



RAFAEL BARBADILLO

### Situación compleja

PÁG. 14 / El transporte de viajeros en autobús, en una encrucijada



JAVIER GÁNDARA

### Medidas excepcionales

PÁG. 8 / ALA demanda la flexibilización de los reembolsos



JUAN LUIS BARAHONA

### Impacto importante

PÁG. 13 / El *rent-a-car* cuantifica pérdidas de alrededor del 90%



MARK TANZER

### Colapso del Sector

PÁG. 10 / El Gobierno debe actuar ya para evitar el colapso del Sector



NORBERT FIEBIG

### Caída de los ingresos

PÁG. 6 / DRV prevé pérdidas de ingresos de más de 4.800 millones

## El Sector Turístico solicita 'una ley de viajes combinados justa'

Sus deficiencias complican más las gestiones de las agencias por la crisis del Covid-19

El aluvión de cancelaciones que están gestionando las agencias por la crisis por el coronavirus ha hecho salir a la luz las deficiencias de la Ley de Viajes Combinados

ya denunciadas por el Sector desde su publicación. Asociaciones y grupos comerciales coinciden en reiterar los grandes problemas que les está generando.



Iker Goikoetxea preside APCE.

### El impacto en el Sector MICE es 'definitivo'

"Por ver lo positivo, afortunadamente la mayoría de los eventos se están aplazando", destaca el presidente de APCE. **Pág. 4**

### Apoyo unánime a la labor de las agencias de viajes

El Sector se vuelca con las agencias de viajes a través de todo tipo de campañas de apoyo en las redes sociales. **Pág. 5**

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

En una campaña de sensibilización hacia las agencias, los grupos comerciales han destacado, sobre todo, su "total desacuerdo" con la aplicación de la Ley de Viajes Combinados. El actual contrato de viajes combinados obliga a la agencia a devolver todo el importe aún sabiendo que el importe no lo va a percibir por parte de muchos de los proveedores, que están dando bonos canjeables. "Ante tal injusticia, las agencias de viajes necesitan una solución urgen-

te a dicha situación", denuncian los grupos comerciales. Igualmente, las principales Asociaciones del Sector también han mostrado su malestar por la problemática normativa, recordando que cuando se publicó ya presentaron varias enmiendas por esta causa. Así, subrayan que las agencias "no pueden adquirir más responsabilidades" y si es el caso se debería "flexibilizar para todo el mundo".

Escapate en **pág. 6**

## OMT crea Comité Mundial de Crisis para el Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha formado un Comité Mundial de Crisis para el Turismo, que celebrará reuniones virtuales regulares para evaluar y proponer recomendaciones a medida que evolucione la coyuntura provocada por el Covid-19. Igualmente, prevé difundir un documento en el que subrayará los pasos que los go-



Zurab Pololikashvili

biernos y otras autoridades deben dar para mitigar el impacto del Covid-19 en el Sector y acelerar así la recuperación. Además, lanza 'Soluciones para devolver la salud al Turismo', reto para que emprendedores e innovadores presenten ideas que ayuden al Sector Turístico a mitigar el impacto de la pandemia. **Escapate en **pág. 8****

## Crece la incertidumbre por los viajes del Imserso

A causa de la ampliación del estado de alarma

El presidente de CEAV, Carlos Garrido, ha solicitado al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo la cancelación total de la actual temporada de viajes del Imserso. "El programa finaliza en mayo y está decretado el



Luis Alberto Barriga

estado de alarma hasta el próximo 11 de abril que es una fecha muy cercana", explica Garrido a NEXOTUR. Igualmente, destaca que hay que tener en cuenta que

"el programa está destinado a las personas más vulnerables con las que tenemos que tener una mayor protección". Así, exige que, en el caso de que se tengan en cuenta sus recomendaciones y finalmente concluyan los viajes, se realice "lo antes posible para poder coordinar la operativa" y evitar una situación similar a la acaecida con la suspensión de un mes. **Escapate en **pág. 7****

## Los ERTE ante el parón de la actividad turística

Los anuncios de Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) se suceden en el Sector Turístico por el parón en la actividad por el Covid-19. Globalia fue de los primeros grupos turísticos en anunciarlo, con la voluntad de retirarlos de forma progresiva cuando la situación comience a mejorar. Le siguió Iberia con un ERTE para tres meses que afectará hasta a un 90% de la plantilla de las áreas operativas de vuelo, *handling*, mantenimiento en

línea y carga. Al igual que Vueling, cuyo expediente afectará a 3.800 empleados en España. La división de Viajes del Grupo Barceló también ha comunicado la aplicación de un ERTE para la totalidad de su plantilla de unos 3.500 trabajadores. Así, como Viajes El Corte Inglés, cuyo expediente afectará a alrededor de 1.900 empleados tanto de oficinas en la calle como en los centros comerciales.

