



MIGUEL ÁNGEL
DE LA MATA

Tendencia positiva

PÁG. 9 / La facturación de Viajes El Corte Inglés aumenta más del 2%



LAURE
GLATRON

Formación del agente

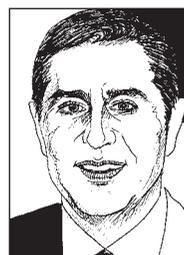
PÁG. 12 / Disney lanza un nuevo programa de formación



JACOB
FERNÁNDEZ

El ERE de Mundiplan

PÁG. 7 / Mundiplan contratará al 80% del ERE de Mundosenior



JOAN
VILÀ

Un plan de optimización

PÁG. 6 / Hotelbeds reducirá en un 5% su plantilla en 12 meses



NORBERT
FIEBIG

No a la subida de tasa aérea

PÁG. 8 / Agencias y compañías aéreas alemanas, contra más tasas aéreas

Carlos Garrido: 'Es fundamental estar unidos para soportar fuertes presiones'

Se fija como objetivo 'consolidar el proyecto de integración iniciado hace ocho años'

Fin al mandato de Rafael Gallego al frente de CEAV, tras haber desempeñado un papel clave en el proyecto de concentración de las grandes Asociaciones del Sec-

tor. Toma el relevo Carlos Garrido como nuevo presidente, quien considera que "es fundamental permanecer unidos para soportar las fuertes presiones".



Christian Boutin dirige Amadeus.

Rentabilidad del canal, 'realidad indiscutible'

La rentabilidad del canal indirecto es "una realidad indiscutible", un 34% por encima de la venta directa, según Amadeus. **Pág. 4**

Un nuevo récord de afiliados en Turismo

El empleo turístico crece un 3% en octubre, un nuevo récord. En las únicas Comunidades que cae, Baleares y Canarias. **Pág. 8**

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. **Pág. 24**

Tras año y medio al frente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), Carlos Garrido liderará los próximos cuatro años CEAV. Elegido por unanimidad en el último consejo directivo de la Confederación, se fija como reto "consolidar el proyecto de integración iniciado hace ocho años por un grupo de empresarios y Asociaciones



Carlos Garrido

convencidos de la necesidad de permanecer unidos". Considera "fundamental permanecer unidos en estos momentos porque las agencias estamos siendo sometidas a fuertes presiones por parte de la Administración pública, de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) y de los consumidores". **Escapate en pag. 5**

Siguen las irregularidades en la venta de Rutas Culturales

Las medidas adoptadas por el Gobierno de Madrid para evitar la venta del programa de Rutas Culturales fuera de la Comunidad, puestas en marcha esta misma temporada, parecen no dar resultados. Fuentes consultadas por NEXOTUR aseguran que continúan accediendo a este programa ciudadanos de otras zonas de la geografía española, cuando está totalmente prohibido. Las condiciones para beneficiarse de estos viajes son muy cla-

ras: es obligatorio residir en la Comunidad de Madrid y tener cumplidos los 60 años en el momento de la solicitud. Así la gerente de CEAV, Mercedes Tejero, insiste en que se está poniendo en peligro la continuidad de un programa que mueve más de 100.000 viajeros al año. Igualmente, UNAV colabora con la administración autonómica para corregir la situación, y le ha pedido que "se controle el uso de estos programas". **Escapate en pag. 12**

Molas renuncia a continuar como presidente de CEHAT

Ha liderado la Confederación durante 12 años

Juan Molas renuncia a presentar su candidatura a la presidencia de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) en las próximas elecciones de diciembre. Según fuentes consultadas por NEXOTUR, se trata de una decisión personal de Molas, en la cual podría haber influido que se perfila como nuevo presidente de la Mesa del



Juan Molas

Turismo, en sustitución de Abel Matutes. Molas, que ha presidido la Confederación hotelera durante 12 años —en CEHAT no existe limitación temporal del mandato—, liderando con enorme éxito una organización estatal considerada

modélica en CEOE, seguirá presidiendo el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

Hotelería en pag. 25



El director general del Imsero, Manuel Martínez Domene, y el presidente del ICTE, Miguel Mirones, entrevistados por el director de NEXOTUR.

'Cambios' en el programa del Imsero

En el Congreso Internacional de Calidad Turística, el director general del Imsero, Manuel Martínez, ha reconocido que "hay que buscar un nuevo modelo" con "cambios importantes". **Escapate en págs. 10 y 11**

Tu mejor deseo para acabar el año

ESLOVENA desde 739€

Salida 6 de Diciembre
3 noches / Hotel 3*AD
Visita panorámica de la ciudad

Puente de Diciembre

BRATISLAVA desde 640€

Salida 6 de Diciembre
3 noches / Hotel 3*AD
Visita panorámica de la ciudad

MUNICH desde 865€

Salida 6 de Diciembre
3 noches / Hotel 4*AD
Visita ciudad + Castillo Neuschwanstein

Egipto

+ Crucero NILO desde 840€

Salidas todos los sábados en vuelo directo hasta Luxor
Crucero en Barco 4* PC / 8d-7n

Fin de Año

N. YORK desde 2260€

Salida 28 de Dic. desde MAD y BCN
6 noches / Hotel 1ª
Visitas al Alto y Bajo Manhattan

* Son precios finales que incluyen vuelo + hotel + visitas + traslados. Viajes combinados sujetos a Condiciones Económicas Especiales de Contratación (C.E.E.C.). Más información y reservas en su agencia de viajes, o en nuestra web www.politours.com

■ CLAVES

O en su agencia de viajes...

HACE UN TIEMPO oigo en la radio un anuncio de Renfe, Adif, Alta Velocidad o como ahora se llama, en mor de las imágenes corporativas de esa cosa confusa y cara en que la macro empresa estatal resulta subdividir la tarta de productos al uso de la moda.

En el comercial, impartido por una cadena radiofónica de máxima audiencia, e imagino que en otras también, se hablaba de una promoción de billetes de ferrocarril a precio excepcional, para un periodo de venta concreto. El mensaje estaba seguido por nomina de contactos de todo tipo para adquirir estos billetes, la cosa me rayó un poco, como dicen ahora, cuando el mensaje termino sin aquello de... "o en su agencia de viajes".

Se ve que los *ferrocarrileros*, como se dice en algún país de Hispanoamérica, han decidido prescindir también de sus "mejores colaboradores". Sí, esos profesionales que reciben con una sonrisa a sus clientes, y que aparte de informarles e incluso venderles un billete de Renfe, para entendernos, les ofrecen un asiento cómodo, una carpetilla para su billete y ¡ah eso sí!, generalmente, sin esperar una cola de cientos de individuos.

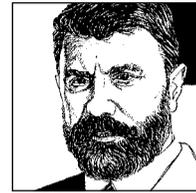
Sí, el cliente de esas compañías de transporte puede acudir a la red con un sistema, que yo llamaría criptico, para los usuarios básicos de las llamadas nuevas tecnologías, y, si no, acudamos a algo más simple. Busquen un horario cualquiera de un tren cualquiera a cualquier parte, ya sea lejano o de cercanías; sí, ya sé que soy un viejo ignorante, pero que forma parte del mercado formado aproximadamente por la cuarta parte o más de los habitantes de este país.

Aunque lo entiendo. No añadir unos segundos más a un comercial es un importante ahorro, suponiendo un menor gasto en instalaciones, equipo, energía etc. y de servicio para el cliente final, pero... ¿Quién piensa en el servicio? Y que los agentes de viajes de la mano del ferrocarril inventaron ya hace más de un siglo ese maravilloso producto único y plural llamado Turismo.

☞ Antonio Caballos García es agente de viajes.

E'Una programación enfocada al Turismo cultural debe fijarse en aquellas rutas alrededor del mundo que se salen de los caminos más trillados, además, la exclusividad debe formar parte del ADN de las agencias', subraya el director de producto de Mundo Amigo

TRIBUNA



☞ MIKEL GONZÁLEZ

Turismo Cultural, más allá de la especialización

CUANDO, HACE 20 años, un grupo de profesionales con larga experiencia en el Sector Turístico decidimos crear Mundo

Amigo, tuvimos claro que teníamos que encontrar una propuesta diferente, inédita, novedosa, dentro un sector que empezaba a dejar atrás aquellos viajes que se concebían de manera multitudinaria y con el único objetivo de conseguir un precio bajo por los servicios. Además, sabíamos que nuestra apuesta de valor debería moverse, necesariamente, en el mundo de la cultura. Algo que teníamos muy claro, si lo que buscábamos era nadar en tierras conocidas. Sí, queríamos dirigirnos a quienes compartían nuestros propios intereses e inquietudes culturales, pero también fuimos conscientes de que, si buscábamos encontrar una voz única en el mercado, había que ir más allá de la especialización. De ahí la necesidad de buscar un valor diferencial a los productos turísticos para atender a un sector cada vez más competitivo. Y para ello, contactamos con diferentes expertos, destacados profesionales de la música, el arte, la arqueología o la arquitectura, y les pedimos no solo diseñar los trayectos, que se hacían realidad gracias al *know how* propio de una agencia, sino, además, que dichos expertos pudieran contextualizar el destino, gracias a una conferencia previa, y, posteriormente, acompañaran al viajero durante el recorrido. Así nacieron nuestros Viajes de autor, una marca que registramos en su momento, una fórmula que posteriormente fue imitada, principalmente debido a sus excelentes resultados.

En un mercado cambiante, en el que cada vez surgen más y más diversas ofertas que, como la nuestra, huyen del Turismo masivo, solo puedes tener una voz diferente si consigues apostar por la originalidad —perfilando un catálogo de escapadas inéditas—, por la calidad —que, para nosotros, otorgan, precisamente, nuestros guías-conferenciantes— y por la constancia —armando una oferta que se presente de manera sistemática, meditada, en forma de catálogo, porque de esta forma, con este rigor y seriedad, los clientes logran confiar en tu producto.

Hoy por hoy, una programación enfocada al Turismo cultural, debe tener en cuenta unas líneas muy claras. Por un lado, fijarse en aquellas rutas alrededor del mundo que se salen de los caminos más trillados. Porque



la apuesta por un Turismo sostenible se hace, cada día, más necesaria, y la cuestión debe radicar en evitar la masificación de itinerarios y apostar, además, por un Turismo que entienda y respete el entorno.

Hay que buscar un valor diferencial para atender a un sector cada vez más competitivo

Además, la exclusividad debe formar parte del ADN de las agencias que se enfoquen al Turismo cultural. Una exclusividad que, sugiero, debe caminar en dos direcciones. Por un lado, ofreciendo experiencias no tan recurrentes, que hagan sentirse único al viajero. A modo de ejemplo, en nuestros 20 años de vida, hemos podido visitar la Capilla Sixtina y el Museo del Louvre a puerta cerrada o acceder a colecciones privadas de arte en diferentes ciudades del mundo. Por otro lado, es importante definir tu público, intentando captar a quien no encuentra en las agencias de viajes al uso lo que busca. Siguiendo con ejemplos, en su momento decidimos crear Arquiviajes, una de nuestras líneas de negocio, pensada para aquellos seguidores y apasionados de las estructuras, la estética y los espacios, a quienes ofrecimos

la posibilidad de contemplar la arquitectura desde una perspectiva diferente, ya fuera descubriendo algunos de los edificios proyectados por arquitectos de renombre (y que, pese a ello, en ocasiones, resultan un tanto

desconocidos para el gran público) o visitar aquellos que no suelen ser accesibles de forma general. Es este, creo, el camino a seguir: concebir rutas especializadas, exclusivas, diseñadas a medida, que se atiendan las necesidades de colectivos muy concretos; en este caso, colegios profesionales, escuelas o estudios de arquitectura. Este planteamiento ha sido uno de los pilares de nuestro modelo de negocio, una pauta gracias a la cual hemos concebido, además, viajes para instituciones como Amigos del Museo Reina Sofía, Amigos del Museo Thyssen-Bornemisza, Amigos del Museo Guggenheim Bilbao, Círculo Velázquez del Museo del Prado, Amigos del Museo de América o Amigos del Museo del Traje, entre otras.

Aunque si hablamos de Turismo cultural, la diferencia la marca, pienso, una doble especialización: la que viene dada por los conocimientos propios del sector, claro, y la que marca las inquietudes de quienes proponen los destinos, de los propietarios de las agencias de viaje. En nuestro caso, nuestros intereses

pasan por todas las artes, sí, pero, sobre todo, nos declaramos auténticos melómanos. Y es ahí donde nuestros clientes se sienten más que arropados, porque esta pasión nos ha permitido, por ejemplo, programar viajes para asistir a la mayoría de los grandes acontecimientos musicales del año; recorrer aquellos lugares que marcaron la vida de grandes compositores; descubrir algunas de las capitales musicales más importantes del mundo o escuchar a las mejores voces e intérpretes del momento.

Aunque tampoco conviene olvidar otra de las pautas con las que, creemos, se debe afrontar el Turismo cultural del siglo XXI: la creatividad. El viajero (el viajero exigente) no solo busca visitar un destino diferente y poderlo hacer gracias a un programa exclusivo, también busca que quien diseña el viaje de sus sueños le sorprenda constantemente, algo que solo se consigue gracias al conocimiento in situ de cada uno de los destinos que se programan, y que permitirá, por ejemplo, experiencias como las que hemos conseguido, visitando los templos más recónditos de Camboya a la luz de la luna llena o disfrutando de un Bloody Mary al atardecer desde un rascacielos diseñado por Jean Nouvel en Tokio.

Aunque un viaje como este, no se consigue estando solos. Para caminar con éxito por el sector, las alianzas deben plantearse constantemente. Y, por eso, no solo consideramos fundamental estar presentes en las principales fe-

rias del sector, también hay que entablar vínculos alianzas con oficinas y patronatos de Turismo y sociedades de promoción turística tanto nacionales como extranjeros, para transformar en un producto turístico apetecible aquellas rutas que estas entidades buscan promocionar. Un viaje que, en nuestro caso, hemos compartido ya con las Oficinas de Turismo de Alemania, Flandes y Bruselas, Valonia y Suiza o los Patronatos de Turismo de Castilla y León, Castilla-La Mancha, Región de Murcia, Cantabria y La Rioja, quienes, sin duda, nos permitirán que esta aventura pueda durar otros 20 años más.

☞ Mikel González es director de producto de la agencia de viajes de autor Mundo Amigo.

Solo se puede tener una voz diferente apostando por la originalidad, la calidad y la constancia

OPINION

NEXOTUR

PERIODICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

PRESIDENTE: EUGENIO DE QUESADA
CONSEJERO DELEGADO: CARLOS ORTIZ

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

DIRECTOR ADJUNTO: CARLOS ORTIZ RODRIGO
COORDINADORA GENERAL: MARGA GONZÁLEZ

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

COLUMNISTAS: ISABEL ALBERT PIÑOLÉ, DR. VENANCIO BOTE; ANTONIO CABALLOS, MÓNICA FIGUEROLA, COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO, MANUEL FIGUEROLA PALOMO, MÓNICA FIGUEROLA ENRIQUE HERNÁEZ, 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:** PEPITA HERNÁNDEZ

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

NEXOTUR, PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA AGENCIA DE VIAJES, ES UN SEMANARIO INDEPENDIENTE DE LOS INTERESES DEL SECTOR TURÍSTICO
NEXOTUR ES UNA MARCA REGISTRADA DE NEXO EDITORES (GRUPO NEXO)
COPYRIGHT: NEXO EDITORES (GRUPO NEXO) / DERECHOS RESERVADOS

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

TIRADA DE ESTE NÚMERO: 7.500
EJEMPLARES (DISTRIBUIDOS)
UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

Doble relevo en las Confederaciones

GALLEGRO Y MOLAS CEDEN EL TESTIGO. Tras mantener las presidencias de las Confederaciones de Agencias y Hoteles, Rafael Gallego y Juan Molas renuncian a continuar al frente de CEAV y CEHAT, grandes Organizaciones empresariales del Turismo español.

Durante sus mandatos, ambas Confederaciones han desempeñado papeles esenciales en la defensa de los intereses de los agentes y hoteleros. CEHAT se ha convertido en una organización empresarial tan modélica como prestigiosa y saneada, consolidando su congreso sectorial, impulsando la innovación y la transferencia de conocimiento a través del ITH, y consolidando su notable influencia como gran lobby hotelero. CEAV, por su parte, ha mantenido la unión de sus Asociaciones miembros, en especial con la incorporación de ACAVE, aunque con una cierta pérdida de capacidad de convocatoria en su congreso anual, compensada en parte con la Cumbre Mundial de Presidentes de Asociaciones de Agencias de Viajes.

Los presidentes de la decana UNAV, Carlos Garrido de la Cierva, y la tinerfeña Ashotel, Jorge Marichal González (aunque este último será elegido previsiblemente en diciembre), asumen la máxima representación de CEAV y CEHAT. En el caso de la Confederación Española de Agencias, el expresidente Rafael Gallego continúa como vicepresidente, mientras que en la Confederación Española de Hoteles Juan Molas mantendrá la presidencia del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), perfilándose además como candidato a presidente de la Mesa del Turismo. Se asegura así la continuidad en la gestión de estos dos importantes colectivos.

Carlos Garrido y Jorge Marichal, empresarios jóvenes y de éxito en sus respectivos sectores, destacan por su aportación de nuevos enfoques al Asociacionismo empresarial turístico. El primero, desde la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV), que ha contribuido en gran medida a renovar bajo la gerencia de José Luis Méndez. Y el segundo, en la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro. En ambas organizaciones, se cumple el pacto tácito de alternancia en la presidencia de UNAV y Ashotel.

Garrido y Marichal son dos figuras dinámicas y emergentes que, desde la solidez de sus respectivas trayectorias, aportan savia nueva y un talante diferente, joven y enérgico, pero reflexivo.

Estamos ante una verdadera renovación de cúpulas en el Asociacionismo empresarial de agencias y hoteles, que podría conllevar cambios en los equipos de gestión, pero que asegura la continuidad de proyectos consolidados, al tiempo de incorporar programas e ideas nuevas.

La larga permanencia de Molas y Gallego al frente de ambas Confederaciones tiene continuidad en el caso del hotelero, que se perfila como sustituto de Abel Matutes al frente de la Mesa del Turismo. Mientras que la salida de Gallego coincide con la incorporación de Garrido tanto al Consejo de Turismo de CEOE como a la propia Mesa del Turismo, lobbies que el anterior presidente de CEAV había abandonado de forma abrupta, a causa de su enfrentamiento con Hidalgo y otras razones.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

El relevo de Juan Molas por Jorge Marichal y de Rafael Gallego por Carlos Garrido supone la renovación de las cúpulas de las dos grandes Confederaciones Españolas de Hoteles y de Agencias

▲ CHECK-IN / CALIDAD TURÍSTICA

Gran Congreso en Tenerife

El V Congreso Internacional de Calidad Turística, celebrado con gran éxito en Puerto de la Cruz (Tenerife) ha supuesto un nuevo espaldarazo a uno de los principales atributos y garantía de futuro de la actividad turística española: la Calidad Turística. Bajo la presidencia de Miguel Mirones y la batuta organizativa de Fernando Fraile, director general del ICTE, el Instituto para la Calidad Turística Española volvió a reunir a lo más granado del Sector.

Con un formato dinámico y atractivo, gracias al cual el escenario se asemeja a un plato de televisión, sin ponencias plúmbeas y con moderadores sumamente preparados y buenos comunicadores, combinando intensas jornadas de trabajo con actividades turísticas paralelas, el Congreso y el ICTE vuelven a dar en el clavo y consolidan este gran encuentro bienal como excelente modelo a imitar.

Una cuestión que concitó unanimidad generalizada es el rechazo a la falta de promoción de la 'Q' de Calidad Turística, a causa del abandono del compromiso adquirido por la Secretaría de Estado de Turismo, a quien el Sector Turístico cedió la titularidad de la marca para que su promoción pudiera ser objeto de financiación con fondos públicos.

Pese al abandono del Gobierno de España a la promoción de la 'Q' de Calidad, el ICTE ha logrado mantener una notable actividad, gracias al firme compromiso de Administraciones y empresariado de buena parte de las Comunidades autónomas y, muy especialmente, del Equipo del ICTE, tan reducido como motivado, la dirección de Fernando Fraile, y el liderazgo de Mirones en la presidencia.

★ PERSONAJE DE LA SEMANA / Carlos Garrido

Carlos Garrido de la Cierva llega a la presidencia de CEAV "con el objetivo de defender los intereses de nuestras empresas y dignificar el gran trabajo que realizan Asociaciones, agencias, empresarios y, por supuesto, nuestros emplea-



dos, que son el principal activo" del Sector. El nuevo líder del Asociacionismo empresarial del Sector ha sido elegido por unanimidad, es el presidente de UNAV y cuenta con fuerte apoyo en el colectivo de agentes de viajes españoles.

