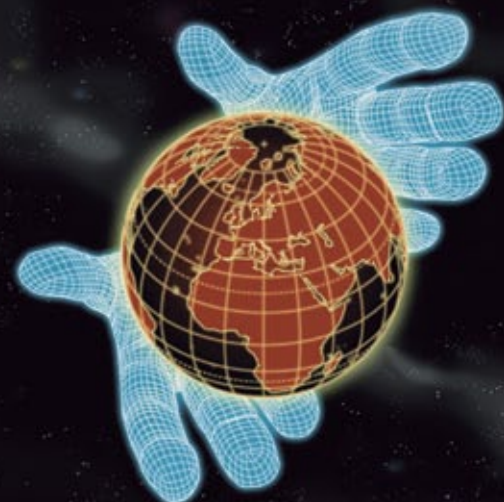
De las primeras cinco Comunidades, donde los turistas pernoctan menos es en Madrid, con un 11,8%, aunque suben un 6%. Respecto a las etapas de los viajes realizados por los turistas internacionales en enero, han bajado un 0,9% en tasa anual. El 24% se realizan en Canarias (baja un 5,7%).

por turista. Le sigue Alemania, con un 11,9% (570 millones) seguido por los Países Nórdicos con un 9,1% (730 millones). Italia sigue como el país que menos ingresos aporta a España (183 millones).

Dentro del gasto en alojamiento, continúa la hegemonía de los hoteles con un 60,6%, a la vez que

el gasto en alojamientos de resto de mercado registran un aumento de casi un 1%. El gasto de los turistas que no viajan con 'paquete' turístico (los cuales representan alrededor del 72,7% del total) se reduce casi un 1,5% en tasa anual. En cambio, el de los que contratan 'paquete' turístico sube un 12,9%.

El país que más ingresos aporta es Reino Unido, manteniendo la línea reflejada en todo el año anterior, que abarca el 15,3%, dejando 730 millones de euros en nuestro país, y con un gasto medio de 1.016 euros



Date de alta
en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana
en tu email