Escapate en **pág. 11**

**Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España**  
Un cuarto de siglo de Historia del Sector  
Fueguia de Quesada  
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](mailto:suscripciones@nexotur.com)  
(\*) El volumen 12 (años 2018 y 2019) se entregará en enero de 2020

## ■ CLAVES

**El Grupo NEXO con el Sector**

**P**ARA TODOS, DESAFORTUNADAMENTE la pandemia por el coronavirus que se está produciendo a nivel mundial, aparte de los miles de fallecidos por esta pandemia en todo el planeta y que seguramente seguirán produciéndose en las próximas semanas, puede generar una crisis mundial sin precedentes.

La caída de la actividad generada va a provocar unas cuantiosas pérdidas de puestos de trabajo y un cierre de empresas de toda índole dentro del Sector Turístico.



☞ CARLOS ORTIZ

España sin duda será un país altamente perjudicado por el efecto del coronavirus. Más si tenemos en consideración la dependencia en gran medida que tiene España del Turismo. Pensemos que del Producto Interior Bruto (PIB) español el 12,8% es del Sector Turístico. Sin dudar el sector económico más perjudicado a nivel mundial. El Sector Turístico español (si no se termina en las próximas semanas la pandemia) puede sufrir una debacle sin precedentes en la historia turística española.

Desde el grupo NEXO y sus publicaciones turísticas, NEXOTUR, Nexohotel y Conexo tanto en sus ediciones impresas como digitales estamos como siempre al servicio del Sector Turístico, implicándonos absolutamente en la defensa de las empresas turísticas con la lealtad, solidaridad e implicación que necesita este complicado momento que vivimos.

Desde nuestras ediciones defenderemos como siempre los legítimos intereses del Turismo, contribuyendo en la medida de nuestras posibilidades a evitar la ruptura del sector empresarial y de puestos de trabajo. Nuestras publicaciones estarán al servicio de todos, y nuestros medios no solo están para informar, sino que también para que el Sector Turístico pueda informar al Sector de todo aquello que pueda servir para la mejora de esta complicadísima situación.

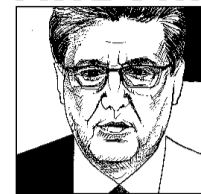
Tenemos el firme convencimiento de que con el apoyo de todos iremos superando esta situación crítica para el Turismo mundial, en general, y muy duro en particular para el Turismo español.

Es la vocación del grupo Nexo para todos.

☞ Carlos Ortiz es el consejero delegado del Grupo NEXO.

**‘Son momentos de pesimismo, de pérdidas económicas y de enorme incertidumbre, pero también, por primera vez, la ciudadanía y las instituciones están tomando realmente conciencia del enorme peso económico y social del Turismo’, subraya el presidente de ACAVE**

## TRIBUNA



☞ MARTÍ SARRATE

**La profesionalidad del agente de viajes**

**T**ODOS ESTAMOS DE ACUERDO en lo mismo: el Covid-19 es la peor catástrofe a la que se ha enfrentado jamás el Turismo de nuestro país. Ni siquiera en los peores momentos de los 10 años de crisis económica sufrimos un impacto tan dramático como el que estamos viviendo ahora.

Son momentos de pesimismo, de pérdidas económicas y de enorme incertidumbre, pero también, por primera vez, la ciudadanía y las instituciones están tomando realmente conciencia del enorme peso económico y social del Turismo. Siempre se ha hablado de que "somos la primera industria de España", pero nunca antes se habían visualizado los efectos de una paralización total de nuestra actividad.