★ LA CHISPA / Quique



▼ CHECK-OUT / IMSERSO EN CATALUÑA

El 43% de viajes, sin vender

Aunque el emisor catalán no se vea afectado por la situación que se vive en Cataluña, según informa ACAVE, la imagen de inestabilidad que transmite (por los disturbios protagonizados por radicales), sí impacta de lleno en el receptivo, especialmente en segmentos como el MICE (con el "traslado" a Madrid y a otras ciudades de varios eventos), y el fracaso de los destinos catalanes en el programa subvencionado de viajes para mayores del Imserso.

Y es que si CEHAT cifró en un 40% las plazas de viajes sin cubrir en Cataluña, el director general del Imserso, Manuel Martínez Domene, va todavía más lejos, elevando este porcentaje hasta el 43%. "En estos momentos el nivel de solicitud de plazas es del 57% sobre el total de la oferta", ha revelado en su intervención en el V Congreso Internacional de Calidad Turística. En la mesa redonda moderada por el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada, en la que también participó el presidente del ICTE (como líder de Balnearios), Miguel Mirones, Martínez Domene se ha mostrado cauto, pese a lo cual reconoce que "la situación de inestabilidad social, en especial los disturbios (que no manifestaciones), evidentemente algo tendrán que ver en esta tendencia". Además, ha dado la voz de alarma al reclamar que "la sociedad en general, las empresas y los políticos habrán de plantearse esta situación que no solo afecta al Sector Turístico".

Es la enésima llamada de atención sobre los negativos efectos que podrían tener para el Turismo en Cataluña la cronificación del *procés*, que lleva a los mayores a no querer ir a estos destinos.

«Nuestro compromiso es trabajar para proporcionar las mejores soluciones a la industria del Turismo y los viajes / La rentabilidad del canal indirecto es una realidad indiscutible, cifrada por Amadeus en un 34% por encima de la que ofrece la venta directa / El futuro de las agencias está garantizado, más allá de circunstancias coyunturales o episódicas»

«Al final, los modelos de distribución de calidad serán los que se impongan»

Christian Boutin / Director general de Amadeus en España y Portugal

Christian Boutin ha sustituido a Fernando Cuesta como director general de Amadeus en España y Portugal, asumiendo también el cargo de vicepresidente del segmento de agencias *retail* en Europa Occidental.

P.- Amadeus Selling Platform Connect ya permite, en modo de prueba, reservar vía NDC. ¿Cuándo tendrán acceso a este contenido todas las agencias?

R.- Desde hace unos días, efectivamente, nuestra plataforma de reservas en la nube, Amadeus Selling Platform Connect, ya permite a las agencias de viajes (de forma gradual) comprar, realizar pedidos, efectuar pagos y gestionar ofertas de viajes de aerolíneas mediante la conectividad NDC.

Es todo un hito y supone un paso más en la promoción de la adopción del NDC por parte de la industria del turismo y los viajes.

Numerosos socios clave del programa NDC [X] ya están usando la versión de Selling Platform Connect con NDC, y están procesando reservas. El acceso al conjunto de las agencias sigue el desarrollo previsto y durante los próximos meses se iniciará su implementación gradual, mientras que, en paralelo, la solución se siga mejorando con más contenido y funcionalidades.

P.- ¿Esquivarán así los recargos de grandes grupos aéreos?

R.- Nuestro compromiso es trabajar para proporcionar las mejores soluciones a la industria del Turismo y los viajes. Y fruto de ese compromiso es la creación de Amadeus Travel Platform, la plataforma donde todas las agencias pueden conectarse y colaborar para responder a los deseos de los viajeros y proporcionarles una amplia selección de opciones en todo momento. A partir de ahí, los clientes, como siempre, tendrán la última palabra.

P.- ¿Cree que los grupos mencionados se equivocaron penalizando así al canal de agencias?

R.- Cada cual desarrolla su estrategia en función de las políticas que consideran más adecuadas. El acierto o desacierto de las medidas que puedan poner en marcha esas firmas les corresponde a ellas y son las responsables únicas de esos análisis.

Lo que sí puedo decir es que, en la actualidad, un 50% de las ventas de las aerolíneas, incluidas las *low cost*, se realiza a través de agencias de viajes y que la rentabilidad del canal indirecto es una realidad indiscutible, cifrada por Amadeus en un 34% por encima de la que ofrece la venta directa.

Un 50% de las ventas de las aerolíneas, incluidas 'low cost', se realizan vía agencia

Vivimos tiempos de cambio que obligan de forma permanente a repensar las estrategias

P.- Las reservas aéreas realizadas por agencias vía Amadeus han experimentado una desaceleración en los últimos meses. ¿A qué se debe? ¿Confía en que cambie esta tendencia?

R.- Amadeus, durante los seis primeros meses del año, ha tenido un crecimiento de las reservas superior al de la industria, gracias al incremento alcanzando en todas las regiones, salvo en el caso de Asia-Pacífico. Europa occidental, por ejemplo, en este mismo periodo, mantuvo su tendencia de crecimiento positivo gracias al aumento de la cuota de mercado.

P.- Su predecesor, Fernando Cuesta, afirmó que el canal de agencias es el más eficiente. ¿Por qué cree que hay tantos proveedores que pretenden saltarse a estos intermediarios?

R.- El proceso de transformación digital al que estamos sometidos todos los sectores de la economía, y los cambios continuos que esto genera, hace que se produzcan situaciones paradójicas. Así, mientras surgen modelos de negocio que intentan aglutinar todo tipo de productos y servicios, otros, en cambio, tratan de desagregarse. Pero, al final, los modelos de distribución de calidad serán los que se impongan. Y en ese contexto, Amadeus tiene en marcha proyectos clave para impulsar su crecimiento a medio y largo plazo, como son el programa NDC [X] y el Amadeus Travel



Platform, que permite combinar el contenido de todas las fuentes.

P.- ¿Su futuro está garantizado?

R.- Vivimos tiempos de cambio, que obligan permanentemente a las empresas a repensar las estrategias y actuaciones, pero si consideramos el talento organizativo, la apuesta por la tecnología, el trabajo que se lleva a cabo a diario, la inversión en innovación y nuestra política de diversificación, el futuro de Amadeus —no me cabe duda— está garantizado, más allá de circunstancias coyunturales o episódicas.

P.- Amadeus acaba de lanzar una plataforma de coches con

conductor. ¿Habrán más novedades a corto y medio plazo?

R.- Ahora nuestro reto más inmediato es seguir desarrollando el Amadeus Travel Platform, una plataforma flexible basada en sistemas completamente abiertos que hace un uso inteligente de los datos para crear un servicio único que reúne en un solo lugar todo el contenido de viajes relevante (como vuelos, alojamiento, tren, movilidad, seguros y servicios de destino) de cualquier fuente (EDIFACT, NDC y otras API) en una única plataforma.

P.- Han avanzado de forma espectacular en el negocio de la

distribución hotelera gracias a los acuerdos con Booking y Restel. ¿Qué significan estas alianzas para la agencia cliente de Amadeus?

R.- Significa que las agencias pueden contar con una oferta global y local de cadenas hoteleras, apartamentos y villas, entre otros contenidos, con más de 3,1 millones de opciones de compra y 770.000 de propiedades únicas. Y todo ello en una misma plataforma a tiempo real, asegurando transparencia, consistencia y comparabilidad.

P.- ¿Hay algún nicho en el que Amadeus todavía no esté presente?

R.- La visión de Amadeus es mejorar la experiencia de los viajes de las personas. Y gracias a ese enfoque, más de 1.800 millones de pasajeros en todo el mundo pudieron embarcarse en 2018. Para hacerlo posible, a diario creamos soluciones de gran importancia que ayudan a aerolíneas, aeropuertos, hoteles, compañías ferroviarias, motores de búsqueda, agencias de viajes, turoperadores y otros actores principales de la industria de los viajes. Pero nuestra visión de la industria es amplia y atiende todas las fases del ciclo del viaje, desde la inspiración hasta el posviaje. Teniendo en cuenta este hecho, y nuestra firme vocación por la diversificación, todo es una cuestión de oportunidad, siempre que esa oportunidad esté alineada a nuestra misión.

P.- ¿La diversificación del negocio es fundamental para el grupo?

R.- Nuestra estrategia de diversificación comenzó en 2000. Y, desde entonces, junto a nuestra política de adquisiciones y nuestro crecimiento orgánico, ha sido una de nuestras estrategias más sólidas y una de las claves de nuestro éxito.

Esta estrategia nos ha llevado de la industria aérea a otros ámbitos del ecosistema del Turismo, ofreciendo mayor contenido y soluciones a otros integrantes fundamentales del Sector y también a ámbitos operativos transversales importantes para todas las entidades del negocio de los viajes, como sistemas de pagos o publicidad de viajes.

P.- Las agencias piden que todos los proveedores estén en los GDS. ¿Esto es lo que busca Amadeus?

R.- Ciertamente esa es una de las conclusiones de nuestro II Informe de Innovación de las Agencias de Viajes, que indicaba que el GDS sería —para el 85% de los encuestados— es la herramienta más adecuada para efectuar la integración de todos los posibles proveedores y ofrecer así personalización que los viajeros necesitan. En esta línea, Amadeus ha emprendido un proyecto a escala global, encaminado a robustecer y flexibilizar su plataforma de distribución —Amadeus Travel Platform— haciéndolo tan escalable como sea preciso. Esta plataforma responde a las necesidades de las agencias por reunir todo el contenido que necesitan.

Lo primero es consolidar la posición de liderazgo

Embarcarse en una nueva responsabilidad profesional siempre supone un desafío. En mi caso lo ha sido siempre, principalmente desde que en 2006 me incorporé a Amadeus ocupando distintos cometidos y funciones. Desde esa perspectiva, asumir la dirección de una de las regiones de referencia para Amadeus

como es Europa Occidental con España y Portugal al frente lo es más si cabe.

Lo primero es mantener y consolidar la posición de liderazgo que Amadeus mantiene en estos mercados, en donde ocupa además un papel relevante en la industria del

turismo y los viajes. Otro reto que nos planteamos es contribuir a que nuestros clientes incrementen el valor de sus negocios, gracias a nuestro catálogo avanzado de soluciones tecnológicas y a nuestra permanente apuesta por la innovación. También



CHRISTIAN BOUTIN

queremos avanzar en la cultura de la satisfacción de nuestros clientes, que ya de por sí es elevada.

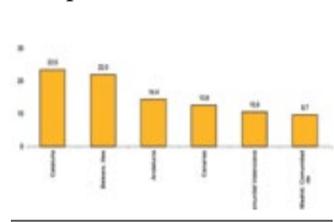
La estrategia a desplegar y las políticas comerciales de Amadeus para el segmento de agencias *retail* en Europa occidental no diferirán en exceso de las que hemos comentado para España y Portugal.

ESCAPARATE

El gasto turístico sube cerca de un 2% en agosto

En el último mes de septiembre se ha registrado un incremento del 1,7% en el gasto de los turistas internacionales en España, según el Egatur del INE. El gasto medio sube un 1,9%, al ser de 1.089 euros. **Pag 32**

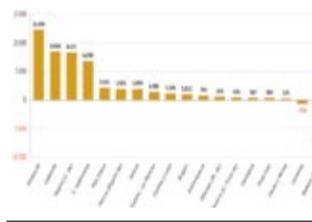
Gasto por Comunidades autónomas



El cese de Thomas Cook castiga Canarias y Baleares

La quiebra de Thomas Cook pasa factura a Baleares y Canarias, únicas Comunidades donde desciende el número de ocupados. En conjunto, el empleo turístico registra un alza del 3% en octubre. **Pag 8**

Variación interanual



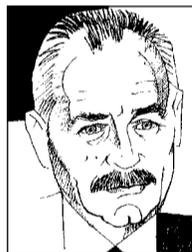
Crecen más de un 4% las reservas vía BSP

Entre enero y octubre, el volumen de reservas brutas vía BSP ha sido de 4.464,6 millones de euros. Se trata de un incremento del 4,1% (176,9 millones más) en comparación con los 4.287,7 millones de 2018. **Pag 6**

PRONTUARIO

Una cita muy útil

HACE UNAS SEMANAS, la Asociación Española de Profesionales de Turismo (AEPT), organizó un importante encuentro con un tema de candente actualidad 'Turismo y Empleo. Un futuro mejor para todos'. Como ponentes participaron representantes, al más alto nivel, de las cuatro áreas básicas necesarias para tratar el tema con conocimiento de causa y en profundidad: administración, empresa, universidad y agencia de empleo temporal. Moderados por su vicepresidente, Mercedes Carreño, el debate fue ágil y fluido. Las intervenciones han sido muy interesantes y provechosas.



CLAUDIO MEFFERT

Dicho así, en tipo telegrama, quedaría poco que añadir. Sin embargo no fue así. Los ponentes añadieron comentarios y opiniones en cada una de las participaciones, enriqueciéndolas. Fue una de esas reuniones en las que los asistentes se quedan con ganas de más.

El único punto negro es el tiempo. Es el que siempre corta el flujo cuando el tema y los asistentes se interesan de verdad con lo que se está tratando. Y casi siempre cuando se les da la oportunidad de intervenir con preguntas y comentarios. Como siempre se empieza con cierta tibieza y a medida que se va intensificando y ahondando entre todos, el maldito tiempo corta lo que haría que todos los presentes saliesen satisfechos y, lo más importante, con nuevas ideas y sugerencias que querrían poner en práctica.

Deberíamos generar este tipo de reuniones con más frecuencia. Y si el tema se ha quedado por la mitad, no esperar otro mes para seguirlo. Tenemos que ser más valientes y convocar la continuación antes de finalizar, cuando todos los presentes aceptarían con gusto seguir la semana próxima.

Claudio Meffert es miembro del Consejo asesor de CONEXO.

Carlos Garrido toma el testigo de Rafael Gallego al frente de la presidencia de CEAV

Los estatutos de la Confederación establecen un periodo máximo de permanencia

Fin al mandato de Rafael Gallego, que deja la presidencia de CEAV después de haber desempeñado un papel clave en el proyecto de concentración de las grandes Asociaciones del Sector durante dos mandatos, ocho años. El consejo directivo de la Confederación aprobaba el pasado 19 de noviembre por unanimidad el nombramiento de Carlos Garrido como nuevo presidente.

El hasta ahora primer y único presidente de CEAV, Rafael Gallego, cede el testigo a Carlos Garrido. Según pudo adelantarse en exclusiva NEXOTUR, el consejo directivo de la Confederación daba su respaldo unánime al todavía presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), que deberá presentar su dimisión en la misma después de aproximadamente un año y medio en el cargo, el pasado 19 de noviembre.

Aunque en un primer momento se barajó la posibilidad de prolongar dos años más la presidencia de Rafael Gallego para consolidar el proyecto, finalmente, con el consenso de las Asociaciones que la integran, se ha decidido cumplir con lo establecido en los estatutos. Según los mismos, el periodo máximo de permanencia en la presidencia es de ocho años, es decir, dos legislaturas. No obstante, Gallego seguirá ligado a la Confederación, ocupando a partir de ahora el cargo de vicepresidente. Mercedes Tejero, por su parte, se mantiene como gerente.

Garrido accede al puesto después de haber sabido combinar su labor empresarial en Viajes Dos, agencia de la que es propietario, y Viajes Excelsior, con una encomiable implicación en el mundo Asociativo. Su último cargo ha sido el de presidente de la decana UNAV, al que accedió en marzo de 2018 en sustitución de José Luis Prieto. Pese a no haber tenido tiempo suficiente para desarrollar su proyecto, en año y medio ha logrado dar un impulso a la Asociación mediante la incorporación de grandes empresas del Sector.

Más de 4.000 puntos de venta Garrido fue presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE), así como vicepresidente primero de la Federación Empre-

sarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas (FETAVE), cargo que abandonó motu proprio por sus discrepancias con los órganos de gobierno. Posteriormente se unió a UNAV, desde donde accedió al cargo de vicepresidente del Área de Transporte Ferroviario de CEAV. También es vicepresidente de Gebta y miembro de la junta directiva de CEIM-CEOE.

Carlos Garrido tendrá ante sí el reto de reemplazar a una figura clave en el proceso de unión de la

práctica totalidad de Asociaciones de agencias de viajes. Y es que bajo la batuta de Rafael Gallego, CEAV ha conseguido en sus ocho años de vida incorporar a las Organizaciones más representativas del país, sumando actualmente 22, las cuales representan a más de 4.000 agencias de viajes. Antes de liderar este exitoso proyecto de unificación, con el que se cumplía un anhelo histórico del Sector, Gallego presidió la extinta FEAAV desde junio de 2008 hasta prácticamente su desaparición.



Rafael Gallego ocupara la vicepresidencia primera.

Garrido: 'Es fundamental permanecer unidos para soportar las presiones'

Apuesta por dignificar el trabajo que realizan las Asociaciones

En declaraciones a NEXOTUR tras su nombramiento, el nuevo presidente de CEAV, Carlos Garrido, se fija como reto "consolidar el proyecto de integración iniciado hace ocho años por un grupo de empresarios y Asociaciones convencidos de la necesidad de permanecer unidos entre nosotros y dejar de competir". "El objetivo es defender los intereses de nuestras empresas y dignificar el gran trabajo que realizan nuestras Asociaciones, nuestras agencias, nuestros empresarios y, por supuesto, los empleados, que son el principal activo", subraya.

En este sentido, considera "fundamental permanecer unidos en estos momentos porque las agencias de viajes estamos siendo sometidas a fuertes presiones por parte de la Administración pública, de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) y de los consumidores, que paradójicamente deberían ser nuestros princi-



El nuevo presidente de CEAV, Rafael Garrido.

pales aliados por el extraordinario valor que aportamos".

Preguntado por la trayectoria de Rafael Gallego, Garrido destaca que "nuestro Sector siempre estará en deuda con él" porque "ni la creación de CEAV como organismo integrador de las Asociaciones de agencias de viajes,

ni la extraordinaria proyección que tiene nuestra Confederación en estos momentos, hubieran sido posible sin su liderazgo y trabajo". "Afortunadamente se ha comprometido con nosotros a seguir jugando un papel fundamental en este nuevo periodo desde la vicepresidencia primera", revela.

Alianza de Viajes El Corte Inglés con Air France KLM

Air France KLM otorga la certificación New Distribution Capability (NDC) a Viajes El Corte Inglés, que se convierte en la primera agencia española en lograrla. A partir de ahora, podrá comercializar los productos y servicios de ambas aerolíneas con las ventajas que aporta dicho sistema, esquivando además el recargo aplicado a las reservas efectuadas en canales que no utilicen NDC.

AEGVE trae a Madrid la Global Summit de ACTE

La Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE) ha conseguido que el encuentro anual de ACTE (Association of Corporate Travel Executives), la Global Summit, se celebre en Madrid el próximo año. AEGVE, con la colaboración de Stephanie Smook, directora de la región EMEA de ACTE, ha presentado la candidatura madrileña en la Global Summit de este año.

Empresas andaluzas perderán tres millones

La Federación Independiente de Transportistas de Andalucía (Fedintra) calcula que las deudas pendientes de la multinacional inglesa con las empresas del sector ascienden a 2,8 millones de euros. Esto supone que las empresas afectadas tendrán esa deuda pendiente, sin ningún tipo de apoyo ni explicación por parte de las autoridades competentes en materia de Turismo.

FlixBus proyecta buses de hidrógeno larga distancia

El mayor operador europeo de transporte de larga distancia por carretera de Europa está invirtiendo en tecnología de combustibles alternativos. FlixBus, empresa matriz de FlixBus, planea probar autobuses de pila de combustible de hidrógeno en trayectos de larga distancia, convirtiéndose así en la primera empresa del mundo en hacerlo.

Se activa una comisión para reasignar las plazas desiertas del Imsero en Cataluña

El nivel de solicitud de plazas 'es del 57% sobre el total de la oferta'

Según el director general del Imsero, Manuel Martínez Domene, hay un 43% de plazas sin cubrir en Cataluña. Se ha mostrado cauto, pese a lo cual reconoce

que "la situación de inestabilidad social, en especial los disturbios, que no las manifestaciones, evidentemente algo tendrán que ver en esta tendencia".

La imagen de inestabilidad que transmite Cataluña por los disturbios protagonizados por radicales impacta de lleno en el programa de Turismo del Imsero. Si CEHAT cifró en un 40% las plazas sin cubrir, el director general del Imsero, Manuel Martínez Domene, va todavía más allá, elevando el porcentaje al 43%.

"En estos momentos el nivel de solicitud de plazas es del 57% sobre el total de la oferta", ha revelado en su intervención en el V Congreso Internacional de Calidad Turística. En una mesa redonda moderada por el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada, en la que también ha participado el presidente del ICTE, Miguel Mirones, Martínez Domene se ha mostrado cauto, pese a lo cual reconoce que "la situación de inestabilidad social, en especial los disturbios, que no las manifestaciones, evidentemente algo tendrán

que ver en esta tendencia". "La sociedad en general, las empresas y los políticos habrán de plantearse esta situación que no solo afecta al Sector Turístico", añade.