También es la primera vez que se pone de manifiesto el papel indispensable que están jugando las agencias de viajes en la gestión de la crisis. Hace casi un mes, fuimos los primeros en organizarnos para dar respuesta a una incipiente preocupación de los viajeros. Todas las agencias organizaron dispositivos especiales para atender la creciente ola de alarma de nuestros clientes que no sabían qué iba a pasar con sus viajes. Las agencias de viajes y la propia Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) implan-

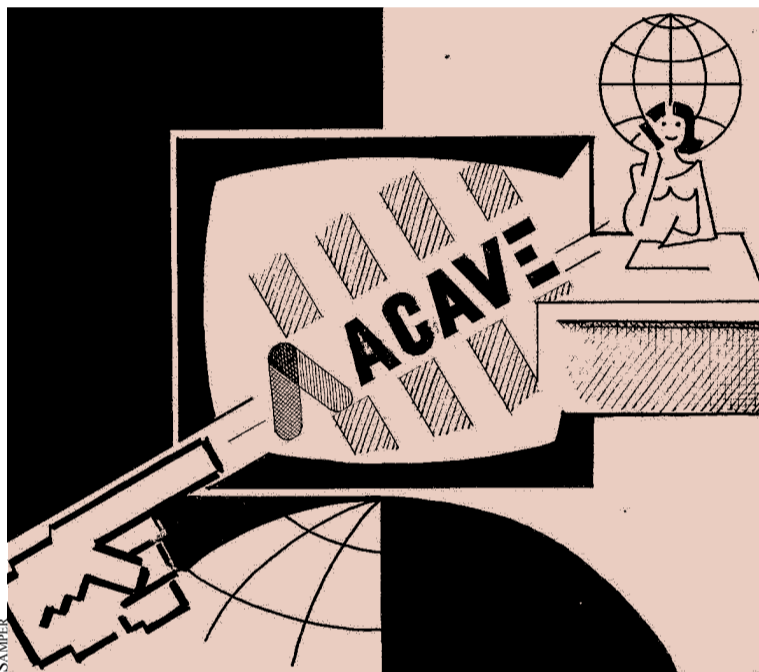
tamos servicios extraordinarios de atención, nuevas operativas de gestión de incidencias, protocolos ágiles de cancelación y devolución de los importes contratados. Hemos ofrecido respuestas y soluciones a todos nuestros clientes, incluso

de consumidores ejerciendo un papel activo de lobby con las administraciones para instarlas a intervenir ante incumplimientos manifiestos de algunas compañías aéreas. Asimismo, desde ACAVE alertamos desde muy pronto del problema que iba a

La profesionalidad de los agentes de viajes durante estos días ha permitido no sólo velar por los derechos de nuestros clientes y lograr que sus pérdidas se hayan reducido al mínimo, sino que además han dado una proyección a la figura del agente que hace muchos años que no se producía. La gente que no ha utilizado los servicios de una agencia se ha embarcado en una odisea de gestiones sin ningún tipo de asesoramiento ni apoyo legal de ninguna clase. En cambio nuestros clientes han tenido la confianza no sólo de que tenía a un profesional que les atendía, sino que además esa persona velaba por la defensa de sus intereses.

Todavía nos queda por delante un largo y duro trecho en esta travesía, pero tenemos que aprovechar esta oportunidad de explicar el enorme esfuerzo que estamos haciendo para velar por nuestros clientes. Tenemos que explicarlo y mostrarlo. Es sin duda una ocasión única para fidelizar a nuestros clientes de siempre, pero también para abrirnos un espacio en las nuevas generaciones que por primera vez en su vida están entendiendo que un consultor de viajes es mucho más que una persona que sabe mucho de destinos y experiencias turísticas....

☞ Martí Sarrate es presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE).



quando nos encontramos con la negativa de algunas aerolíneas de reembolsar los billetes.

En ese sentido, las agencias hemos tomado la delantera a las asociaciones

producirse con las repatriaciones e instamos al Gobierno a actuar. Eso nos permitió, por ejemplo, resolver el problema del un grupo de 34 jubilados que quedó bloqueado en Malta.

**El Mobile y las políticas de ‘risk management’**

**Q**UIÉN NO HA OÍDO hablar en su momento de la cancelación del Mobile World

Congress (MWC) y con ello de las más diversas teorías acerca de las razones para la retirada de buena parte de las empresas participantes en ese escenario antes de saber lo que sabemos ahora?