Reunión en diciembre

El desplome de la demanda de viajes a Cataluña ha obligado a activar una comisión de seguimiento que hasta la fecha "prácticamente no había funcionado". Integrada por Organizaciones empresariales, sindicatos, Comunidades autónomas y la propia Administración General del Estado, se reunirá en la Comunidad Valenciana a principios de diciembre con el objetivo de "reasignar las plazas que han quedado desiertas en Cataluña a otros destinos donde haya habido más demanda", adelanta Martínez Domene.

Como publicó NEXOTUR, al poco de arrancar las ventas, desde Mundiplan salieron al paso de las



El director general del Imsero, Manuel Martínez Domene

noticias que informaban de un drástico descenso de la demanda a los destinos catalanes, asegurando que "ni mucho menos existe preocupación" y que la venta "no va tan mal". Es más, aunque aclararon que era pronto para hacer estimaciones, se mostraron convencidos de que finalmente se distribuirían entre un 70% y un 80% de las aproximadamente 100.000 plazas asignadas a esta Comunidad.

La producción aérea del Sector, hacia un nuevo récord

Si no se produce un desplome en los dos últimos meses del año, la producción aérea vía BSP de las agencias españolas registrará en 2019 un nuevo récord. Los poco más de 4.000 puntos de venta con título de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), alcanzan en los diez primeros meses del año un volumen de reservas brutas de 4.464,6 millones de euros. Se trata de un incremento del 4,1% (176,9 millones más) en comparación con los 4.287,7 millones generados en el mismo periodo del ejercicio anterior.

Cabe recordar que 2018 se cerró con 4.965,6 millones de euros, la cifra más elevada de toda la serie histórica. Hasta entonces, el récord correspondía a 2007, cuando la producción se elevó a 4.816 millones de euros. Después de dicho ejercicio, los efectos de la crisis económica hicieron mella en el negocio de las agencias, provocando una drástica reducción del número de oficinas con título IATA y un fuerte descenso de la producción. Sin embargo, la tendencia se corrigió a partir de 2013.

También muestra una evolución favorable el número de billetes de



Un 5% más hasta octubre.

avión distribuidos por las agencias de viajes acreditadas por IATA. Ascende en los diez primeros meses de 2019 a 17,4 millones, lo que supone un aumento del 4,8% respecto al mismo periodo de 2018, cuando comercializaron 16,6 millones de pasajes.

Un 5% más de billetes

El crecimiento de octubre es más intenso que el registrado en el acumulado del año. La producción aérea se eleva un 6,7%, pasando de 443,5 millones a 473,1 millones. En dicho mes las agencias con título IATA han vendido 1,8 millones de billetes de avión, un 7,9% más que hace un año.

Hotelbeds anuncia que prevé reducir en un 5% su plantilla durante los próximos 12 meses

El banco de camas invertirá en la apertura de un nuevo centro tecnológico en Valencia

Hotelbeds lanza un plan estratégico de optimización para reducir el coste por *roomnight* de los 6,30 euros actuales a 4,90 en 2021. Aspira así a convertirse en el banco de camas más eficiente a nivel mundial. Para lograrlo, la empresa ha identificado nuevas oportunidades para optimizar sus operaciones y modelo comercial, invirtiendo en automatización y en tecnología punta con el fin de mejorar la experiencia para sus clientes, así como aprovechar la escalabilidad de sus operaciones recientemente unificadas.

Como parte de este plan de optimización, el grupo ha comunicado a sus trabajadores que "habrá unas salidas", lo que supondrá la reducción de aproximadamente un 5% de la estructura global de empleados, actualmente por encima

de los 6.000. Este ajuste se llevará a cabo en diferentes etapas durante los próximos 12 meses y afectará a las oficinas de Tel Aviv, Londres, Dubái, Orlando y Zúrich.

Paralelamente, Hotelbeds invertirá en la apertura de un nuevo centro tecnológico en Valencia. Su cometido será impulsar el desarrollo de las plataformas automatizadas, procesos y tecnología que tienen como objetivo hacer que trabajar con la empresa sea más eficiente y rentable.

El grupo ha hecho este anuncio coincidiendo con la presentación de los resultados de su ejercicio fiscal, que concluyó el pasado 30 de septiembre. Su resultado bruto de explotación (Ebitda) se ha situado en 233,5 millones de euros, lo que representa una mejora del 12,3% en comparación con los 207,9 mi-

llones del año anterior. Además, a fecha de 30 de septiembre de 2019, disponía de una sólida posición de caja de 498 millones de euros.

Optimizar operaciones

Para su presidente ejecutivo, Joan Vilà, "estos resultados representan un gran logro en lo que ha sido un año intenso para nuestros equipos en todo el mundo, ya que han trabajado duramente, en un contexto complejo, para integrar a las tres empresas líderes en nuestro segmento". "Después de la integración, podemos concentrarnos, una vez más, y sin distracciones, en gestionar el día a día de las operaciones de nuestro negocio para ofrecer un mayor valor a nuestros clientes", avanza.



Hotelbeds Group da empleo actualmente a más de 6.000 personas.

Por otra parte, se muestra convencido de que "es el momento perfecto para optimizar nuestras operaciones y aprovechar al máximo nuestra posición estratégica para ofrecer el nivel de eficiencia que permite nuestro tamaño y capaci-

dad combinada". "Como compañía totalmente integrada, siendo el *bedbank* independiente más grande del mundo y con una clara estrategia, estamos muy bien posicionados para cumplir nuestros ambiciosos planes de crecimiento", sentencia.

Mundiplan contratará al 80% de los afectados por el ERE de Mundosenior

Buenas noticias para los trabajadores afectados por el Expediente de Regulación de Empleo (ERE) presentado por Turismo Social (anteriormente conocida por Mundosenior). NEXOTUR puede adelantar en exclusiva que el 80% serán absorbidos por Mundiplan.

Algunas fuentes de la Unión Temporal de Empresas (UTE) integrada por Ávoris y Halcón

Viajes han detallado que el ERE es únicamente para los guías turísticos que trabajaban en los destinos de costa peninsulares. Como consecuencia de la pérdida del lote 1, correspondiente a estos viajes, todos ellos, que tienen contrato fijo-discontinuo, serán despedidos.

Las mismas fuentes han aclarado que el ERE se ciñe únicamente al citado colectivo. "No se van a

perder puestos de trabajo de oficina", remarcan. Y es que, como ya publicó NEXOTUR, Turismo Social ha salido victorioso del último concurso del programa de Turismo del Imserso. Aunque perdió el lote 1, ahora en manos de Mundiplan, mantuvo el lote 3 (circuitos culturales) y arrebató a la UTE liderada por Iberia el número 2 (islas), el paquete más codiciado.



Turismo Social controla actualmente los lotes 2 y 3.

El precio de los billetes seguirá creciendo en los próximos años

La evolución de los billetes aéreos para los viajes de negocios seguirá siendo positiva a nivel global, tanto en este 2019 como en el 2020, según los datos de CWT Solutions Group, la división de consultoría de CWT, que ha elaborado su previsión de precios para el último trimestre de este año y sus previsiones para el ejercicio próximo.

En concreto, CWT Solutions Group prevé que el precio medio de los billetes aéreos suba un 1,7% en el último trimestre de 2019 con respecto al trimestre anterior. Esto implica que en 2019 el precio medio de los billetes se incrementará un 1,9% respecto a 2018, mientras que para el próximo año la subida será del 1,2%, sobre todo debido a la ralentización de las economías de Estados Unidos y China.

Otro de los datos analizado por la división de consultoría de CWT es el tipo de clase utilizada por los viajeros de negocios. Existe un uso mayoritario de la clase Turista (91,4%), manteniéndose estable a lo largo del año. En este sentido, CWT Solutions Group no ha observado cambios en las políticas corporativas que prevean un salto de la clase Turista a clases superiores.

Gestión de viajes de negocios

Se prevé que los viajes reservados con más de dos semanas de antelación alcancen un cumplimiento del 43% en diciembre de 2019, un porcentaje en línea con la media anual. CWT Solutions Group ha observado que las empresas están promoviendo y haciendo cumplir la anticipación en las reservas. Esto ha llevado a un aumento de medio punto porcentual en el cumplimiento general en 2019 en comparación con 2018.

Por otro lado, se prevé que la utilización de herramientas de autorreserva online alcance el 48,5% en diciembre de este año, siguiendo la tendencia observada durante todo el año. Esto representa una mejora del 3% con respecto a 2018 y obedece a la continua inversión en tecnología web, móvil y apps. En 2020 se espera que esta tendencia siga al alza.



Desde
2,55€

¡Este otoño, también viajan!

Asegura sus Puentes y Escapadas con las Mejores Coberturas.

Este otoño, asegúrate de que tus clientes viajen con la seguridad y la tranquilidad de las coberturas más completas que le ofrece el especialista en seguros de viaje: Equipajes, retrasos, anulación, accidentes, asistencia médica, repatriación, responsabilidad civil...

Proteje a tus clientes con ERGO Seguros de Viaje, la aseguradora número uno en calidad de servicio.

Con ERGO Seguros de Viaje viajarán protegidos.

www.ergo-segurosdeviaje.es



Aseguradora en el TOP 5 en Calidad de Servicio. Barómetro ADECOSE 2015, 2016, 2017, 2018



Aseguradora más vendida por los agentes de viaje. Premio Agenttravel.



Medalla al Mérito en el Seguro. Otorgada por el Ministerio de Economía y Competitividad.

ERGO
Seguros de Viaje

Valencia será la sede del Congreso Tur4all

El Hotel Santos Las Arenas de Valencia acogerá los próximos días 2 y 3 de diciembre la primera edición del Congreso Internacional TUR4all de Destinos Accesibles de Cruceros, un encuentro que tiene como objetivo mejorar la experiencia de los cruceristas con necesidades de accesibilidad y dar a conocer las prácticas que se han llevado a cabo en destinos de cruceros.

MPI Iberian apuesta por la sostenibilidad

El Capítulo Ibérico de MPI ha presentado dos nuevas iniciativas que confirman su compromiso con el medio ambiente. Por un lado, ha elaborado un decálogo para celebrar eventos sostenibles; y por otro, ha decidido apoyar un proyecto de la Fundación MPI con la plantación de un árbol en el Bosque de la UNESCO de Sonian en La Hulpe, Bruselas.

Nuevos miembros en el Madrid Convention

El Madrid Convention Bureau (MCB) sigue aumentando su número de socios. El pasado mes de octubre, la oficina de congresos integró a cinco nuevas empresas que completan, aún más, la amplia y variada oferta de la capital para la celebración de reuniones y eventos que son Aloft Madrid Gran Vía, Galería Canalejas, New Hospres, Super 8 Eventos y Orquidea Technology Group.

Ubeeqo sigue apostando por el negocio corporativo

Ubeeqo, la marca de *carsharing* de Europcar Mobility Group, está preparando una campaña para 2020 centrada en el cliente corporativo. Actualmente, la compañía cuenta con dos servicios diferenciados: uno para autónomos y pymes, y otro para empresas de gran tamaño. Según las necesidades de cada una, la marca propone distintas soluciones de movilidad, coches y furgonetas.

La facturación de Viajes El Corte Inglés aumenta por encima del 2% en el semestre

La cifra de negocio de la primera red de agencias de viajes del país asciende hasta los 1.591 millones

Viajes El Corte Inglés mantiene una tendencia positiva en los seis primeros meses de su ejercicio fiscal (comprendido entre el 1 de marzo y el 31 de agosto del presente año). La cifra de negocio de la primera red de agencias de viajes del país asciende a 1.591 millones de euros, lo que supone un incremento del 2,6%.

Su margen bruto crece un 5,7%, hasta 189 millones de euros, mientras que el beneficio bruto de explotación (Ebitda) aumenta un

5,8% y se sitúa en 51 millones. El incremento de la cifra de negocio "se ha visto impulsado por el positivo desarrollo del segmento de vacaciones, continuando con la mejora del año pasado, y por la evolución en Latinoamérica", señalan desde el grupo.

Como publicó NEXOTUR, la división dirigida por Miguel Ángel de la Mata cerró 2018 con un volumen de negocio de 2.721,98 millones de euros, lo que supuso

un repunte interanual del 4,9%. Su Ebitda registró un avance del 17,9%, hasta 63,8 millones.

Crecimiento del grupo

En lo que respecta al Grupo El Corte Inglés, logra crecimientos en cifra de negocio, Ebitda y márgenes durante el primer semestre. La facturación se eleva un 1,3%, hasta 7.613 millones de euros, mientras que el Ebitda lo hace cerca del 14%,

hasta 386 millones. El margen bruto mejora en diez puntos básicos (un 1,7% más) y en 13 puntos básicos a centros comprobables. La deuda desciende 538 millones en acumulado en 12 meses (253 millones en los últimos seis meses), situándose en 3.114 millones al final del periodo. Esta evolución positiva se debe al comportamiento del negocio y a las desinversiones realizadas en activos no estratégicos por valor de 193 millones de euros.



Miguel Ángel de la Mata dirige Viajes El Corte Inglés.

Un mundo de servicios para las **Agencias de Viajes** de la mano del líder en España

CREANDO EL FUTURO ANIVERSARIO

Plataforma integral de reservas para Agencias de Viajes.

Integración con Backoffice.

Diseño Responsive, adaptable a Tablet y Smartphone.

Tus reservas de una forma rápida y sencilla.

Productos disponibles:

- Cruceros
- Aéreo
- Hoteles
- Vuelo + Hotel
- Renfe + Hotel

Próximamente:

- Seguros
- Ocio
- Paquetes
- Call Center

- +200 compañías aéreas de línea regular y Lowcost.
- +600.000 hoteles en el mundo.
- Renfe +9.000 cruceros
- Tus reservas de una forma rápida y sencilla.

AIRMET

91 522 96 77

AirmetGrupo

agencias@grupoairmet.es

El director del Imserso prevé 'cambios importantes' en el programa de Turismo social

La quinta edición del Congreso Internacional de Calidad Turística roza la cifra de 400 asistentes

Los días 14 y 15 de noviembre, el Puerto de la Cruz (Tenerife) ha acogido la quinta edición del Congreso Internacional de Calidad Turística, con la participación de cerca

de 400 profesionales. Durante dos días, se han analizado las tendencias en materia de calidad turística, así como las diferentes actuaciones de las instituciones públicas y

los planes estratégicos de las organizaciones del Sector. Ha destacado la mesa redonda en la que ha participado el director general del Imserso, Manuel Martínez Domene.

La quinta edición del Congreso Internacional de Calidad Turística, una de las citas más relevantes para la industria turística española, celebrada los días 14 y 15 de noviembre ha contado con una asistencia de cerca de 400 profesionales. El evento, organizado por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), ha congregado en Puerto de la Cruz (Tenerife) a importantes representantes del Sector para debatir acerca de los retos a los que se enfrenta el Turismo, en un momento de gran trascendencia para la economía española.

Durante dos días se han analizado las tendencias en materia de calidad turística, así como las diferentes actuaciones de las instituciones públicas y los planes estratégicos de las organizaciones del Sector. Se han celebrado un total de siete mesas redondas que han profundizado en cuestiones como las respuestas a la crisis del modelo de comercialización en el Turismo motivada, entre otros asuntos, por la quiebra de Thomas Cook; los programas sociales de Turismo en España promovidos por el Imserso y su gestión desde la calidad; el desarrollo turístico sostenible; la marca 'Q' de Calidad Turística como garantía para la prestación de los servicios turísticos; las oportunidades y retos de los Destinos Turísticos Inteligentes; la gestión de la calidad en museos y su importancia en el posicionamiento de los destinos culturales; o la enogastronomía como oportunidad de desarrollo local.

Apuesta por el rediseño

Una de las mesas redondas más destacada ha sido la moderada por el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada. En ella, el director general del Imserso, Manuel Martínez Domene, ha puesto de manifiesto que apuesta por el rediseño del programa de Turismo social, y ha reconocido que, "con toda seguridad, hay que buscar un nuevo modelo", adoptando "cambios importantes".

Además de la cuestión económica, entiende que "tendremos que tener en cuenta el nuevo perfil del beneficiario", cada vez con un mayor poder adquisitivo, más formación y más experiencia en viajes. También se ha referido a la polémica surgida este año por las quejas de algunos de los actores implicados, especialmente del sector hotelero. Cabe recordar que la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), muy crítica con los precios que perciben los establecimientos hoteleros, presentando

Nacional y el Tribunal Central de Recursos Contractuales. Según defiende, "el precio del alojamiento ha mejorado en relación con el programa anterior".

Asimismo, asegura que nunca se ha negado al diálogo y que previamente a la publicación del concurso se reunió con representantes de Organizaciones empresariales de hoteles y agencias para recabar su opinión, así como con las asociaciones de mayores, consumidores y representantes sindicales. Después de todos esos encuentros y de llevar a cabo un estudio de mercado, "se elaboró el pliego de condiciones cumpliendo escrupulosamente con el requisito de consultas previas con los actores implicados", sostiene.

En relación al retraso en el inicio del programa, argumenta que el cambio de Gobierno, sumado al proceso de modificación de determinadas condiciones establecidas en los pliegos, entre otros factores, "nos hizo tener algún retraso en la tramitación administrativa". "Los dos recursos presentados tampoco ayudaron", agrega. Pese a todo ello, subraya que "la agilidad ha sido importante" y que los viajes finalmente empezaron entre siete y diez días más tarde que en la

temporada anterior. Como punto y final lanza un mensaje contundente: "tenemos que aprender de los errores y este tipo de licitaciones hay que tenerlas previstas con 18 meses de antelación a la finalización del anterior contrato".

Realidad social

En la mesa redonda del V Congreso Internacional de Calidad Turística, moderada por el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada, también ha participado el presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) y de la Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL), Miguel Mirones, quien se ha referido al programa de termalismo social del Imserso. Según apunta, "en los balnearios hace ya muchos años se hizo una apuesta por la calidad, convirtiendo a este sector en el primero proporcionalmente en establecimientos certificados". "Este hecho facilitó que, en un momento dado en las negociaciones con el Imserso, se introdujese que aquellos establecimientos que tuvieran un distintivo de calidad certificada como la marca 'Q' mejorasen su puntuación y, en consecuencia, su precio a la hora de fijar los mismos".

El congreso aborda las oportunidades y los retos de los Destinos Turístico Inteligentes

Una oportunidad de posicionamiento de los destinos que está implicando a todos los agentes del sector

Otro tema trascendental para el Turismo español que se ha tratado en la segunda jornada del congreso han sido las oportunidades y los retos de los Destinos Turísticos Inteligentes. Una oportunidad de posicionamiento de los destinos que está implicando a todos los agentes del sector y que cuenta con el impulso del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, en trabajo conjunto con la Secretaría de Estado de Turismo.

En la mesa moderada por el coordinador de Dirección de Marketing Sectorial y de Producto de AENOR, Sergio González Fernández, el director general de la Asociación Española de Normalización, UNE, Javier García, ha destacado que "en España tenemos que seguir trabajando todos juntos para desarrollar un modelo integral de calidad y competitividad turística". "Este es el objetivo de UNETUR que, impulsada por la Secretaría de Estado de Turismo, cuenta con actores clave del sector

como SEGITTUR, el ICTE, el ITH y UNE", ha subrayado, a la vez que ha destacado que "los estándares, en los que somos referentes mundiales, tienen mucho que aportar".

Un gran esfuerzo

Por su parte, la jefa de proyecto y responsable del Programa de DTIs de la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), Edurne Vidal, ha destacado que "transformarse en un DTI conlleva un gran esfuerzo y un trabajo exhaustivo por parte de los destinos y que la Secretaría de Estado de Turismo a través de SEGITTUR, del Programa de Destinos Turísticos Inteligentes y la Red DTI está proporcionando herramientas de gestión, diagnóstico y planificación que ayude a los destinos a prepararse para los necesarios procesos de certificación como puede ser la Norma UNE 178501 y la Marca Q".



Eugenio de Quesada entrevista al director del Imserso en el Congreso.

Esta experiencia, en opinión del presidente del ICTE, sería trasladable al sector hotelero. "Hay una realidad social que no se puede obviar y es que el cambio de la sociedad española es evidente y las demandas de los clientes senior de hoy en día no tienen nada que ver con los de hace 30 años", explica. En este sentido entiende que "es necesario que los programas evolucionen, pero deben hacerlo buscando satisfacer las nuevas exigencias de los usuarios, y haciéndolo

desde criterios de calidad se podrá defender un precio adecuado para todos los que intervienen en los 'paquetes' que se ofrecen".

También incide en la necesidad que tiene el sector empresarial de conocer profundamente la nueva Ley de contratación pública del Estado para establecer las mejores estrategias a la hora de plantearse negociaciones futuras con la administración, puesto que esa normativa es muy precisa en su contenido y restrictiva en la fijación de precios de contratación.



La mesa redonda sobre los Destinos Turísticos Inteligentes.

El alcalde de Benidorm, Antonio Pérez, —la primera ciudad del mundo en convertirse en Destino Turístico Inteligente certificándose con la Marca Q frente a la Norma UNE 178501—, ha explicado qué es Benidorm DTI, "una estrategia de reposicionamiento de un destino que quiere ser siempre mejor y que cuenta con un equipo de más de 100 personas, un laboratorio de innovación y tecnología y con la inteligencia turística".

Para finalizar, la CEO de Inteligencia Turística, consultora especializada en DTIs, Celia Romero, ha explicado que desde la consultora se ha participado en todas las partes de la conversión de Benidorm en el primer Destino Turístico Inteligente del mundo y ha subrayado que la Norma UNE 178501, que se certifica con la Marca Q, "forma parte de una estrategia de Estado para reposicionar destinos, que nos ha convertido en un referente".

Isabel Oliver traslada al ICTE su 'respaldo inequívoco' a la 'Q' de Calidad Turística

El Gobierno insiste en su compromiso con la marca 'Q' de Calidad Turística. En el marco del V Congreso Internacional de Calidad Turística, que se ha celebrado en Puerto de la Cruz, la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, ha manifestado "el respaldo inequívoco" de su departamento a la gestión del Instituto de Calidad Turística Española (ICTE).

Como mejor muestra de ello, aprovechó el marco del congreso para anunciar que el Consejo de Ministros del 15 de noviembre aprobaría la subvención anual destinada a dicha entidad. Sin embargo, "en un escenario de prórroga presupuestaria, se mantendrá la cantidad de anteriores ejercicios al no haberse aprobado el nuevo presupuesto que incluía un incremento del 50%", explica. Finalmente, Oliver agradece a los empresarios "su valentía en las respuestas que están ofreciendo en un año especialmente difícil para el Sector, así como el compromiso que ha podido constatar en primera persona de este colectivo desde la colaboración público-privada".

Por su parte, el presidente del ICTE, Miguel Mirones, ha destacado que esta edición del congreso "persigue ofrecer respuestas al Sector Turístico, tanto al empresarial como a los gestores públicos, frente a la complicada situación que toca gestionar en estos momentos". En este sentido, avanza que "el ICTE va a liderar la creación de herramientas de gestión que faciliten la implementación en las empresas de los objetivos de desarrollo sostenible marcados por Naciones Unidas (ONU)", situando al Turismo "como líder de la economía socialmente responsable".

Incertidumbre en las islas

El alcalde de Puerto de la Cruz, Marco González, ha reiterado el apoyo de su consistorio a este congreso y se congratula por el hecho de que "la 'Q' de Calidad Turística volviera a casa", en referencia a que fue precisamente en este municipio donde la marca nació en los años 90, fruto de la iniciativa de un conjunto de empresarios hoteleros pioneros. "Puerto de la Cruz es una ciudad pionera en el ámbito del Turismo y en los próximos años seguirá trabajando para seguir siendo innovadora", adelanta.

En línea con los participantes en el evento, el presidente del Cabildo de Tenerife, Pedro Martín, ha reivindicado el papel del Turismo, que en Canarias representa cerca del 30% del Producto Interior Bruto (PIB). En su opinión, "el compromiso de las instituciones públicas" debe encaminarse hacia la calidad, con el objetivo de poner en marcha actuaciones como por ejemplo, "recuperar paseos y playas o potenciar redes wifi", por señalar algunas. "Es fundamental que las buenas intenciones se refrenden en los presupuestos, incrementando las partidas destinadas a Turismo", advierte.

Finalmente, la consejera de Turismo, Industria y Comercio de Canarias, Yaiza Castilla, ha enumerado en su intervención todos los retos a los que se enfrenta el Turismo "en un momento ciertamente trascendental". En concreto, menciona la quiebra de Thomas Cook, la incertidumbre del Brexit, la crisis en Alemania o el cierre de bases de Ryanair. Entre otras cuestiones, ha trasladado a los

asistentes el compromiso de su Gobierno "de apoyar económicamente vía presupuestos al Sector Turístico".

El V Congreso Internacional de Calidad Turística, que reúne a cerca de 400 profesionales en Puerto de la Cruz, albergará, en total, siete mesas redondas, que analizarán cuestiones como las respuestas a la crisis del modelo de comercialización en el Turismo motivada por la quiebra

de Thomas Cook; los programas sociales de Turismo promovidos por el Imserso; el desarrollo turístico sostenible; la marca 'Q' de Calidad Turística como garantía para la prestación de los servicios turísticos; las oportunidades y retos de los Destinos Turísticos Inteligentes; la gestión de la calidad en museos; y la enogastronomía como oportunidad de desarrollo local.



La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, en la inauguración.

(Fitur)

SOCIO FITUR

Imagine your **Korea**

SOMOS TURISMO

MADRID, 22 - 26 ENERO 2020

40 AÑOS **FITUR**

IFEMA Feria de Madrid

fitur.com

UNWTO MIEMBRO AFILIADO

IBERIA TRANSPORTISTA OFICIAL

El precio del 'paquete' cae tímidamente en octubre

El precio de los 'paquetes' turísticos registra en octubre un ligero retroceso del 0,7% en comparación con el mismo mes del año anterior. Según los datos recabados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), este producto, comercializado en exclusiva por agencias de viajes, cae un 5,7% respecto a septiembre. El precio de los viajes a destinos nacionales cae un 4,3%.

Disney lanza un nuevo programa de formación

Disney ofrece formación a un gran número de agentes en España y Portugal a través de su nuevo programa Disney Destinations Experience, "uno de los mayores planes de formaciones de la industria del Turismo", según señalan. Los usuarios están conociendo desde el pasado 13 de noviembre todas las novedades de las temporadas y las diferentes campañas a lo largo del año.

Mundomar dará servicio en destino a sus clientes

Mundomar Cruceros dará a partir de ahora servicio en destino a sus clientes. La empresa española, que representa a compañías de cruceros de la talla de Princess Cruises y Cunard Line, amplía su alcance con el objetivo de "cuidar de la seguridad y dar servicio" a los pasajeros, explica su fundador, Agustín Quesada. Crece a doble dígito "pese a los desafíos", destaca.

Sudáfrica apuesta por el Turismo familiar

El ministro de interior de Sudáfrica, Aaron Motsoaledi, ha anunciado que los menores de edad ya no necesitan certificados de nacimiento ni cartas de consentimiento cuando viajen con sus padres a este país. Esto favorece enormemente el Turismo familiar al país y permitirá "trabajar para recuperar este mercado", según su director general en funciones de Turismo de Sudáfrica, Sthembiso Dlamini.

Persisten las irregularidades en la distribución de las Rutas Culturales de la Comunidad de Madrid

UNAV colabora con la administración autonómica para corregir la situación actual

Las medidas adoptadas por el Gobierno de Madrid para evitar la venta del programa de Rutas Culturales fuera de la Comunidad autónoma, puestas en marcha esta

misma temporada, parecen no dar resultados. Fuentes consultadas por NEXOTUR aseguran que, a pesar de las quejas tanto de agencias de viajes como de Organizacio-

nes empresariales, continúan accediendo a este programa ciudadanos de otras zonas de la geografía española, lo cual está totalmente prohibido.

Continúa sin atajarse el descontrol existente en la distribución de las Rutas Culturales de la Comunidad de Madrid. Fuentes consultadas por NEXOTUR aseguran que, a pesar de las quejas tanto de agencias de viajes como de Organizaciones empresariales, continúan accediendo a este programa ciudadanos de otras zonas de la geografía española, lo cual está totalmente prohibido. Las condiciones para beneficiarse de estos viajes son muy claras: es obligatorio residir en la Comunidad de Madrid y tener cumplidos los 60 años en el momento de la solicitud.

Preguntado por estas irregularidades, el presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), Carlos Garrido, explica que "hemos pedido a la administración que se controle el uso de estos programas". "Hay que tener en cuenta que la mayoría de las agencias organizadoras de este programa son asociadas de UNAV, motivo por el cual estamos colaborando con la administración para que este programa sea un éxito, las agencias lo podamos seguir comercializando y nuestros mayores sigan disponiendo de una oferta de viajes con las

mejores condiciones y las mayores garantías", subraya.

Por su parte, la gerente de CEAV, Mercedes Tejero, insiste en que se está poniendo en peligro la continuidad de un programa que mueve más de 100.000 viajeros al año. En opinión de Tejero, "la Comunidad de Madrid debería controlar más este tema".

Se adoptaron medidas

Como publicó el periódico NEXOTUR, con el objetivo de combatir las irregularidades en la comercia-

lización, la Comunidad de Madrid obliga a las empresas a exigir documentación acreditativa que demuestre el lugar de residencia del cliente. Incluso uno de los requisitos es la cumplimentación de un formulario en el que el beneficiario declara que son ciertos sus datos y que es conocedor de que la ocultación o falsedad de los mismos puede ser motivo de cancelación de la plaza obtenida. Además, deben dar conformidad para el tratamiento de los datos informáticos, autorizando a la Comunidad a verificar la autenticidad de los mismos.



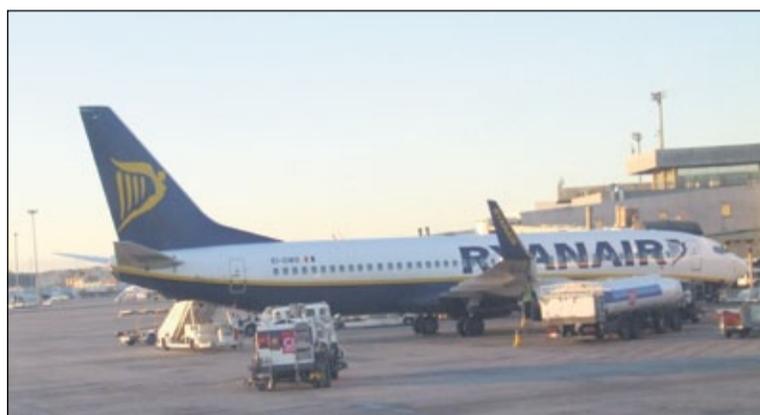
Mueve más de 100.000 viajeros al año.

CEAV acusa a Ryanair de 'dumping' para 'cargarse así a la competencia'

Crítica la 'ceguera' de los políticos y empresarios que apoyan a la 'low cost'

El expresidente de CEAV, Rafael Gallego, dedicaba antes de finalizar su mandato unas duras palabras a Ryanair, aerolínea que a lo largo de los años ha protagonizado diferentes enfrentamientos con el Sector de agencias de viajes. "Tenemos un monstruo que es Ryanair y que en determinadas rutas se puede decir o suponer que está haciendo dumping para cargarse a la competencia", denuncia y asegura que "existen pruebas".

En esta línea, critica la "ceguera" de los políticos y representantes empresariales que "siguen queriendo que venga" la low cost irlandesa mientras que, al mismo tiempo, "se posicionan en contra de la incorporación de Air Europa a Iberia". "Me parece un estrategia de tierra quemada apoyar a este tipo de compañías aéreas, porque al final lo que va a servir es para esclavizarte y eliminar competencia", lamenta. "Yo si fuese Michael O'Leary haría lo mismo: me cargo a la competencia y cuando tenga tu dependencia, en especial en zonas como Canarias y Baleares que necesitan el avión para todo, digo que quien va a pagar esto son ustedes",



Ryanair ha tenido un claro impacto en los destinos españoles.

prosigue Gallego, en referencia a las administraciones públicas.

Caída de la ocupación hotelera

A su juicio, el crecimiento protagonizado por Ryanair ha tenido un claro impacto en los destinos españoles. "Una consecuencia directa es la caída de la ocupación hotelera en zonas como Baleares, Canarias y Costa del Sol, donde se ha pasado de 14 a 8,2 noches", afirma. Al respecto, argumenta que "como no hay que amortizar el precio del billete de

avión, el pasajero va y viene cuando quiere". "No se dan cuenta de que un ciudadano europeo que paga 50 euros por volar a Canarias no va a desembolsar 150 euros por alojarse una noche de hotel", remarca.

Gallego aclara que sus críticas nada tienen que ver con la relación comercial de Ryanair con las agencias de viajes. Es más, asegura que "vendemos más del 50% de sus billetes comprándolos directamente en su página web". "Es inevitable que los agentes le demos a nuestros clientes lo que quieren", sentencia.

El Gobierno presume de la diversificación de los emisores

El Gobierno saca pecho por la reducción de la dependencia de las grandes potencias emisoras. Aunque el peso de mercados como Reino Unido y Alemania sigue siendo abrumador, resalta que las fichas ejecutivas trimestrales sobre 18 países publicadas por TurEspana "confirman la transición hacia un modelo de mayor calidad, gracias a la diversificación creciente de los mercados de origen".

En los nueve primeros meses de 2019 se han registrado incrementos tanto en el flujo de turistas (+1,3%) como en el gasto (+3%), mientras que las pernoctaciones hoteleras se estancan. Destaca especialmente el fuerte avance protagonizado por mercados lejanos como Estados Unidos, uno de los que mejor comportamiento está mostrando con una tasa interanual del 14,3% en las llegadas y cercano al 13% en gasto. También los países asiáticos se caracterizan por su gran dinamismo, con un avance de las pernoctaciones hoteleras del 22,4% en China y del 26,3% en Japón.

Reino Unido y Alemania muestran evoluciones dispares en los nueve primeros meses del año. El



Isabel Oliver

primero da muestras de estabilidad al haberse moderado el descenso de turistas, mientras que su gasto sube un 1,2%. Alemania, por su parte, presenta una tendencia correctora a la baja, regresando a valores más acordes a la serie histórica. Ambos

se están viendo afectados por la incertidumbre en el contexto internacional como consecuencia del Brexit, la quiebra de Thomas Cook o la desaceleración económica.

Datos muy positivos

Para la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, "estos datos son muy positivos porque la diversificación de mercados emisores, y muy especialmente a la captación de mercados lejanos, favorece el incremento de la rentabilidad del Sector y ayuda a lograr un Turismo más desestacionalizado, sostenible, rentable y competitivo". "Además, muestran la efectividad de las medidas adoptadas estos meses en el marco de las directrices generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 aprobadas en enero", afirma.

Guides, nueva función para la planificación de viajes

Guides es una nueva función de Kayak que permite a los usuarios crear y compartir itinerarios de viaje personalizados con amigos, familia y otros viajeros. Con esta función, se puede tener un registro de todos los sitios que visitar y añadir notas durante el viaje (para acordarte de que ese café con leche de nuez de macadamia hizo que mereciera la pena desviarse); y diseñar itinerarios de viaje visuales y personalizados, y planificar tus actividades utilizando un mapa interactivo. También ofrece opciones para compartir experiencias de viaje con amigos y familia.

"Hemos querido que personalizar tus recomendaciones de viaje fuera algo más interactivo, por eso hemos creado nuestra propia herramienta: Guides de Kayak", aseguró la vicepresidenta de producto de Kayak, Vanessa Kafka. "Próximamente, los viajeros podrán buscar por localizaciones concretas, por temas y mucho más" añade.

Iberia y Air Europa ya permiten hacer reservas a través de Movistar

La aerolínea española apuesta firmemente por ofrecer canales de contacto alternativos

Iberia y Air Europa llegan a la televisión de la mano de Movistar. Ambas compañías aéreas permiten a sus clientes reservar billetes de

avión a través de sus respectivas *app* en Movistar, accesibles desde la televisión o en el dispositivo Movistar Home. Durante la navegación

dispondrán de recomendaciones de destinos y eventos de interés e incluso consultar algunos videos inspiracionales sobre muchos destinos.

Iberia ha desarrollado su Movistar Living App que ofrecerá contenidos exclusivos tanto a los usuarios de Movistar Home, a través de su asistente virtual Aura, como a los de Movistar+ que cuenten con decodificador UHD. Solamente con decir "Ok Aura, abre Iberia" o bien a través del mando de la televisión, se podrá acceder a guías de destinos con recomendaciones sobre eventos y lugares de interés, consultar videos inspiracionales sobre viajes o reservar de billetes a través de su página web.

Con la Living App de Iberia en Movistar, la compañía aérea "refuerza aún más su apuesta por la voz y por ofrecer canales de contacto alternativos a los tradicionales a sus clientes", remarcan desde la misma. Su director de transformación, Gabriel Perdiguero, resalta que "la Movistar Living App de Iberia nos permite acercarnos aún

más a nuestros clientes, que, desde el salón de su casa y a través de su televisión, podrán inspirarse a la hora de planificar su viaje e incluso comprar su billete con un enlace directo a www.iberia.com".

Añadirán más funcionalidades Iberia ya trabaja en incorporar nuevas funcionalidades a su Movistar Living App con el objetivo de ofrecer un servicio más personalizado a sus clientes, como por ejemplo, permitiendo obtener información sobre la reserva, recibir recomendaciones o recordatorios sobre un vuelo, entre otras.

Por su parte, los clientes de Air Europa y Movistar en España también pueden reservar sus vuelos a través de la *app* de Air Europa en Movistar. Próximamente, la aerolínea habilitará funcionalidades como el *check-in*, seleccionar el asiento,



Podrán distribuir billetes a través de sus respectivas *app* en Movistar.

facturar o añadir maletas, contratar wifi a bordo o enviarse la tarjeta de embarque directamente al móvil. El director de transformación, José Carlos Lacaci, apunta que "en Globalia estamos obsesionados con mejorar la experiencia de nuestros clientes y tenemos la convicción de que los asistentes de voz y la

inteligencia artificial suponen un antes y un después". "En concreto, ya ponemos a disposición de 12 millones de clientes la posibilidad de reservar sus vuelos e inspirarse para sus viajes, y pronto les permitiremos hacer cosas como seleccionar sus asientos a través de la voz y sin moverse del sofá", concluye.





SÍGUENOS EN LAS REDES SOCIALES

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



GrupoGEA.Spain
mundigea.spain

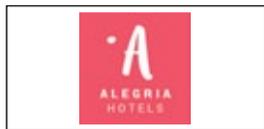
+ de 70.000 seguidores



GEATRAVELMEDIA



La nueva versión de la web de Alegría Hotels



Alegría Hotels presenta una nueva página *responsive* en la que, con un nuevo diseño y cambios en su estructura de accesos, mantiene la información de sus hoteles de costa y su sencillo sistema de reservas, disponible para empresas y agencias.

Autobuses en Almería en Autocares Rodríguez



La web de Autocares Rodríguez ofrece, con un diseño de pantallas adecuado, una información muy limitada sobre la empresa, sus servicios y su flota, sin ningún tipo de gestión de reservas, para lo que ofrece un formulario de consulta.

Interhome presenta una nueva versión 'responsive'



La página web de Interhome, con un diseño y una estructura compatibles para terminales móviles, muy semejante a los de la anteriormente analizada, mantiene la información de sus alojamientos y la reserva, que no es válida para las agencias.

Nueva versión de la web de Turismo de Guatemala



La nueva página *responsive* de Turismo de Guatemala presenta, con un diseño y una estructura renovados, información sobre el país, sus destinos, actividades, eventos y una relación de alojamientos con sus características y el enlace con su web.



Las agencias IATA tendrán acceso a Travelport.

AGC establece una alianza con TDCS by Travelport

Las empresas asociadas a la Alianza de Grupos Comerciales (AGC) se beneficiarán de los productos y servicios de TDCS by Travelport. Ambas empresas han suscrito un contrato a través del cual las agencias con título de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) tendrán acceso a Travelport, pudiendo trabajar con el GDS.

Por otro lado, AGC ha cerrado un acuerdo con sus consolidadores aéreos preferenciales para que

las agencias no IATA que quieran instalar un *Smartpoint* y tener acceso a Travelport puedan, de esta forma, emitir billetes de avión a través de los mismos y disponer de una gran autonomía parecida a la de una agencia IATA. En palabras del director general de TDCS by Travelport, Endika Ormaeche, "con esta nueva alianza TDCS continúa en su proceso de ampliar el número de agencias de viajes que trabajan con Travelport en el mercado español".

HRS comienza a implementar la inteligencia artificial aumentada

El objetivo es mejorar la proyección de las tarifas de hoteles corporativos

La inteligencia artificial aumentada ha aterrizado con mucha fuerza en HRS con una nueva tecnología que permite a los responsables de compras a tener una visión más precisa de los presupuestos. Además, las corporaciones podrán ahorrar hasta un 10% en sus principales destinos corporativos.

HRS ha presentado una innovadora tecnología de proyección de tarifas hoteleras impulsada por la inteligencia artificial aumentada (IAA). Con esta tecnología, los programas hoteleros tienen más influencia en las negociaciones tradicionales, ayudando a las corporaciones a ahorrar un 10% o más en sus principales destinos corporativos, según han destacado desde HRS. La compañía ha señalado que a partir de ahora los responsables de compras que trabajan con HRS tendrán una visión más precisa.