Quienes conocen las reglas del juego en materia de viajes y desplazamientos de negocio están muy familiarizados con el *risk management* y el *duty of care*. Estos dos términos son como piedras angulares de las políticas de viajes de negocio, y en el caso que nos ocupa son, sin lugar a dudas, los verdaderos responsables de la cancelación de la edición del MWC de este año 2020 antes de que estallara la crisis por el coronavirus.



☞ MARCEL FORNAS

¿Sin lugar a dudas? Sin lugar a dudas, porque el *duty of care*, en tanto que obligación moral y responsabilidad legal de toda empresa de velar por el bienestar y la seguridad de sus empleados, lleva asociada en caso de incumplimiento no sólo graves sanciones pecuniarias, sino también posibles consecuencias de orden penal, además de riesgos reputacionales, con su correspondiente dimensión económica.

Por su parte, la función del *risk management* en viajes es precisamente la de manejar situaciones de incertidumbre o amenazas a partir de un conjunto de reglas, protocolos y actuaciones, orientados a prevenir y garantizar la seguridad de los viajeros, cuando éstos se desplacen por motivos laborales. ¿Era necesario anular

la participación en el MWC para asegurar el cumplimiento del *duty of care* por parte de las compañías que cancelaron su asistencia? Probablemente las empresas en cuestión hubieran podido habilitar otro tipo de medidas antes que anular la asistencia al MWC de Barcelona, pero en casos de esta magnitud, en los que además existen grandes incertidumbres, al hallarnos en una fase temprana, resultaba entonces muy difícil evaluar correctamente los riesgos, y es razonable que se terminen imponiendo criterios de máxima prudencia, o dicho en otras palabras, de riesgo cero.

Sin riesgo no hay sanciones, ni penas o impactos reputacionales. Sin ser una solución fácil, desde un punto de vista del *risk management*, era la más sencilla y seguramente por eso es la que se impuso. Lo que vino después de las primeras anulaciones es ya de todos conocido, y desde luego

era bastante previsible, porque ¿quién es el *guapo* que se arriesga a mandar de viaje a sus empleados cuando una parte de las principales compañías participantes han empezado a retirarse?

Para un mercado todavía poco maduro en materia de la seguridad y prevención en viajes de empresa como España, lo acontecido esos días puede haber parecido sorprendente, pero seguramente es una primera muestra *global* de la dimensión y la importancia que tiene la gestión de la seguridad y la prevención en los viajes de negocio.

Y es que si los viajes y las reuniones presenciales son fundamentales para el crecimiento de las empresas y el desarrollo del negocio, no es menos cierto que *security goes first* y que el primer activo de las empresas son sus empleados.

☞ Marcel Fornas es director general de GEBTA España.

# OPINION

## NEXOTUR

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES

**PRESIDENTE:** EUGENIO DE QUESADA  
**CONSEJERO DELEGADO:** CARLOS ORTIZ

**DIRECTOR**  
**EUGENIO DE QUESADA**

**DIRECTOR ADJUNTO:** CARLOS ORTIZ RODRIGO  
**COORDINADORA GENERAL:** MARGA GONZÁLEZ

**SECCIONES:** ALEJANDRO CUENCA (ESCAPARATE), ARIADNA NOHALES (MOSTRADOR), EDUARDO SANTAMARÍA BÁEZ (REUNIONES), DANIEL GALLEGU ALIAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), PAULA VACAS (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALUACIÓN), JOSEP MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ MARÍA SORÍA (INDICADORES), MARGA ORLINOVA (EVENTOS), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN), MAMEN MARTÍNEZ (DISEÑO) Y ENRIC ARENOS 'QUIQUE' (HUMOR).  
**COLUMNISTAS:** ISABEL ALBERT PIÑOLÉ, Dr. VENANCIO BOTE, ANTONIO CABALLOS, MÓNICA FIGUEROLA, COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO, MANUEL FIGUEROLA PALOMO, MÓNICA FIGUEROLA ENRIQUE HERNÁNDEZ, JUAN CARLOS MAÑAS Y CLAUDIO MEFFERT  
**CONSEJO ASESOR (DIRECTORES):** FRANCISCO VÁZQUEZ (CONFERENCIA CI-MET), 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), IMPRENTA NORTE (IMPRESIÓN, PAPEL Y EMBLÍSTADO) Y CORREOS (DISTRIBUCIÓN)

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

## Orgullosos de ser agentes

**O**RGULLOSOS DE SER AGENTES DE VIAJES. Como el personal sanitario, los transportistas u otros colectivos que llevan sobre sus espaldas gran parte del peso de esta pandemia, los agentes merecen el reconocimiento de la Sociedad.