La IAA es superior a la inteligencia artificial estándar, ya que ejecuta múltiples modelos de datos en lugar de una sola rutina. En este sentido, los modelos de HRS aprovechan los algoritmos de predicción avanzados utilizados por las instituciones financieras, las redes sociales y

los grandes mercados de comercio electrónico combinándose y validándose para obtener una mayor precisión. Finalmente, la automatización revisa todos los resultados y selecciona el modelo de datos con el menor grado de error.

Aprendizaje automático

Los modelos de IAA de HRS se basan en el aprendizaje automático que identifica patrones complejos a partir de la transmisión continua de datos de tarifas de alojamientos. Al observar un mercado en concreto, los factores que afectan el análisis incluyen patrones de tarifas a largo plazo, incluida la estacionalidad; eventos locales a corto plazo que elevan las tasas de ocupación; tarifas corporativas de referencia en todo el destino; tari-



Ofrece una visión más precisa.

fas corporativas de referencia en la categoría vertical y de volumen de un cliente; algoritmos que miden errores promedio en proyecciones pasadas; compilación inteligente de modelos de pronóstico para mejorar la precisión específica del destino; búsqueda de viajeros y datos de reserva; e incorporación consistente y mejorada de aprendizaje automático para cada destino.

TravelTool introduce un novedoso programa de transformación digital

Incluye 'webinars', documentación, videotutoriales y formaciones presenciales

Traveltool e-services lanza un programa de transformación digital para todas las agencias de viajes asociadas. Su pretensión es ayudar a los profesionales a "usar la tecnología para mejorar los procesos y, en definitiva, vender más", explican desde el Grupo de gestión propiedad de Logitravel.

El programa empezó con un primer proceso de investigación basado en encuestas, entrevistas y focus group en el que han participado 467 agencias entre los meses de mayo octubre. Con esta iniciativa buscaba conocer el perfil de la agencia presencial, así como sus inquietudes y necesidades.

Para su puesta en marcha, Traveltool ha firmado un convenio de colaboración con Windup, marca especializada en estrategias de marketing digital para empresas turísticas. El programa incluye webinars, documentación, he-



La cuota de mercado de España es del 0,4% hasta junio.

rramientas (propias y de otras empresas), videotutoriales y formaciones presenciales.

El director comercial de Traveltool, Ignacio Puig, ha hecho especial hincapié en que "la transformación digital es usar la tecnología a favor del viento",

siendo "para una agencia vender viajes de una forma diferente sin perder su vocación de servicio al cliente". "Todas las agencias asumen que la forma de vender viajes ha cambiado radicalmente y esto hay que enfocarlo como una oportunidad", añade.

TAP y Sabre presentan un nuevo canal privado

Sabre Corporation ha renovado su acuerdo de distribución a largo plazo con TAP Air Portugal. Gracias a esta alianza, aquellas agencias de viajes que se suscriban al canal privado de la aerolínea portuguesa podrán disfrutar, a partir del próximo 1 de enero de 2020, de una mayor variedad de contenidos. Al mismo tiempo, tendrán a su disposición una gran cantidad de información de confianza y actualizada para crear ofertas más completas y personalizadas.

En palabras del vicepresidente de ventas aéreas de Sabre en Europa, Alessandro Ciancino, "tanto Sabre como TAP Air Portugal están dedicados a ofrecer a sus viajeros el mejor contenido disponible". "Gracias a la renovación, los agentes disfrutarán de una selección y un control óptimo sobre los productos que reservan con la aerolínea, mientras que nuestro nuevo acuerdo de canal privado



Han suscrito un nuevo acuerdo.

les permitirá crear experiencias mejoradas", añade.

Por su parte, la directora de ventas de TAP Air Portugal, Paula Canada, resalta que "la tecnología de Sabre, junto con nuestro nuevo acuerdo de canal privado, nos ayudará a seguir cumpliendo nuestra visión". "La industria de viajes está en constante evolución y nos entusiasma seguir innovando juntos para ofrecer una experiencia superior a los viajeros", remarca.

Grupo Dit Informa

Nos vamos de ¡CONVENCIÓN!

DIT Gestión estará celebrando su II. Convención del 29 de Noviembre al 1 de Diciembre en Peñíscola. Por delante, un más que intenso fin de semana lleno de actividades en las que participarán alrededor de **1.000 profesionales del sector**.

Las agencias asociadas al grupo irán llegando a Peñíscola a lo largo de la tarde del viernes 29. Para facilitar los traslados de los agentes hasta allí, DIT Gestión ha puesto a disposición de quienes así lo necesiten autobuses desde Barcelona, Tarragona, Valencia y Castellón. El lugar elegido para alojar a todos los asistentes es el Hotel ZT Suites Peñíscola.

El sábado 30, el día dará comienzo con una sesión de zumba, eso sí, para los más madrugadores. Tras el desayuno, los asistentes se trasladarán hasta el Palacio de Congresos de Peñíscola, donde se celebrará el Acto Inaugural de la Convención, al que acudirán representantes de la Generalitat de Valencia, la Diputación de Castellón y el Ayuntamiento de Peñíscola. También se celebrará una Mesa Redonda para tratar y debatir sobre el rumbo que están tomando las agencias de viajes y si tiene futuro la agencia "standard". En la misma

participarán diferentes turoperadores, así como compañías aéreas y agentes de viajes.

Más de 100 proveedores en el Workshop

El punto fuerte del día será el Workshop donde los agentes podrán tratar directamente con más de un centenar de proveedores que acudirán. El Workshop se celebrará en dos rondas, una por la mañana y otra por la tarde, y simultáneamente habrá talleres formativos impartidos por proveedores y personal de DIT Gestión. Muchas agencias asistentes lo describen, de hecho, como un "Mini FITUR". Entre los talleres se podrán encontrar temáticas muy variadas. Para reponer fuerzas, el grupo ha organizado una paellada en la propia terraza del Auditorio del Palacio.

Ponencia de Emilio Duró

Una vez finalizada la segunda ronda del Workshop con los proveedores dará comienzo una conferencia impartida por el empresario, profesor y conferenciante Emilio Duró, sobre la motivación en el turismo y el porqué de la empresa de éxito. Posteriormente se celebrará la entrega de premios de la Convención. El intenso día finalizará con una

cena de gala en el hotel.

El domingo, 1 de diciembre será el día para disfrutar y conocer de primera mano la oferta turística y de ocio de Peñíscola. Habrá 2 excursiones disponibles: Peñíscola de Cine y un paseo en el Tren Turístico de Peñíscola para conocer la localidad.

Los asistentes a la Convención se reunirán por última vez en la comida de este día, que será un Buffet de Marisco. Después de comer, cada uno emprenderá camino de vuelta a sus localidades de origen. Al igual que en la llegada del viernes, quien lo necesite tendrá transfer a Castellón, Valencia, Tarragona y Barcelona.

Desde DIT Gestión, quieren trasladar un especial agradecimiento a la Diputación de Castellón por su colaboración, así como a todas las entidades de Turismo, tales como Valencia y Peñíscola, y a los proveedores, que han hecho posible la organización de este evento. Y como no, a todas las agencias de viajes, que han confirmado su asistencia.



II. Convención

29 Noviembre - 1 Diciembre, 2019



Peñíscola

Una agenda personalizada para cada agencia que participa en la Convención de Dit Gestión

El grupo celebrará su segunda Convención del 29 de noviembre al 1 de diciembre en Peñíscola.

DIT Gestión ha desarrollado una herramienta exclusiva con el objetivo de que cada agente pueda "personalizar" y sacar el máximo partido a la Convención del grupo que se celebrará a finales de este mismo mes. La herramienta, en formato web-app, permitirá a cada agente ver a tiempo real el timing del evento, así como darse de alta en las formaciones y actividades que más le interesen.

El grupo, con cerca de mil agencias asociadas, es conocedor de las distintas necesidades que tiene cada agencia. Por esta razón, han creado una Convención llena de diferentes actividades, formaciones y reuniones donde las agencias podrán personalizar su agenda previamente, y así sacar el máximo provecho al evento.

El grupo de gestión de agencias independientes ultima los detalles de esta aplicación, que prevén podrá ser presentada a sus asociadas a lo largo de los próximos días. Para acceder a ella, cada agente

que ya haya confirmado su asistencia a la II. Convención del grupo, recibirá un enlace con su usuario y contraseña personales para poder acceder a todo el contenido y empezara a utilizar la herramienta.

Cada agente podrá consultar en todo momento la programación, a tiempo real, del evento, así como el listado de todos los proveedores que acudirán a la misma y las formaciones que se impartirán, tanto por parte de los proveedores como del propio personal de DIT. Rellenando un sencillo formulario, el agente podrá darse de alta en aquellas actividades en las que desee participar, y desde la propia Web/App, podrá descargar su propio código QR de acceso a las mismas. Es decir, cada agente, desde su móvil, tendrá acceso a su agenda personalizada y actualizada.

También podrán ver, desde la propia aplicación, todo el contenido multimedia que los asistentes suban a las redes sociales a través del hashtag oficial

del evento: [#ConvenciónDitGestión](#).

Los agentes que acudan a la convención podrán empezar a usar la herramienta desde el mismo momento en el que el grupo de gestión la lance, ya que desde ese momento irán recibiendo notificaciones y avisos importantes de cara al evento. También servirá para que cada asistente elija y reserve plaza para el traslado que necesite hasta y desde el lugar de celebración de la Convención: el grupo pondrá a disposición de los agentes que lo necesiten, autobuses para llegar hasta Peñíscola el viernes 29, que saldrán desde Barcelona, Valencia y Castellón, así como para volver el domingo 1 de Diciembre, al término de todas las actividades programadas.

DIT Gestión espera una gran acogida de la herramienta por parte de sus asociadas y espera que les sea de gran utilidad a los cerca de 500 agentes que asistirán a la II. Convención del grupo.



TU AGENDA PERSONALIZADA

[#ConvenciónDitGestión](#)

DIT Gestión
Mis datos
Programa Completo
Mi Agenda
Proveedores Presentes
#ConvencionDITGestion
Salir



Alta en Formaciones y Actividades Opcionales



QR de Acceso



Programa del evento



Mi Agenda Personalizada

Fam Trip a Cuba exclusivo para agencias Dit Gestión

El Fam Trip ha sido posible gracias a la colaboración de FFV (Fly For Vacations), receptivo en Cuba.

Dit Gestión suma un nuevo Fam Trip, esta vez a Cuba y en grupo reducido. 6 agencias del grupo han podido disfrutar y conocer la isla caribeña de la mano de FFV (Fly For Vacations). El grupo ha estado acompañado en todo momento de Jon Arriaga, Presidente de Dit Gestión, y Ariane Gorgas, en representación del receptivo.

Los participantes del Fam han vuelto más que satisfechos, calificando el viaje de "impresionante" y destacando la perfecta organización por parte de FFV: *"Podimos descubrir una Cuba diferente a la que estamos habituados a la hora de ofrecer a nuestros clientes, tocando con más intensidad el interior de esta fantástica isla"*, afirma Jon Arriaga.

El circuito que realizaron fue:

Habana

En la capital visitaron la Habana Colonial y, como no, la moderna.

Viñales

Con una experiencia única de visita de plantaciones a caballo, en plena montaña.

Cienfuegos

Con un paseo por los diversos pantanos en barca y el criadero de cocodrilos, así como la visita a esta

preciosa ciudad con un histórico toque afrancesado.

Trinidad

Declarada Patrimonio de la Humanidad, ciudad donde se vive el verdadero ambiente de la Cuba tradicional, amabilidad, salsa, ambiente...

Cayo Santamaría

Algunas de las mejores playas en Latinoamérica y maravillosos lugares para practicar buceo.

Al margen de un fantástico ambiente, en el viaje se han podido combinar visitas de instalaciones hoteleras con el conocimiento de la isla, y a su vez ampliar y potenciar la relación entre agencias DIT.

"Sinceramente, hay que decir que la organización del Fam Trip ha sido, no buena sino perfecta, sin un mínimo fallo o detalle y una gran profesionalidad, al igual que han demostrado los agentes asistentes, por desgracia no tantos como nos hubiese gustado llevar desde DIT, pero una fantástica representación de nuestra familia de agencias", destaca Arriaga.

En resumen:

- Este viaje ha servido para conocer mucho más a fondo la otra imagen de Cuba, aquella no tan playera, sino una en la cual se pueden admirar las maravillas que Cuba ofrece, maravillas que va-

len por sí solas el apelativo de isla maravillosa.

- En el mismo los agentes han podido reafirmar que en el mundo del viaje hay una cantidad enorme de variables que ofrecer del mismo, y que un destino como este puede ofrecerse, cultural deportiva e históricamente, sin centrarse en otros aspectos, y combinarlo con hermosas playas y cayos, con una grandísima variedad de fauna tanto terrestre como marina.

- Destacar la profesionalidad de TODOS los agentes participantes, implicándose de lleno en el conocimiento de este país así como de alojamientos, etc.

- El viaje ha servido para unir más a las agencias participantes y hacer más sólida su convicción de por qué DIT es mucho más que un grupo de gestión, un grupo de profesionales que están en continua dinamización en búsqueda de nuevas alternativas para sus clientes.

Dit Gestión quiere agradecer personalmente tanto al grupo de agentes que han podido acudir por su profesionalidad demostrada en todo momento, como al equipo de FFV, encargado de organizar y dinamizar dicho Fam.



Fam trip de DIT Gestión a Universal Orlando y Miami

Han participado en este viaje exclusivo 24 agencias de viajes asociadas al Grupo de gestión.

Un total de 24 agencias del grupo Dit Gestión han participado en el fam trip exclusivo para DIT, organizado con la colaboración de Universal Orlando, Bedsonline y Norwegian Airlines, del 3 al 11 de noviembre.

El domingo, 3 de noviembre, las agencias comenzaron el viaje de familiarización, saliendo desde Madrid y Barcelona, con vuelos operados con Norwegian y acompañados de Carlos Tamarit por parte de Bedsonline y de Nagore Arriaga, por parte de Dit Gestión.

Durante los primeros días, se alojaron dentro del parque Universal Orlando, en el Hotel Cabana Bay Beach Resort, donde fueron recibidos por la responsable de Relaciones Internacionales del Parque, Mariale Ojeda. Tuvieron la oportunidad de disfrutar de los 3 parques de Universal Orlando: Volcano Bay, Universal Studios Florida y Universal's Island of Adventure, donde vivieron la experiencia de todas las atracciones en primera persona. Recibieron formación por parte de Universal y conocieron los hoteles, pudiendo degustar el desayuno cada día, en un hotel diferente. Por tanto, la formación, diversión y entretenimiento, estuvieron en todo momento presentes.

El viernes 8 de noviembre, tras varios días en el parque, las agencias pudieron también disfrutar de un día libre, en la NASA (Cabo Cañaveral), explorando en vivo, el lugar de los lanzamientos conocidos a nivel mundial. Finalizando el día con una cena de despedida con el equipo de Universal Orlando.

El sábado, día 9, a primera hora, el grupo de los 24 profesionales partieron rumbo a Miami, donde tras alojarse en Miami Beach, pudieron conocer los rincones más conocidos de esta ciudad, así como el ritmo de la Pequeña Habana al anochecer.

El domingo 10 de noviembre, tras exprimir las últimas horas en Miami, cogieron ya el vuelo de regreso, dando fin a una semana, que muchos de los asistentes han descrito como "el mejor Fam Trip de su vida".

Desde el grupo DIT, trasladan su agradecimiento a la apuesta realizada por Universal Orlando, Bedsonline y Norwegian, para que esta experiencia inolvidable, haya sido posible.



Seaworld Orlando

Las agencias DIT asistentes al mismo fueron: Abuc Viajes, Atrapa Viajes, Cruceritis, Viajes Mil Destinos, Viajes Taburiente, Western Travel, El Viaje de Paula, Global Online, Eume Viajes, Gourmety Viajes, Going Travel, Euforia Viajes, Infinity Tours, Saphora Viajes, Leixida Tours, Planeta Viajero, Simeon Viajes, Viajes Sofimar, Viajes de Norte a Sur, Disnexperience, Viages Travelling y Volaria Canals.



Agencias DIT en la entrada de Universal Orlando.

Vacaciones Navidad

¿Seguro para vacaciones de Navidad?

Pregunta.- Se acerca la Navidad y, a la vuelta, como ocurre en todos los periodos de desplazamientos masivos, solemos enfrentarnos a un gran número de reclamaciones por distintas causas. ¿Cómo puedo proteger a mis clientes de los problemas más habituales?

Respuesta.- Como bien apuntas, la Navidad es un periodo en el que se produce una gran cantidad de desplazamientos. Según nuestras estadísticas, los principales problemas suelen darse en los desplazamientos en avión, sobre todo percances relacionados con cancelaciones de vuelos y pérdidas o daños de equipaje. Así, el 55% de las incidencias se debe a cancelaciones, retrasos y *overbooking* en vuelos y el 30% a roturas, demora en la entrega y pérdida de las maletas; tras estos problemas habituales, los problemas de salud suponen el 10% de las incidencias, sobre todo por trastornos digestivos y caídas, y el resto de incidencias, que suponen el 5% del total, se debe a problemas en los hoteles, como pueden ser la falta de reserva y *overbooking* y el retraso en el traslado del aeropuerto al hotel. Además, también tenemos que tener en cuenta la cancelación del viaje. Las causas más comunes de cancelación son: enfermedad o accidente del cliente, enfermedad o accidente de un familiar, problemas con la documentación del viaje e incorporación a un nuevo puesto de trabajo.

También debemos añadir que la Navidad es un periodo ideal para realizar viajes a la nieve. En estos desplazamientos son habituales otro tipo de incidencias, sobre todo aquellas relacionadas con la cancelación o el retraso de los medios de transporte, la pérdida de servicios previamente programados, como forfait o clases de esquí, y caídas, colisiones con otros esquiadores u objetos y accidentes en pista que pueden requerir, en casos muy graves, la repatriación de los heridos.

La mejor manera de proteger a tus clientes frente a este tipo de

incidencias es proporcionarles un seguro de viaje adecuado a cada tipo de desplazamiento. De esta manera, la agencia de viajes transfiere la responsabilidad a la compañía aseguradora, que responderá por ella. En el caso de InterMundial, al estar especializados en Turismo, contamos con todo tipo de seguros de viaje —incluso seguros específicos para deportes de nieve o cruceros—, en función del destino y de las necesidades del viajero, llegando a cubrir hasta la cancelación del viaje sea cual sea la causa.

Como sabes, los seguros de viaje no son obligatorios, pero sí muy recomendados en según qué tipo de viaje. Hay destinos que, por sí mismo, suponen un riesgo muy alto para el visitante —bien por el clima, por las condiciones de salubridad o por el índice de criminalidad—. España, sin embargo, está muy lejos de alcanzar el grado de ‘cultura del seguro’ que tienen otros países europeos, como Reino Unido o Alemania. Mientras que en estos países la mayoría de la población viaja asegurada, con datos del 85%-90%, en el caso de España, hay destinos en los que solo dos de cuatro viajeros se desplaza con seguro de viaje (esta cifra se amplía a dos de cada tres en casos de destinos con mayor riesgo). Es muy difícil compararnos con países en los que hay una concienciación de la importancia del seguro tan alta, pero sí que es importante informar a los clientes de la existencia de los seguros de viaje, sobre todo teniendo en cuenta que también son una ayuda para las agencias de viaje, ya que transfieren todos los riesgos a la aseguradora.

Tu consultor

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

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

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

Emergencias

¿Actuar en emergencia en extranjero?

Pregunta.- Ante situaciones de riesgo para nuestros clientes, como determinados conflictos políticos o catástrofes naturales, ¿los agentes de viaje contamos con algún tipo de ayuda por parte del Estado?

Respuesta.- El Ministerio de Asuntos Exteriores dispone de una Unidad de Emergencia Consular que desarrolla una labor de atención a todos los españoles que se encuentran fuera del país en situaciones

de crisis. Dicha unidad se reúne dos veces al año con las agencias de viajes y turoperadores para que organismos estatales y empresas turísticas trabajemos de forma coordinada y estemos informados de todas las novedades en esta materia. Uno de los aspectos a los que el Ministerio da más importancia es, precisamente, la labor de prevención que lleváis a cabo tanto agencias como turoperadores.