Más de 60.000 agentes dados de alta en la Seguridad Social soportan la crisis por partida múltiple: las ventas se han desplomado, por lo que tienen ingresos cero; además de no vender, desvenden, ante la masiva cancelación de todo tipo de reservas; cargan con la dura tarea de repatriar clientes varados por todo el mundo, sorteando la anulación de rutas aéreas y el cierre de hoteles; muchos sufren los ERTE y el retraso del pago de la nómina de abril, ante la falta de liquidez fruto de lo anterior; y son víctimas de una Ley de Viajes Combinados que les obliga a devolver al cliente lo pagado, mientras hay proveedores que les dan bonos canjeables, en lugar de devolverles el dinero.

Esta situación, de todo punto insostenible, tensa aún más la ya difícil relación comercial de las agencias con las compañías aéreas, que sufren un desplome de facturación sin precedentes. Los agentes, tras perder esta condición y vender pasajes aéreos sin la remuneración por parte de estos proveedores (que obligaron al agente a cobrar al cliente final por su servicio de intermediación), continúan con el dogal al cuello impuesto por IATA en la liquidación del BSP. Cámara de compensación de las aerolíneas que no ha tenido piedad a la hora de exigirles responsabilidad penal a agentes que incurrieran en *default*. La gran pregunta es qué pasará en las últimas liqui-

daciones del BSP, en las que por vez primera les "sale a devolver" a no pocas agencias, que apenas han vendido billetes y han de reembolsar los anulados por sus clientes. Máxime ante la eventualidad de que sean las compañías las que incurran en *default*. Y encima, aceptando bonos canjeables pero con tiempo limitado y sin posibilidad de cambio de titular, en lugar del dinero, que el cliente reclama al agente. "¿Hasta dónde las aerolíneas abusarán de nuestra paciencia?", se preguntan los Grupos y Asociaciones sectoriales. Y si esta situación genera la lógica incertidumbre en el corto plazo, este Sector afronta una situación todavía más grave en el medio y largo plazo. La reacción de China que, pese al fin del confinamiento y al efectivo control

de la pandemia, acaba de cerrar sus fronteras al Turismo extranjero, alimenta el temor de dar por perdida la temporada de verano para el receptor... y suscita dudas acerca de las limitaciones de movilidad (por las medidas para evitar la extensión del contagio) y la propensión al consumo de viajes (que podría lastrar la crisis económica).

La dualidad que viven los trabajadores en España, con tres millones de funcionarios con salario garantizado y empleo seguro (frente al sector privado y autónomos, que intenta sobrevivir sin colchón ni red de seguridad), es la última esperanza para la temporada de verano, por la solvencia que aporta su capacidad de compra de viajes.

Son tiempos difíciles para muchas actividades y, tras años de bonanza, el Turismo es una de las más afectadas. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

*Los agentes no solo han dejado de vender, desvender lo vendido y estar solos ante el cliente por una injusta Ley de Viajes Combinados, sino que asumen la repatriación de clientes*

### ▲ CHECK-IN / ASOCIACIONES & GRUPOS

#### Todos contra una ley injusta

Grupos comerciales y Organizaciones empresariales están desarrollando una intensa acción *lobbista* en defensa de los intereses de sus agencias miembros y, por extensión, del conjunto del Sector. Labor que es de justicia poner de manifiesto, por la importancia que supone esta acción unitaria y porque es de justicia reconocer lo que los líderes de este Sector, encabezados y representados por Carlos Garrido de la Cierva, flamante y brillante presidente de CEAV.

El aluvión de cancelaciones que gestionan las agencias por la crisis del coronavirus, hace salir a la luz las deficiencias de la Ley de Viajes Combinados, ya denunciadas por el Sector desde su aprobación. Asociaciones y grupos coinciden en reiterar hoy los grandes problemas que esta ley está generando.

Los Grupos han lanzado una excelente campaña de sensibilización hacia las agencias de viajes, en la que destaca, sobre todo, su "total desacuerdo" con la aplicación de la Ley de Viajes Combinados. Como explican, la responsabilidad solidaria entre las agencias y sus proveedores crea la obligación a las agencias de devolver el importe de los servicios contratados por un viaje combinado. Sin embargo, la gran mayoría de las compañías aéreas y otros proveedores están respondiendo a las devoluciones de sus servicios con un bono canjeable para salir en otra fecha y en función de tarifa y disponibilidad. Un bono al que, en algunos casos, se le añade el agravante de ser personal e intrasferible.

NEXOTUR reitera su firme y tradicional compromiso con el Asociacionismo sectorial, especialmente cuando pintan bastos para el agente de viajes.

### ★ PERSONAJES DE LA SEMANA / Víctimas del Covid-19

Agentes de viajes como José Manuel de la Torre, director general de Club de Vacaciones, o Emiliano González, presidente de MSC Cruceros, han caído víctimas del coronavirus. Dos agentes de viajes, reconvertidos en proveedo-



res, que se habían ganado el afecto de sus equipos y el respeto del Sector. Por todo ello, ellos (y los que les seguirán) son en esta ocasión los Personajes de la Semana de NEXOTUR. Un triste, pero merecido, reconocimiento postrero.

### ● LA CHISPA / Quique



### ▼ CHECK-OUT / CRISIS DEL CORONAVIRUS

#### Desplome del transporte urbano

El impacto de la crisis del coronavirus está siendo demoledor en todo el mundo. Un buen ejemplo se encuentra en el transporte público de viajeros en autobús, donde hay caídas de uso impactantes.

2020 arrancó con un crecimiento generalizado del uso del transporte público en prácticamente todas las ciudades españolas, según NEXOBUS. Sin embargo, a partir del 9 de marzo, la tendencia cambió radicalmente y a partir del 11 de marzo, los datos cayeron en picado. En el caso concreto de Madrid, la ciudad más afectada actualmente en España, el pasado 7 de marzo el uso del transporte público todavía mostraba un crecimiento del 6,5%. A partir del 11 de marzo comenzó la tendencia negativa con una tímida reducción del 3,2%. 11 días después, el uso de la red madrileña mostraba ya una reducción del 82,5% con relación al promedio de meses anteriores. En ciudades como Valencia, que suspendió las Fallas, el transporte público mostraba datos positivos el sábado 14 de marzo con un leve 1,2%, mientras Madrid acumuló un descenso del 14,9% y Barcelona del 8,1%.

El desplome del transporte en España, se puede comparar con el impacto de la crisis en Italia. En la capital, Roma, el 23 de febrero aún se podían encontrar datos positivos en el uso del transporte público con incrementos que van desde el 1,9% de Roma o 0,3% de Milán hasta el 27,5% de Venecia. Sin embargo, a partir de esa fecha y llegando al día 22 de marzo, se pueden encontrar descensos del 87,5% para Roma, 85,8% para Milán o un 82,2% para Venecia. En suma, un verdadero desastre.

La situación está francamente difícil / No se salva ningún segmento / Afortunadamente la mayoría de los eventos se están aplazando / Retomaremos nuestra actividad con más ímpetu / El impacto en el Sector MICE es definitivo / Esta situación afecta sobre todo a las pymes / Este periodo de confinamiento nos va a hacer valorar más las bondades de reunirnos

## «Nos ha tocado estar en la primera línea de las consecuencias»

Iker Goikoetxea / Presidente de APCE

La situación actual del Turismo, y especialmente la del Turismo de reuniones, ante la propagación del coronavirus en España es muy complicada. Así lo refleja el presidente de la Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE), Iker Goikoetxea, quien asegura que "no hay eventos en marzo y abril, y estamos con la incertidumbre de lo que pueda pasar para los meses de mayo y junio".