El Ministerio considera vital que os informéis de la situación de cada uno de los destinos que comercializáis para asegurarnos de que el país al que envías a los viajeros cuenta con todas las garantías. En caso contrario, si se produjera una crisis, el Ministerio intervendría, pero la agencia de viajes quedaría afectada. Igualmente, el Ministerio recomienda que las personas que viajen al extranjero se inscriban en su página web, facilitando sus datos personales, datos de su viaje (país de destino, lugares que van a visitar y en los que se van a alojar) y los de los familiares que tienen previsto acompañarlas, así como los de las personas a las que habría que contactar en caso de emergencia. Dicha página dispone de una aplicación informática que permite enviar SMS a los móviles de los turistas. Este servicio es muy útil a la hora de localizar a los pasajeros y mantenerlos informados en el caso

de que tuviera lugar alguna situación imprevisible en destino, como una catástrofe natural, un atentado terrorista o una crisis política.

En casos como estos, el viajero puede dirigirse a la Embajada o Consulado más cercano o a la Unidad de Emergencia Consular, que atenderá emergencias y consultas en horario de oficina y dispone de un teléfono al que se puede contactar fuera de este horario, siempre que se trate de una emergencia grave.

Un factor de ayuda en esos casos es que la agencia de viajes mantenga activas las redes sociales, ya que se ha demostrado que, en caso de dificultades en el viaje, son un instrumento de comunicación inmediata con los clientes y permite mantenerlos informados sobre la situación y recomendarles pautas de actuación. En cualquier caso, es importante que tu agencia cuente con un servicio de atención al viajero 24 horas, 365 días al año, para que el viajero esté protegido desde que sale de su hogar hasta que regrese.

Por último, es fundamental que aconsejéis la contratación de un buen seguro de viaje: asistirá y ayudará a vuestros viajeros ante cualquier problema relacionado con los vuelos, equipajes, enfermedad y accidente, y por eso el Ministerio de Asuntos Exteriores lo recomienda y considera fundamental para viajar de forma segura.



III PREMIO TURISMO responsable

Dirigido a empresas turísticas expositoras en FITUR 2020 que en los dos últimos años hayan trabajado en favor del Turismo Responsable.

4 categorías

Hostelería · Transporte, Productos y Servicios turísticos · Destinos · Blogosfera

Envía tu candidatura a premios@fundacionintermundial.es
Más información en www.fundacionintermundial.es o en la sección oficial de Premios de FITUR.

MOSTRADOR



Han mejorado el cultivo de nieve tras los incendios.

Grandes novedades en las estaciones del Pirineo Francés

Las 39 estaciones con las que cuenta el Pirineo Francés han presentado recientemente un gran número de novedades para la próxima temporada 2019-2020.

En primer lugar, han invertido cerca de diez millones de euros en la reconstrucción del telesilla TSD Family y de un millón y medio para el telecabina de Les Pèlerins, que conecta Loudenvielle con la estación de esquí de Peyragudes. Por otro lado, los 3,2 millones utilizados en La Pierre Saint Martin mejorará el cultivo de nieve tanto en Font-Romeu Pyrénées 2000

(Pirineos Orientales) como en Luchon-Superbagnères, tras los pasados devastadores incendios.

También destaca la modernización del telecabina Les Pèlerins, en Les Angles, que ha representado una inversión de 1.600.000 euros. El renovado telecabina cuenta con 31 cabinas de nueva generación. En cuanto a nieve mecánica, destaca la inversión de 1.330.000 euros en cañones de nieve de Font-Romeu Pyrénées 2000; y, de 1.423.889 por parte de la estación de Luchon-Superbagnères.

✉es.lespyrenees.net/

Iberia inicia la operativa hacia Washington con vuelos directos

En la temporada de verano, hasta cinco frecuencias semanales directas desde Madrid

Iberia operará hacia la capital de Estados Unidos a partir del próximo 1 de mayo con cinco frecuencias semanales. La aerolínea pretende mejorar

la conectividad con norteamérica y satisfacer la demanda. De hecho, ha crecido también en San Juan de Puerto Rico y en San Francisco.

A mediados del mes de noviembre, Iberia presentó su nuevo programa de verano 2020 con la gran novedad de que a partir del próximo 1 de mayo comenzará a operar hacia Washington con una serie de vuelos directos ofreciendo hasta 68.000 asientos. El objetivo de la aerolínea es satisfacer la demanda de viajes corporativos y *premium* de este mercado.

La capital de Estados Unidos estará mejor conectada que nunca, porque Iberia ofrecerá hasta cinco vuelos directos a la semana a bordo de sus Airbus A330-300, con capacidad para 292 pasajeros, 29 en Business, 21 en Turista Premium y 242 en Turista.

También en Norteamérica, Iberia crecerá en San Juan de Puerto Rico en un 5%, llegando a ofrecer hasta siete frecuencias semanales, mientras que los vuelos con San Francisco los mantendrá desde principios



Iberia ofrecerá más de 60.000 asientos en vuelos durante el verano.

de abril a finales de octubre, es decir toda la temporada de verano.

Otras salidas

Por otra parte, la compañía aérea volará a partir del 29 de marzo a Japón, aumentando su oferta hasta las siete frecuencias semanales.

Asimismo, Iberia aprovechará la llegada de seis nuevos A350, nueva generación que incorpora la última tecnología, para ampliar la red de destinos donde vuela, como a Los Ángeles, que se sumará a destinos como Santiago de Chile, Buenos Aires, Nueva York y Chicago.

✉www.iberia.es

CroisiEurope lanza descuentos para las salidas durante Semana Santa y verano

La crucerista ha lanzado un 10% de descuento en varios itinerarios por los grandes fluviales del mundo

CroisiEurope afrontará Semana Santa y la temporada estival con un descuento de hasta un 10% en cinco de sus itinerarios por el

Rin, el Danubio o el Sena reservando antes del 31 de diciembre. Los itinerarios incluyen régimen de pensión completa, wifi gratuito y

tasas portuarias incluidas. Todos los itinerarios disponen de varias fechas en las cuales las salidas serán totalmente en castellano.

CroisiEurope ha anunciado unas rebajas en algunos de sus itinerarios durante la Semana Santa y la temporada de verano. Concretamente, ofrecen hasta un 10% de descuento en una serie de cruceros, que se reservan antes del 31 de diciembre, por grandes fluviales como el Rin, el Danubio o el Sena. Las salidas disponen de pensión completa a base de cocina francesa, bebidas durante las comidas y en el salón bar, wifi gratuito a bordo y tasas portuarias incluidas. Asimismo, permiten a los usuarios elegir entre una serie de excursiones, y la posibilidad de añadir el paquete aeroterrestre desde Madrid o Barcelona.

Loira y los secretos de Normandía, una salida de ocho días de duración, con el cual, los pasajeros podrán disfrutar de París, Castillos del Loira, Versalles, Honfleur y Rouen. Cabe destacar que para las salidas del 18 de julio y 8 y 22 de agosto, propone salidas totalmente en Castellano e incluye un paseo por París junto a las orillas del Sena, visita de Honfleur, y un paseo nocturno por Rouen.

Otro de los itinerarios sujeto a descuento es El Rin al completo, un crucero de nueve días visitando Ámsterdam, Dusseldorf, Colonia, Coblenza, Maguncia, Estrasburgo, Breisach y Basilea. Al igual que en el anterior, ofrecen la salida 100% en castellano para los días 20 de julio y el 5 y 21 de agosto. Por otra parte, los usuarios podrán navegar el Danubio con El Danubio esencial, para embarcar en un barco de 4 anclas durante



Cruceros totalmente en castellano en fechas determinadas.

ocho días visitando Viena, Melk, Dürnstein, Bratislava, Kalocsa, Budapest, Esztergom y Viena. En esta ocasión, la salida en castellano solo será el 20 de julio.

Por último, durante Semana Santa, la crucerista ofrece descuentos en Semana Santa, Holanda y sus tulipanes y Semana Santa en crucero fluvial por Holanda, país de los tulipanes. El primero visitará

Ámsterdam a Amberes, pasando por Rotterdam durante cuatro días el 9 de abril en un crucero totalmente en castellano. El segundo visitará también estas tres grandes ciudades e incluye el traslado de vuelta al aeropuerto de Ámsterdam.

Todos los itinerarios incluyen la posibilidad de contratar un paquete aeroterrestre con diferentes precios.

✉www.croisieurope.es

MSC ofrece vuelos directos desde Málaga para el 2020

MSC Cruceros ha anunciado una serie de mejoras conectividad de los ciudadanos andaluces durante la temporada de verano de 2020 a través de sus itinerarios en la región del Norte de Europa. Para ello incorporará vuelos directos desde el aeropuerto Málaga-Costa del Sol hasta Copenhague para un total de 11 salidas entre el 23 de mayo y el 1 de agosto del próximo año. "Queremos incorporar una conexión que permite al ciudadano malagueño la exploración de otras regiones de forma cómoda y sencilla, sin renunciar a la confianza que les genera nuestra compañía", señala el presidente de MSC Cruceros España, Emiliano González.

Esta nueva incorporación a la oferta de MSC Cruceros para los habitantes de la Costa del Sol y de Andalucía en general les va a permitir disfrutar de una mayor accesibilidad y conexión con destinos de gran atractivo durante los meses estivales.

✉www.msccruceros.es

Cinco diferentes elecciones

Para beneficiarse de estas rebajas, la naviera ha dispuesto cinco diferentes itinerarios. En primer lugar, Crucero por París, Castillos del

■ CLUB NEXOTUR

Accor Hoteles ofrece rebajas del 30% para miembros del Club

Accor Hoteles ha lanzado una serie de diferentes descuentos para los miembros del Club,

entre los que se incluyen una rebaja de hasta un 30% de descuento en el precio de las reservas sobre tarifa

Club NEXOTUR

Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 24**

oficial. Disponible en más de 1.600 hoteles en todo el mundo, marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio... Más info en www.travelagencies.accorhotels.com.

■ FAM TRIP



Organizado por Turismo de Murcia Convention Bureau.

'Fam Trip' de AEGVE en Murcia

Turismo de Murcia Convention Bureau ha organizado recientemente un viaje de familiarización para la Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE). Han podido conocer la oferta de espacios y actividades para la organización de eventos y viajes de incentivo en la capital murciana.

Volotea ofrecerá nueve millones de asientos y 53 nuevas rutas para 2020

Sólo en España abre doce nuevas rutas y ofrece 1,7 millones de asientos

Volotea ha lanzado recientemente su nueva programación 2020 en España y en destinos extranjeros. La aerolínea operará 90 rutas, 12 de las cuales son novedad para el próximo año, en 20 aeropuertos, dado que empezará a operar en dos nuevos aeropuertos españoles: Barcelona y Castellón. "Estamos entusiasmados y muy confiados con el crecimiento que estamos teniendo en todos los mercados donde operamos. Llegamos al final de un año muy competitivo, y seguimos creciendo en aviones, en rutas, en mercados y ampliamos nuestro equipo" ha señalado el fundador y consejero delegado de Volotea, Carlos Muñoz.



Esperan transportar 8,5 millones de pasajeros.

Continuo crecimiento

Volotea continuará creciendo en 2020 en toda su red, y espera transportar el próximo año más de 8,5 millones de pasajeros. Para ello contará con cinco adicionales Airbus A319, incrementando su flota a 38 aviones. Al mismo tiempo, tres Boeing 717 serán

reemplazados y permitirán acelerar la transición y ser en 2022 una compañía 100% Airbus.

A nivel global, en 2020 Volotea abrirá 53 nuevas rutas, que la compañía ya ha puesto a la venta, ofreciendo así 346 rutas que conectan 90 ciudades pequeñas y medianas en 14 países.

Además, la aerolínea *low cost* española ha anunciado la apertura de tres nuevas bases en Nápoles, Lyon y Hamburgo donde se crearán nuevos puestos de trabajo, y operará con aviones Airbus A319 que le permitirán ofrecer más asientos y nuevos destinos.

✉ www.volotea.com



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

Mejora de la rentabilidad

de la agencia gracias a nuestra tecnología y negociaciones

+5%

aumento de la productividad gracias a nuestra tecnología

Central de reservas

avión, tren y barco con tarifas especiales negociadas

Negociación con proveedores

consiguiendo las mejores condiciones del mercado

24 h

servicio 24 horas para ti y para tus clientes corporativos

+38

años de experiencia y un equipo de 25 profesionales

Formación continua

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

Asesoramiento para tu empresa

constante para que tu empresa esté a otro nivel

Herramientas de marketing

y tecnológicas para la captación de clientes e incremento de ventas

Desde **1980**

grupo vacacional y corporativo pionero a nivel nacional

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

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											
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											

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

Hurtigruten incorpora nuevos itinerarios hacia la Antártida con grandes descuentos

La naviera ofrece rebajas de hasta 2.500 euros en salidas de febrero y marzo reservando antes del 31 de noviembre

Los usuarios de Hurtigruten tienen la oportunidad de disfrutar de una experiencia inigualable, descubriendo los paisajes más puros del planeta, gracias a la nueva

oferta de la naviera con itinerarios en la Antártida. Concretamente, hay cuatro diferentes itinerarios disponibles, que visitarán la Patagonia, glaciares, montañas

inaccesibles, los fiordos chilenos, Valparaíso y territorios con presencia de pingüinos y ballenas. Los usuarios tienen algunas elecciones para complementar su viaje.

Hurtigruten ha presentado nuevos recorridos hacia el continente blanco, la Antártida a bordo del MS Fram, MS Midnatsol y Ms Roalf Amundsen. Este último se ha convertido en el primer barco ecológico capaz de realizar este recorrido. Además, la crucerista ha anunciado una serie de rebajas de hasta 2.500 euros por persona en las salidas de febrero y marzo en sus diferentes barcos para reservas hasta el 30 de noviembre.

Hurtigruten ofrece hasta cuatro itinerarios a la Antártida. 'Aventura en la Antártida - Highlights del continente helado', se trata de una salida de 13 o 14 días para disfrutar de los glaciares, las montañas y la fauna salvaje. También podrán complementar su viaje con conferencias a bordo, además de kayak o avistamiento de aves, entre otras actividades. Por otro lado, en 'Aventura en

el Hemisferio Sur, la Antártida e Islas Falklands', el MS Midnatsol llevará a los pasajeros a visitar icebergs, ballenas y enormes colonias de pingüinos; para después visitar las islas Falkland. Esta ruta pasará por Montevideo, Uruguay.

Descubre la Patagonia

Los otros dos itinerarios son 'Patagonia, Fiordos Chilenos y Antártida' y 'Explora la Antártida, las Islas Falklands y los Fiordos Chilenos'. En el primero, los viajeros disfrutarán de una expedición realmente diversa, que discurrirá cinco días por la Antártida antes de ascender en dirección norte por los Fiordos Chilenos, descubriendo la maravillosa vida salvaje que hay en la Patagonia y visitando uno de los más impactante parques del mundo. Durante el viaje, los pasajeros podrán disfrutar de activida-

des de kayak y otras excursiones que les permitirá encontrarse con pingüinos, aves y focas antes de atracar en Valparaíso.

Por otra parte, el segundo, se trata de un viaje en armonía con los elementos del continente blanco a bordo del MS Roald Amundsen. A lo largo de la ruta, los pasajeros podrán disfrutar la naturaleza salvaje de los Fiordos Chilenos. Una vez en la Antártida, la visión de los glaciares sobre el océano, de bandadas de pingüinos y de ballenas surcando los helados mares serán grandes postales de viaje. Además, el pasajero podrá disfrutar de actividades al aire libre como excursiones con raquetas de nieve, senderismo, o conferencias a bordo.

Estos itinerarios han sido posibles gracias al Tratado de la Antártida, lo que permite a la naviera navegar por esa zona debido



Los huéspedes podrán elegir entre cuatro itinerarios diferentes.

a que es miembro de la Asociación Internacional de Operadores Turísticos de la Antártida, IAATO, desde el año 2001, de forma que, conjuntamente, actúan protegiendo el medio ambiente de la Antártida y

previenen impactos innecesarios en el destino. De hecho, se utilizarán botes de goma pilotados por tripulantes del barco para llevar a cabo las excursiones fuera del navío.

✉ www.hurtigrutenspain.com

DIT GESTIÓN LANZA SU PROPIA APP

Para todos los agentes de viajes y proveedores que asistirán a su II. Convención



9 formaciones técnicas simultáneamente

100 proveedores

600 Agentes de Viajes

Coaching con EMILIO DURÓ

Técnicas de Venta

Técnicas de mejora de eficiencia del trabajo

Y muchas más sorpresas...



II. Convención

29 Noviembre - 1 Diciembre, 2019

Peñíscola

CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00
☎ 91 369 18 39

Lope de Vega, 13
28014 Madrid

EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

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

HOTELERIA

Juan Molas renuncia a presentarse a la reelección como presidente de CEHAT

En la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos no existe limitación de mandatos

Juan Molas Marcellés renuncia a presentar su candidatura a la presidencia de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). De esta manera se lo comunicaba a la junta directiva de la gran organización estatal hotelera el pasado 19 de noviembre, que celebrará en diciembre las elecciones de las que saldrá elegido el nuevo presidente para los próximos cuatro años.

Según fuentes consultadas por el periódico NEXOTUR, se trata de una decisión personal de Molas, en la cual podría haber influido que el todavía presidente de CEHAT se perfila como nuevo presidente de la Mesa del Turismo, relevando a Abel Matutes, en las elecciones que tendrán lugar en la asamblea que el veterano lobby celebra durante Fitur. Y es que,

a diferencia de lo que ocurre en otras Organizaciones empresariales del Sector, en los estatutos de CEHAT se eliminó la limitación temporal del mandato.

Seguirá al frente de ITH

Molas, que seguirá presidiendo el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), dejará el cargo después de 12 años liderando con enorme éxito una organización estatal considerada modélica en CEOE, construida en buena parte bajo por el equipo que lidera, habiéndose convertido en una de las patronales turísticas más influyentes del país. En todo este tiempo, CEHAT ha ejercido un papel clave en la defensa de los intereses de la industria turística en general y de los hoteleros en particular.

Nacido en Barcelona en 1952, Juan Molas ocupó cargos de responsabilidad en el sector hotelero desde sus inicios. Fue director de hotel a los 22 años y de 1975 a 1985 ejerció como director comercial de Unión Hoteles Independientes, hasta acceder al puesto de consejero delegado en H10 Hotels, que ejerció desde 1987 hasta 2002, gestionando el crecimiento de esta gran cadena.

Más allá de su gran carrera profesional, Molas ha destacado por su incansable labor en el mundo del Asociacionismo. Además de presidir CEHAT y el ITH, es vocal de la junta directiva de CEOE, miembro del Consejo Asesor de TurEspaña, vicepresidente de la Mesa del Turismo y vicepresidente de Spaincares. En el año 2000 recibió la Medalla de Turismo de



El presidente de CEHAT, Juan Molas Marcellés.

Cataluña y en 2011 fue reconocido con la Medalla al Mérito Turístico del Gobierno de España.

Best Western inaugurará cinco nuevos hoteles en Perú

Best Western Hotels & Resorts ha firmado un contrato con la empresa Construcción y Desarrollo Inmobiliario San Fernando SAC, que va a construir cinco hoteles en Perú, para que todos operen con la marca Best Western.

El primer hotel, que se ubicará en Lima, está próximo a iniciar su construcción en el distrito de Miraflores y contará en total con 72 habitaciones, 10 *suites* de 40 metros cuadrados y 62 habitaciones de entre 20 y 30 metros cuadrados. El hotel tiene previsto abrir en marzo del 2021, después de realizar una inversión aproximada de 6.500.000 millones de dólares.

Comenta el gerente general de Construcción y Desarrollo Inmobiliario San Fernando SAC, Carlos Martínez Milón, que "hemos establecido una alianza a largo plazo con Best Western creemos que es una marca de gran prestigio internacional que potenciará nuestro desarrollo en el Sector, juntos llegaremos a varias ciudades del Perú con una propuesta hotelera de calidad".

Posicionará los demás hoteles

Este primer hotel ayudará a posicionar los otros cuatro hoteles que tienen previsto su apertura en distintas provincias del país en un periodo cercano a los cinco años, todos contarán al menos con 60 habitaciones y serán de la marca Best Western. Estos nuevos proyectos son parte de la estrategia



El primer hotel, en Lima.

de expansión de la cadena en el país, donde buscan consolidar una variada presencia de sus marcas.

Por su parte, el director regional para Sudamérica de Best Western, Richard Rehwaldt, ha señalado que "para nosotros es de vital importancia tener una buena presencia en el país donde está la oficina regional y en la ciudad donde está la oficina. Aspiramos a tener un buen *mix* de toda nuestra cartera de productos en Lima para que nos sirva de showcase, poder hablar de todas las marcas que tenemos y mostrarlas en una misma ciudad".

Best Western no solo está buscando posicionarse en la capital peruana, sino también en mercados secundarios de Perú; donde ven mucho potencial. La cadena ve al Perú como un país con muchas oportunidades en el sector, sobre todo en las provincias, donde buscan potenciar la oferta hotelera.

Vincci anuncia la apertura de cinco nuevos establecimientos

Además de sus próximas inauguraciones en Sevilla, Valencia y Málaga y Túnez, Vincci Hoteles sigue apostando por Portugal como uno de sus principales destinos internacionales. Con estos nuevos proyectos se demuestra el imparable desarrollo de una empresa que en 2020 superará los 40 alojamientos y que se mantiene fiel a sus valores de marca: excelencia en la calidad de sus servicios, ubicaciones singulares y edificios emblemáticos y vanguardistas.

Durante 2021 la cadena prevé la inauguración de hoteles en diferentes destinos. Un hotel de cuatro estrellas ubicado en la calle Guillén de Castro de Valencia que contará con 71 habitaciones, restaurante y una gran terraza, que se suma a los tres que ya posee la cadena allí (Vincci Mercat, Vincci Lys y Vincci Palace), convirtiendo a la capital del Turia en uno de los destinos estratégicos de Vincci Hoteles.

Por otro lado, en 2021 la empresa también abrirá las puertas en Sevilla de un nuevo establecimiento de cuatro estrellas en la céntrica plaza de Molviedro, con apertura prevista para antes del verano del mencionado año. El hotel contará con 79 habitaciones y 18 apartamentos de lujo, contará con servicio de terraza, piscina y solárium, restaurante a la carta y bar lounge, sumándose al hotel Vincci La Rabida. Este



Abrirá nuevos hoteles en 2021.

nuevo establecimiento prosigue con los grandes valores de calidad, diseño, servicio, ubicación y experiencias para sus huéspedes que el resto de locales de esta categoría de Vincci Hoteles.

En Portugal, Vincci consolida su presencia en la ciudad de Oporto con el que será el cuarto hotel de Vincci Hoteles en el país vecino. Se trata de uno de los más ambiciosos dentro de estas próximas aperturas, ya que el nuevo establecimiento de cuatro estrellas, contará con 96 habitaciones y estará pensado tanto para el cliente de ocio como de negocios. El alojamiento albergará una sala de reuniones para el turismo MICE, jardín, piscina y terraza, restaurante carta, bar lounge con excelentes vistas a la ría y al puente de Luis I para los viajeros que vengan a explorar la ciudad y necesiten que su hotel sea un remanso de paz.

■ PRODUCTO

Barceló desembarca por primera vez en Sri Lanka y Maldivas

Barceló Hotel Group ha suscrito una joint venture con Browns Investments, filial de LOLC Group, uno de los más importantes conglomerados empresariales de Sri Lanka, para desarrollar el complejo Bodufaru Beach Resort en el atolón North Male de Maldivas, que incluirá tres hoteles de cinco estrellas con un total de 470 habitaciones. La construcción de este *resort*, cuya apertura está prevista para 2022, supondrá una inversión de 136 millones de euros. El acuerdo también contempla la cesión a la compañía española de la gestión de cuatro hoteles más, que son propiedad de Browns Hotels & Resorts.

Cenizaro Hotels adquiere La Maison Arabe de Marruecos

La nueva incorporación de La Maison Arabe, la primera propiedad de Cenizaro Hotels & Resorts en Marrakech, refleja la expansión del grupo hotelero en el norte de África, junto con la apertura de The Residence Douz, su segunda propiedad en Túnez, prevista para finales de 2020. La Maison Arabe sigue siendo un hotel íntimo de 32 habitaciones y *suites*, donde cada una es única en su diseño y decoración, la mayoría de ellas con chimenea, balcón o terraza privadas. Ubicado en el corazón de la ciudad, en el auténtico barrio de Bab Doukkala, se encuentra a pocos pasos de la plaza Jemaa el Fna.

Grupo Piñero colabora con Intedis y con el Ayuntamiento de Mula

Grupo Piñero firmó el pasado mes de octubre un acuerdo de colaboración con la asociación para personas con discapacidad intelectual Intedis y con el Ayuntamiento de la localidad murciana de Mula. Mediante el mismo, la asociación llevará a cabo cuatro proyectos entre 2019 y 2020 con la participación y seguimiento activo de Grupo Piñero, dirigidos a dotar de mayor visibilidad este colectivo. Asimismo, se realizarán sesiones formativas sobre el cuidado del medioambiente a varios centros educativos en la sede de Intedis e impartidas por los miembros de la asociación, que guiarán a los alumnos por sus instalaciones.

Meliá obtiene un beneficio neto de 97 millones en el tercer trimestre de 2019

Un 23,7% menos por la menor generación de plusvalías y por la crisis en República Dominicana

Meliá Hotels International ha conseguido un beneficio atribuido de 96,8 millones de euros hasta el mes de septiembre, lo que supone un

23,7% menos que en el mismo periodo del año 2018. La cadena hotelera culpa principalmente de este preocupante descenso a la

gran bajada de las plusvalías, así como por el impacto de la crisis turística que se está experimentando en la República Dominicana.

Meliá Hotels International ha presentado sus resultados correspondientes a los primeros nueve meses del año, que reflejan con claridad el complejo entorno de la industria, sometida a diversas tensiones geopolíticas (como sucede en torno al Brexit, a Cuba o al rebrote de inestabilidad en Cataluña) y que mantiene sin embargo una notable fortaleza frente a dichas circunstancias, reflejada también en la evolución del negocio de Meliá. La compañía consiguió así amortiguar la importante caída del RevPAR (-32%) en el tercer trimestre en la República Dominicana y mantener estables los ingresos globales, que apenas cayeron un -0,3%.

La compañía hotelera ingresó 1.388 millones de euros hasta septiembre, similar al mismo periodo de 2018 si excluimos las plusvalías, y su Ebitda sin plusvalías se redujo en un -3,7%. El Beneficio Neto fue

de 96,8 millones, un 23,7% inferior al obtenido en los nueve primeros meses de 2018, al acusar también la menor generación de plusvalías, y, sobre todo, la peor evolución de algunos destinos, como la República Dominicana, debido a las circunstancias ya reseñadas. Con tres hoteles entre los 10 mejores de Punta Cana según TripAdvisor, Meliá se sitúa como la mejor compañía en un destino de altísimo potencial, que, tras clarificarse las dudas falsamente alentadas sobre su reputación, iniciará una intensa campaña de reposicionamiento para recuperar su liderazgo en el Caribe.

Mejora de resultados

Los resultados financieros de Meliá mejoraron un 8,7% frente al mismo periodo de 2018, situándose la deuda neta en 655,7 millones de euros, (+48,2 millones desde



Ingresaron casi 1.400 millones de euros hasta septiembre.

diciembre). La compañía anunció recientemente un programa de Recompra de Acciones que, con un máximo de 60 millones de euros, le permitirá adquirir un máximo de 8.500.000 acciones (representativas de un 3,70% del capital social). La cadena confía además en que la ex-

tensa renovación de su oferta en el Mediterráneo y el Caribe acometida durante los últimos años, sumada a su alto grado de transformación digital y a la fortaleza de sus marcas y su capacidad de gestión, les sitúa en una gran posición para abordar un crecimiento selectivo y consistente.

NH incrementa sus ingresos casi un 6% hasta los 1.257 millones hasta septiembre

El beneficio neto aumenta en 25,5 millones en los primeros nueve meses

NH Hotel Group ha presentado sus resultados correspondientes a los nueve primeros meses de 2019, que siguen demostrando la fortaleza del modelo operativo y financiero del Grupo, y permiten confirmar que la compañía está en condiciones de cerrar el ejercicio con los mejores resultados de su historia.

La cadena ha incrementado un 5,7% sus ingresos totales en los nueve primeros meses del año, hasta alcanzar 1.257 millones de euros. España ha vuelto a experimentar el mayor alza de toda Europa, con un incremento de sus ingresos comparables del 9,5% y buenas evoluciones en Madrid, Barcelona y ciudades secundarias. La evolución también fue positiva en Italia (+3,8%) y Benelux (+1,4%), y un comportamiento más plano en los países de Europa Central.

La mejora se ha visto apoyada por el incremento de un 4,5% en RevPAR. La totalidad de este aumento se debe exclusivamente al crecimiento del precio medio en el periodo, que alcanza los 102,3 millones, no habiéndose registrado variaciones en la ocupación, que se sitúa en un 71,8%.

Por otro lado, la combinación de aumento de ingresos y control de costes ha vuelto a dinamizar el Ebitda recurrente del Grupo, que en este periodo aumentó un 13%, hasta alcanzar 209 millones de euros (401 millones reportados inclu-



El índice de ocupación ha caído un 1,7 en el trimestre.

yendo la aplicación de la normativa IFRS16). Este aumento supone un incremento de 23 millones de euros respecto al mismo periodo del año anterior y un incremento del margen de un punto porcentual.

Aumenta el beneficio neto

Los menores costes financieros y la buena evolución de la actividad hotelera han permitido que el beneficio neto recurrente aumente en 25,5 millones, hasta un total de 70 millones de euros (62 millones incluyendo el impacto de normativa IFRS16). Incluyendo la actividad no recurrente, el resultado neto total reportado alcanza los 66 millones y refleja una reducción de -27,6 millones de euros frente al año anterior, fundamentalmente por la menor contribución de la actividad no recurrente en 2019 respecto al año anterior, que experimentó una mayor actividad de

rotación de activos (-45 millones).

Al final del tercer trimestre, se mantiene un bajo nivel de deuda financiera neta del Grupo que se sitúa en -190 millones de euros, gracias a la fuerte generación de caja. A final de septiembre, la posición de caja era de 268 millones de euros, a pesar de asumir inversiones en Capex por valor de 130 millones y el pago de un dividendo bruto de 59 millones (15 céntimos por acción abonado el 14 de junio con cargo a los beneficios de 2018).

Los buenos resultados obtenidos en todas las partidas permiten al Grupo confirmar las previsiones fijadas a principio de año de alcanzar en 2019 un Ebitda recurrente de 285 millones de euros y un beneficio neto recurrente de en torno a 100 millones (en ambos objetivos excluido el impacto IFRS16, IAS29 y la contribución positiva de los hoteles de Minor Hotels en Portugal).

Grupo Hotusa anuncia la sexta edición del Foro 'Hotusa Explora'

El próximo 20 de enero se celebrará, en el recinto ferial IFEMA, una nueva edición de Hotusa Explora, el Foro de Innovación Turística por sexto año consecutivo. Se espera que el evento reúna a más de 1.000 profesionales provenientes, en su mayoría, del Sector Turístico, pero también del mundo económico-empresarial e institucional. Y es que el programa de la Jornada reunirá, un año más, a autoridades de dichos ámbitos para analizar los principales retos y desafíos a los que se enfrenta el Turismo en toda su extensión: ocio, tecnología, innovación, medios, transporte, portales de reservas.

Por el momento han confirmado su asistencia en esta nueva edición de este foro turístico numerosos panelistas y moderadores de alto nivel como el CEO de Viajes El Corte Inglés, Jesús Nuño de la Rosa; el socio fundador y CEO de Meridia Capital y presidente del Cercle Economía, Javier Faus; el CEO de British Airways, Alex Cruz; el presidente de AENA Maurici Lucena; el presidente de Expedia Lodging Partner Services, Expedia Group Inc, el Sr. Cyril Ranque y el CEO Apple Leisure Group, Alejandro Zozaya. Más información en www.forohotusaexplora.com.

PRODUCTO

AMResorts y Hesperia inauguran el segundo Secrets en Europa

AMResorts y Hesperia Hotels & Resorts anuncian la apertura el próximo 9 de diciembre del segundo establecimiento de la marca Secrets Resorts & Spas en Europa: el Secrets Lanzarote Resort & Spa, un hotel 'solo para adultos' situado en el núcleo turístico de Puerto Calero y en el que Hesperia Hotels & Resorts ha invertido alrededor de 10 millones de euros para su reforma integral. El establecimiento cuenta con la calificación de cinco estrellas y brindará a sus huéspedes Unlimited Experience que caracteriza a los establecimientos de más alta gama de AMResorts, y que incluye una experiencia gastronómica ilimitada en todos sus restaurantes, bebidas y la reposición diaria del minibar.

Port Hotels explotará en diciembre el Hotel Tryp Valencia Feria

La división de Hoteles de Colliers International ha asesorado a los propietarios del hotel Tryp Valencia Feria en la venta del establecimiento ubicado frente a Feria Valencia. El hotel, operado hasta ahora por los propietarios bajo un contrato de franquicia con la marca Tryp by Wyndham, será explotado a partir de diciembre por la cadena hotelera Port Hotels y pasará a denominarse Port Feria Valencia. El hotel cuenta con 127 habitaciones totalmente equipadas, piscina exterior, parking, gimnasio y tres salas de reuniones. Con esta operación, la cadena alicantina con origen en Benidorm, dobla su apuesta por la ciudad de Valencia, puesto que opera también el hotel Port Azafata Valencia, en las inmediaciones del aeropuerto.

Lemon & Soul Las Palmas abre sus puertas por primera vez

El crecimiento de MP Hotels continúa en marcha con la apertura de un nuevo establecimiento en Las Palmas de Gran Canaria. El Lemon & Soul Las Palmas es la nueva incorporación que hace la cadena en su mercado más importante que con 71 habitaciones amplía su *portfolio* pensando en satisfacer las necesidades de todos sus clientes. El Lemon & Soul Las Palmas, con 71 habitaciones en su interior, destaca no solo por su ubicación, sino también por su servicio y su relación calidad-precio. Renovado completamente en 2019, tiene todo el equipamiento necesario para satisfacer las necesidades de todos los clientes. Entre las instalaciones del hotel destaca su *lobby* o área de recepción.

BOOKING

NEXOTUR

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

91 369 41 00
91 369 18 39

Mayoristas

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

Diputación, 238 BARCELONA	Fax 91-4568686
NUESTROS CAMINOS C/ Silva, 6 Piso 4º MADRID	91-5472509 Fax 91-5471792
OKATOUR Albasanz, 16 4º MADRID	91-1417960/61 Fax 91-1417895
ORBIS Av. Doctor Arce, 25 MADRID	91-5612373 Fax 91-5614242
POLITOURS San Bernardo, 17 MADRID	91-5416200/902-877778 Fax 91-5597889
POLITOURS Ronda Sant Pere, 19 6º BARCELONA	93-3175099/902-877778 Fax 93-3181683
POLITOURS Av. Gasteiz, 53 VITORIA	945-245500/902-877778 Fax 945-3220396
POLITOURS Pº Ayuntamiento, 19 VALENCIA	96-3944004/902-877778 Fax 96-3944618
POLITOURS C/Imáns Suárez Ferrín, 4B CULLEREDO (A CORUÑA)	981-654801 Fax 981-651467
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 Valdemosa 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 91-6239817
TRAPSATUR San Bernardo, 5 MADRID	902-211024 91-5480000 Fax 91-5427855
TRAVELPLAN Carretera Arenal - Lluçmajor km, 21,5 Lluçmajor	971-178100
TURAVIA CLUB Edf. Barajas C/ Trespaderna 29, 4º MADRID	902 354355 Fax 91-3297515
TURVISA San Bernardo, 5-7 MADRID	91-5419210 902-234353 Fax 91-5416174
UNIPLAYAS C/ Río Mesa, 10 Enpta Of.6 TORREMOLINOS	952-378646 Fax 952-375372
UNIPLAYAS Avda. Meridiana, 354 5º C BARCELONA	93-4905450 Fax 93-4906479
UNIPLAYAS C/ Cartagena, 27 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 93-4156379
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, 7º 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, 2º 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 Orza, 5, 1º MADRID	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.visioncrueros.com	91-7896400 Fax 91-3107215

Ferrocarril

EUROTUNNEL Chile, 10 Ed. Madrid 92 MADRID	91-6307315 Fax 91-6307312
FERROCARRILES AMERICANOS Diputación, 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

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, 6 Piso 4º C (BARCELONA)	93-6801600 Fax 93-6800944
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 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 Tonerlos, 24 PALMA DE MALLORCA	902-144444 Fax 91-5791392
TRANSHOTEL Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	902 164164/902 164163 Fax 902 444 164
PEGASUS SOLUTIONS Pza. Marqués de Salamanca, 3 y 4 1º	91-5949494/902-454647 Fax 91-5949482

Organismos

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

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 4º C 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

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

¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?

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

¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?

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

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

NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN



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

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

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

Excelente **PROFESOR** Management y Marketing
ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE

Suiza ("La primera del mundo")

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

GARANTIZO RESULTADOS

GRATIS 1ª hora

fetisalain@gmail.com

skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71

91 369 41 00
91 369 18 39

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

NEXOTUR

COMETEXO

GRUPO
Nexo

COMETEXO

EDICIÓN ESPECIAL
NÚMERO 230 / XX AÑO

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

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

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



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

20
AÑOS

del MICE
en España



PVP: 15€
(+ gastos de envío)

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

Alegría Hotels presenta una nueva versión compatible de su 'sitio web'

Alegría Hotels presenta una nueva página *responsive* en la que, con nuevo diseño y cambios en su estructura de accesos, mantiene la información de sus hoteles de costa y su sencillo sistema de reservas, disponible para empresas y agencias de viajes.



www.alegria-hotels.com

La nueva *web* de **Alegría Hotels** mantiene, con un diseño muy cuidado, además de alguna información sobre la empresa y sus hoteles de vacaciones en varias costas mediterráneas españolas, la descripción de cada hotel y sus características principales, así como su sencillo sistema de gestión de reservas, de estancias y algunos servicios, con acceso posterior a la reserva para su consulta o cancelación, que está disponible tanto para el cliente final como para empresas y agencias registradas. Por otro lado, la página también mantiene las versiones en castellano e inglés.

INFORMACIÓN

Desde la pantalla de hoteles, que presenta en un tablero de los hoteles, se puede acceder a una amplia descripción del hotel en varias pantallas. También, seleccionando una de sus tres marcas en *home*, presenta los hoteles de esa marca y el acceso a su descripción.

RESERVA

La *web* mantiene, en el nuevo diseño, su sencillo sistema de reserva de estancias y de servicios extra, que ofrece una información adecuada de tipos de habitación y tarifas y contempla la gestión desde empresas y agencias de viajes y el acceso posterior a la reserva.

GENERAL

También mantiene una pequeña descripción de la cadena, su dirección, su teléfono y correo electrónico y un formulario de contacto, así como el área de gestión de empleo con un completo formulario de solicitud, pero sin información sobre los puestos disponibles.

▲ Lo Mejor / Completa

Es una *web* que permite acceder a su información y gestionar reservas a cualquier usuario desde cualquier terminal.

▼ Lo Peor / Cobertura Limitada

Su oferta se reduce a 20 hoteles de sol y playa en el Mediterráneo, muchos de ellos cerrados gran parte del año.

ALEGRIA / Hoteles

Ponderación de los Valores

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

EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva página de **Alegría Hotels** ofrece a las agencias de viajes una completa información de sus hoteles y ofertas, así como un sencillo sistema de gestión de reservas, disponible para los profesionales de Turismo, aunque su utilidad está limitada por su poca cobertura.

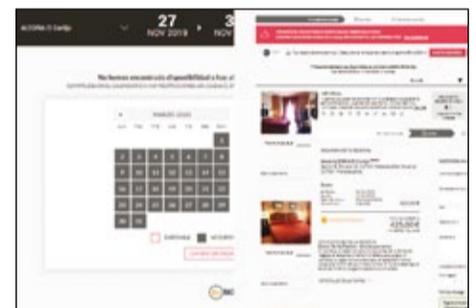
7,5



Entrada / Presenta la consulta de disponibilidad, el acceso a todas sus áreas de información y sus distintas marcas.



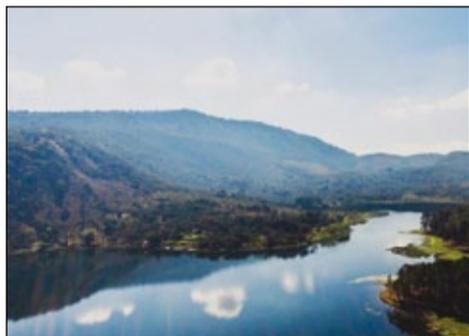
Producto / Presenta un tablero de imágenes de sus hoteles con el acceso a una amplia descripción y a su reserva.



Reserva / Mantiene su sencillo sistema de reserva de estancias, con acceso posterior y un área para las agencias de viajes.

Turismo de Guatemala presenta una nueva 'web' con un diseño mejorado

La nueva página *responsive* de Turismo de Guatemala presenta, con diseño y estructura renovados, información sobre el país, sus destinos, actividades, eventos y una relación de alojamientos con sus características y el enlace con su *web*.



www.visitguatemala.com

El **Instituto Guatemalteco de Turismo** ofrece una nueva versión de su página renovando su diseño *responsive* y manteniendo la limitada información de interés sobre el país y de los atractivos turísticos de sus diversas regiones, así como un amplio conjunto de ayudas al viajero en el que puede encontrar, entre otras, una relación de sus oficinas de Turismo y otras de alojamientos con sus características y el enlace con su *web*, de agencias de viajes, de líneas aéreas y un enlace con Expedia. Por otro lado, la página mantiene las versiones en castellano e inglés.

INFORMACIÓN

Ya no ofrece el mapa activo que había en la versión anterior; presenta información de los siete destinos en que distribuye el país, y de las actividades recomendadas, que presenta en ambos casos en tableros de imágenes con acceso a su descripción y a la de sus temas de interés.

RESERVA

Sigue sin gestión de reservas, pero presenta una relación de los alojamientos que se puede ordenar por departamento o por otros parámetros en la que, seleccionando uno, informa sobre todas las características y sobre su página cuando existe para gestionar la reserva.

GENERAL

Mantiene la información sobre el país, su historia, clima, oficinas de información turística y una zona para servicios turísticos en la que, además de los alojamientos, incluye enlaces para transportes en el país y con Expedia, y una relación de agencias y turoperadores.

▲ Lo Mejor / Facilidad de Uso

Con un diseño y una estructura de accesos muy clara, permite acceder muy fácilmente a toda su información.

▼ Lo Peor / Información Visual

En un país con una naturaleza tan rica y un excepcional acervo cultural, resulta sorprendente su poca información en imágenes.

GUATEMALA / Destino

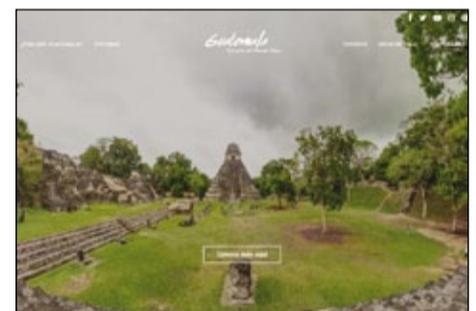
Ponderación de los Valores

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

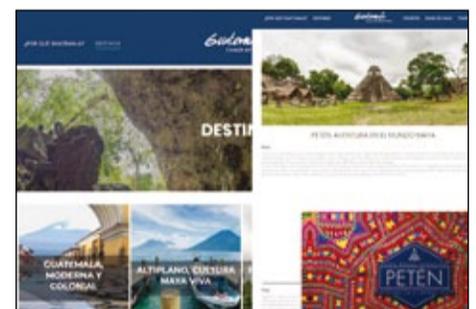
EVALUACION NEXOTUR.COM

La nueva versión de la página oficial de Turismo de Guatemala sigue siendo de poco interés para las agencias de viajes, ya que ofrece una información limitada sobre los temas de interés sobre el país y, para reservar, sigue ofreciendo únicamente el enlace con otras centrales.

6,5



Entrada / Presenta, con un diseño *responsive* mejorado, el acceso a todas sus áreas de información, sus destinos y propuestas.



Producto / Presenta un tablero con sus siete destinos desde el que se accede a la descripción de sus lugares de interés.



Reserva / Ofrece una relación de alojamientos por departamento con sus características y el acceso a su *web*.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO www.Nexotur.com

Las agencias de viajes buscan profesionales con experiencia demostrable de varios años

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

■ **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 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.

■ **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 Globus.** Valencia. Se precisa agente de viajes con una experiencia mínima de cinco años para venta de vaca-

cional. Producto propio larga distancia y a medida. Jornada laboral completa. Incorporación inmediata. Salario fijo + variable.

■ **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 Amaia.** Madrid. Necesitamos incorporar agente de empresa. Ofrecemos jornada completa de lunes a viernes con horario partido (9.00 a 13.30 y 16.00 a 19.30) u horario continuo de tarde. Contrato indefinido. Requisitos: imprescindible buen nivel de inglés y manejo de Amadeus.

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

■ **Hélice Viajes.** Madrid. Necesitamos incorporar de inmediato a agentes de viajes con experiencia de al menos un año en un departamento de empresas/business travel. Se busca persona joven con facilidad de comunicación, liderazgo, talento para las relaciones, que valore el esfuerzo y el espíritu de superación. Jornada completa.

■ **Viajes Provias.** Madrid. Necesitamos incorporar de inmediato a agentes de viajes con experiencia demostrable en la gestión de viajes corporativos. Imprescindible dominio de Amadeus. Se valorará conocimiento de Travel Office. Contrato de tres meses con opción a indefinido.

■ **Camarma Viajes.** Torrejón de Ardoz. Se necesita agente para sustitución durante periodo de excedencia. El horario es de 17:30 a 20:30 de lunes a viernes y los sábados de 11 a 14:00 horas. Requisitos: experiencia previa y disponibilidad

para trabajar alguna mañana.

■ **Akaroa Viajes.** Tres Cantos (Madrid). Buscamos agente de viajes para venta de viajes vacacionales, atención al cliente, gestión de presupuestos, facturación y contabilidad. Se valorará experiencia en el Sector y conocimientos de contabilidad.

■ **Prestigio Viajes.** Madrid. Se ofrece jornada completa o media jornada de tarde. Requisitos: experiencia en la venta de 'paquetes' turísticos y viajes a la medida; elaboración de presupuestos, itinerarios y reservas; y conocimientos de destinos.

■ **Viajes Tafalla.** Pamplona. Agencia de viajes necesita cubrir un puesto de trabajo a jornada completa y otro en horario de tarde.

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

Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

Hoteles en veinte países

↑ Barceló presenta una página *responsive* en la que, con un diseño muy diferente a la versión anterior, ofrece una completa **información** de sus hoteles y una completa gestión de reservas de estancias, vuelos y traslados para clientes, agencias y empresas.

↑ Por su amplia cobertura y correcto diseño, es un **web** de **utilidad**.

↑ Ofrece un área para la **reserva** desde las agencias de viajes.



<http://www.barcelo.com>

Viajar de otra forma

↑ La nueva **web** de Luxotour, con diseño renovado y disponible desde cualquier tipo de terminal, **informa** a clientes y agencias sobre sus viajes programados, facilita la preparación del presupuesto de su viaje y la reserva a clientes registrados y agencias.

↑ Por su facilidad de uso, es de **utilidad** para clientes y agencias.

↑ Dispone de un área para la **reserva** desde las agencias.



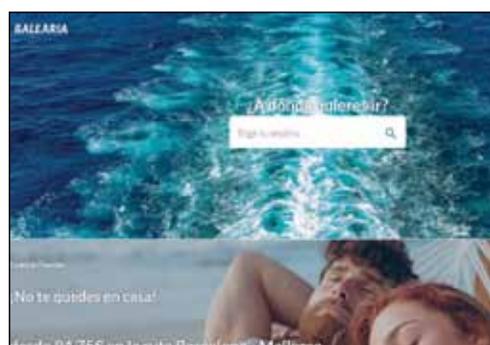
<http://www.luxotour.es>

Transporte marítimo

↑ La naviera Balearia presenta una nueva versión de su página que, con un diseño compatible, ofrece una amplia **información** sobre la compañía y sus servicios de transporte marítimo y un completo sistema de reservas para clientes, agencias y mayoristas.

⇒ Su **utilidad** sólo está limitada por su escasa cobertura.

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



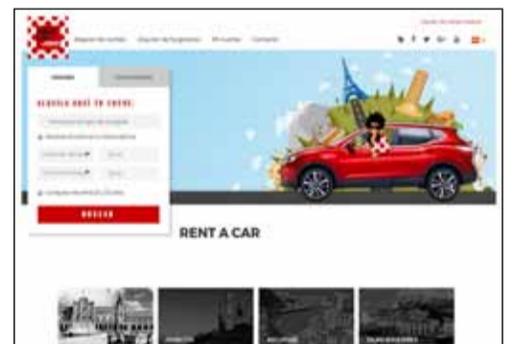
<http://www.balearia.com>

Mejores ofertas

↑ Pepecar ofrece una **web** con pocos cambios en la **información** respecto a la versión anterior, mientras en la gestión modifica el diseño de pantallas, ahora con algunas diferencias entre coches y furgonetas, que se presentan en áreas diferentes.

↑ Por su amplia oferta en todo el mundo, es una **web** de **utilidad**.

↑ Contempla la **reserva** desde usuarios, empresas y agencias.



<http://www.pepecar.com>

Eventos en Puerto de la Cruz

↑ El Centro de Congresos de Puerto de la Cruz presenta una versión de su página en Internet que, potenciando su presencia en las redes sociales, mantiene un limitado nivel de **información** de sus servicios y sigue sin ofrecer una agenda de eventos.

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

↓ No contempla ningún tipo de gestión de **reservas**.



<http://www.congresostenerife.com>

Turismo en Gerona

↑ El Ayuntamiento de Gerona mantiene, con pequeños cambios en su diseño y estructura, la **información** turística sobre todos los temas de interés de la ciudad y su entorno, así como el enlace con otras **webs** para ampliar la información o reservar.

↑ Por su información de interés para el viajero, es una **web** de **utilidad**.

↓ En el área de **reservas** sólo ofrece el enlace con la **web** del alojamiento.



<http://www.girona.cat/turisme>

LEGISLACIÓN

Ayudas a empresas

Melilla

✓ Recientemente se ha publicado la convocatoria extraordinaria del régimen de ayudas a la inversión con creación de empleo en las pequeñas y medianas empresas de Melilla. Estas subvenciones tienen como finalidad fomentar la actividad empresarial, mediante subvenciones financieras a los proyectos de inversión que generen empleo y que pretendan poner en marcha en la ciudad de Melilla, tanto de creación de nueva empresa, la ampliación y/o diversificación de actividad, dentro del Eje Prioritario 'Mejorar la competitividad de las Pyme', 'Ayudas financieras a la creación de empresas' y 'Ayudas financieras a la ampliación de empresas', cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en un 80% y por la Ciudad Autónoma en el restante 20%. Estas ayudas se financiarán con cargo a los créditos del Programa Operativo FEDER 2014-2020 de Melilla.

Boletín Oficial de Melilla.
www.melilla.es

CURSO

Formación dual internacional hotelera

Combina programas de formación y empleo entre Málaga y Friburgo

La Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS), ha suscrito un nuevo acuerdo de colaboración con la Universidad Dual internacional y EFE Málaga, Centro Hispano Alemán de formación y empleo.

El presidente de AEHCOS, Luis Callejón Suñé y el director general de EFE Málaga, Michael Rittner, han firmado un acuerdo de colaboración en la sede de AEHCOS, para fomentar la empleabilidad a través de la formación en el primer Grado en Gestión y Dirección Internacional de Hoteles. Este grado está enfocado

a la formación en competencias profesionales que actualmente son demandados por el Sector.

Entre las principales ventajas que ofrece la formación dual del Grado en Gestión y Dirección Internacional de Hoteles, está que combina programas de formación y empleo entre Málaga y la ciudad alemana de Freiburg. El estudiante acude tanto al centro educativo como a la empresa, en este caso hoteles, lo que lo convierte en una formación principalmente práctica e internacional. Los resultados hacen que la inserción laboral sea algo superior al 50%.



LIBROS

La estrategia en la gestión turística

Título: 'Dirección estratégica de organizaciones turísticas'

El libro 'Dirección estratégica de organizaciones turísticas' analiza la estrategia de las grandes decisiones de las organizaciones, de aquellas acciones directivas que buscan que las empresas tengan éxito en su entorno. Por ello, en la estrategia está la base de la actividad de gobierno y pilotaje de las organizaciones. La dirección estratégica es un campo de conocimiento relativamente novedoso y, debido a ello, las aplicaciones al ámbito turístico son bastante escasas y limitadas. Este libro busca precisamente la aplicación de los conceptos estratégicos a la gestión estratégica de las organizaciones turísticas.



CALENDARIO

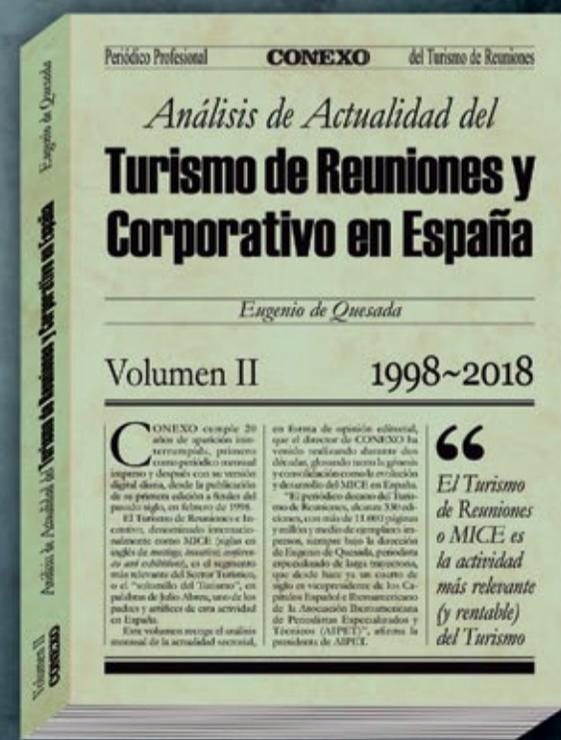
Eventos cercanos

● Del 16 al 19 de enero, se celebrará, en Brno (República Checa), una nueva edición de Regiontour Brno, una exposición internacional de la oferta de Turismo regional y uno de los mayores eventos de su tipo en Europa Central. Además, es una plataforma para agentes y agencias para obtener información acerca de las ofertas turísticas de las diversas regiones de la República Checa y los países vecinos. Durante el evento también se realizarán talleres, seminarios y conferencias.

● Entre los días 17 y 19 del mes de enero, tendrá lugar, en el Tri-pura Vasini Palace Ground, en India, la feria TTF Travel & Tourism Fair Bangalore. Se trata de una exposición para la industria de viajes y Turismo. Asimismo, roporciona una oportunidad anual para que las organizaciones de la India y en el extranjero para mostrar sus productos y servicios. Los visitantes pueden interactuar con los turoperadores, agencias de viajes, hoteleros o compañías aéreas.

Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

CONEXO



PVP: 18€

Solicite su ejemplar: suscripciones@nexotur.com

SUBEN

▲ Duncan Bureau



Etihad Airways anuncia el nombramiento de Duncan Bureau como nuevo vicepresidente de ventas y distribución Global. Colaborará directamente con el director comercial, Robin Kamark, y su cometido será impulsar la estrategia comercial a nivel mundial.

▲ Antonio Pinto



Antonio Pinto da Silva se incorpora a Mundomar Cruceros como director comercial en Portugal. El país luso es el territorio estratégico elegido por la empresa para incrementar su presencia en el mercado debido a su gran potencial en el sector de cruceros.

▲ Juan José Oliván

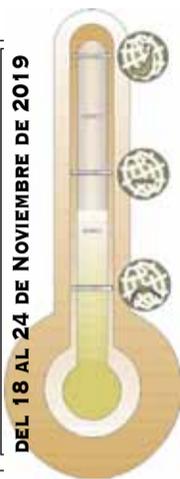


Airmet y Cybas han celebrado recientemente en Madrid su primera reunión nacional. Los dos Grupos de gestión, que suman más de 700 puntos de venta en el territorio español, empezarán el año 2020 operando como una única empresa.

SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Carlos Garrido	3
Entrevista / Christian Boutin	4
Escaparate	5-14
DIT Informa	15-18
Gestión	19
Mostrador	20-23
Club	24
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluatnet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 18 AL 24 DE NOVIEMBRE DE 2019



BARÓMETRO DE RESULTADOS

LA SEMANA

La tasa de paro en Turismo crece hasta el 10,7%

La tasa de paro en actividades turísticas experimenta un fuerte ascenso interanual en el tercer trimestre de 2019. Según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), se sitúa en este periodo, clave para la industria, en el 10,7%, lo que supone un alza de 1,7 puntos en comparación con el porcentaje del 9% alcanzado en los mismos meses de 2018. La disminución de la tasa de paro para un tercer trimestre se inició en 2014, por lo que se pone fin a un lustro favorable. Pese a ello, la cifra de ocupados en actividades turísticas experimenta en el mismo trimestre un repunte interanual del 2,7%, con 2,8 millones de trabajadores. Son 73.291 empleados más que en el mismo tramo de 2018.



SEMANA DEL 25 DE NOVIEMBRE AL 1 DE DICIEMBRE

INDICADOR DE EXPECTATIVAS

El gasto de los turistas internacionales que llegan a nuestro país ha aumentado un 1,7% durante el pasado mes de septiembre. Con este resultado han alcanzado los 9.706 millones de euros, según ha reflejado el Instituto Nacional de Estadística (INE) en la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El país que más ingresos aporta es Reino Unido, manteniendo la línea reflejada en los primeros ocho meses, que abarca el 21,1%, dejando 2.049 millones de euros en nuestro país, y con un gasto medio de 975 euros por turista. Le sigue Alemania, con un 13,5% (1.317 millones) seguido por Francia con un 7,3% (711 millones). Italia es el país que menos ingresos aporta a España (374 millones).

En cuanto al destino principal del gasto, Cataluña lidera la clasificación general, registrando un 23,5% del total (2.277 millones de euros) y experimentando un aumento del 4,2% respecto al anterior mes de septiembre. En segunda posición se coloca Baleares, perdiendo el primer puesto que ocupaba en meses anteriores, rozando prácticamente un 22% del total (2.134 millones de euros) y creciendo casi medio punto en tasa anual. El mayor incremento se ha visto reflejado en la Comunidad valenciana, donde el gasto de los turistas internacionales ha aumentado alrededor de un 6% (1.027 millones de euros) respecto a los datos del 2018.

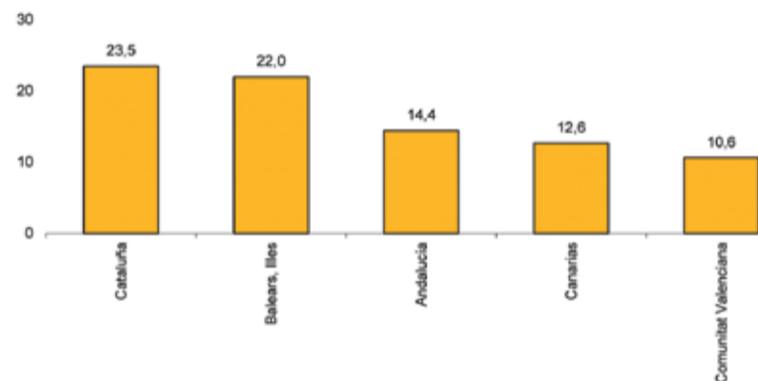
El 90% del gasto total viene generado por razones de ocio, subiendo un 1,9% respecto al pasado mes de septiembre. Esto significa que

COYUNTURA

El gasto turístico aumenta cerca del 2%

En el último mes de septiembre se ha registrado un incremento de más de un punto y medio en el gasto de los turistas internacionales en España, en comparación con el año 2018, según el estudio Egatur, realizado por el INE. El gasto medio por turista se sitúa en 1.089 euros, con un aumento anual del 1,9%. Por su parte, el gasto medio diario ha experimentado una subida de un 2,8%, llegando hasta los 151 euros.

Gasto por Comunidades autónomas



Fuente: INE.

© NEXOTUR

muy pocos turistas vienen por otros motivos. De hecho, el porcentaje de turistas que viajan a España por motivos de negocios es tan solo de un 5,7%, quedando un 4% restante para otro tipo de motivos.

Las reservas de 'paquetes' turísticos son las que más gasto generan para los turistas que visitan España,

con un 20,2% (1.956 millones de euros) del total, descendiendo un 8% respecto a septiembre de 2018. Las siguientes partidas son el gasto en actividades y el gasto en alojamiento, con un 20,1% y 19,3% del total, respectivamente. A la cola del desembolso turístico está el gasto en alojamiento, que

ocupa algo más de un 15%, con 1.501 millones de euros.

Alojamiento y pernoctaciones
Dentro del gasto en alojamiento, continúa la hegemonía de los hoteles con un 66,7%, a la vez que el gasto en alojamientos de resto de mercado registran un aumento de casi un 5%. El gasto de los turistas que no viajan con 'paquete' turístico (los cuales representan alrededor del 70,5% del total) incrementa casi un 7% en tasa anual. El de los que contratan 'paquete' turístico disminuye un 9%.

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 64,4 millones, con una bajada del 1%. Baleares es la Comunidad que está en el liderato en la clasificación con mayor número de pernoctaciones, registrando 13 millones, a pesar de bajar un 7,8% respecto a septiembre de 2018. Le siguen Cataluña (con 12,4 millones de pernoctaciones y un aumento del 8,7%) y Andalucía (con 10,6 millones, manteniéndose estable).

De las primeras cinco Comunidades, donde los turistas pernoctan menos es en Canarias, con un 9,1% (8.171.226), experimentando un descenso de casi un 11%. Respecto a las etapas de los viajes realizados por los turistas internacionales en septiembre, han disminuido un 0,4% en tasa anual. El 23,9% se realizan en Cataluña (subiendo un 0,1%).

Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España
Un cuarto de siglo de Historia del Sector
Ejercicio de Ocasión
Volumen I 1996-1997

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