**P.- ¿Cómo está afectando la propagación de la pandemia del coronavirus en España al Sector MICE y, muy en concreto, a los palacios de congresos?**

**R.-** La situación está francamente difícil, sin ningún aspecto que la suavice.

Estamos deseando que esto acabe cuanto antes. No hay eventos en marzo y abril, y estamos con la incertidumbre de lo que pueda pasar para los meses de mayo y junio, intentando aguantar los eventos, pero lo que sí está claro es que marzo y abril están perdidos. Por ver un lado positivo, afortunadamente la mayoría de los eventos se están aplazando. Sí que es verdad que ha habido alguna cancelación, pero por suerte la gran mayoría se están aplazando al último cuatrimestre del año.

**P.- ¿La situación es la misma en todos los recintos asociados?**

**R.-** Cada uno tiene sus particularidades, pero por lo general la situación es la misma. Ahora mismo no hay eventos y estamos teniendo que ajustar los gastos porque los ingresos han desaparecido. Marzo y abril están perdidos y ahora tenemos el reto de gestionar los gastos, que no es una tarea nada fácil.

Estamos en una etapa de incógnitas e incertidumbres que hay que gestionar con mayor sensibilidad y responsabilidad. Tenemos el reto de saber navegar por estas aguas tan turbulentas porque detrás de cada negocio hay personas que son las que más sufren esta situación.

Asimismo, dado que nuestros recintos están vacíos y como servidores de la sociedad, muchos recintos se han puesto a disposición de las autoridades para colaborar en lo que sea necesario en la lucha contra el coronavirus, como por ejemplo, el caso más llamativo es el de Ifema, convirtiéndose en un hospital de campaña con 5.500 camas.

**P.- ¿Qué segmentos se están viendo más afectados?**

**R.-** No se salva ningún segmento. Toda la cadena de valor

del Sector MICE está afectada, desde la pequeña agencia hasta las empresas DMC, OPC, *venues*, hoteles, empresas de transporte... no se salva ninguno. Cuando todo esto acabe y se inicie la recuperación, puede que haya segmentos que vayan con distintas velocidades, pero ahora mismo el impacto

en el Sector MICE es definitivo. Nos ha tocado estar en la primera línea de las consecuencias de la propagación de este virus, pero es que su impacto trasciende del Sector Turístico y afecta a toda la sociedad y a toda la economía. El parón

es generalizado. Esta situación afecta sobre todo a las pymes, son las que peor lo van a pasar porque tienen una menor estructura y una menor liquidez. Y cuanto más tiempo pase peor será.

**P.- ¿Cómo ve el futuro de la industria congresual?**

**R.-** Esta situación va a pasar y deseamos que sea lo antes posible.

Francamente creo que este periodo de confinamiento, a nivel personal y profesional, nos va a hacer valorar más las bondades de reunirnos, que son las que nos mueve a este Sector. Al no tenerlas, se valora aún más. Tengo cierta

confianza en que retomaremos nuestra actividad con más ímpetu.

**P.- ¿Cree que cambiará la forma actual de reunirse?**

**R.-** Habrá que ver qué es lo que pasa después, pero yo creo que no cambiará tanto. Hay unas sinergias,



un valor de verdad en el intercambio humano; estamos viendo ahora mismo —con el teletrabajo que estamos realizando— que las reuniones virtuales tienen sus bondades pero también sus limitaciones. No es lo mismo ver los ojos de una persona a través de una pantalla que presencialmente. Volveremos a buscar las reuniones físicas, el contacto con la gente, el intercambio de conocimiento y de experiencias, además del intercambio cultural y la socialización que se genera al asistir a eventos en otros destinos. Como industria,

el valor que ofrecen las reuniones es muy destacable.

**P.- ¿Qué trabajo están realizando actualmente desde la APCE?**

**R.-** En la APCE hemos establecido una comunicación directa con todos los asociados para conocer la situación en cada uno de los recintos y sus respectivos destinos. Más allá de hablar sobre futuras medidas, ahora mismo solo estamos monitorizando la situación. Es verdad que se han tomado algunas medidas por parte del Gobierno central que trascienden las particularidades de nuestro Sector,

pero yo creo que son medidas que son adecuadas para una situación como la que estamos viviendo en estos momentos. Siempre es difícil tomar medidas en este contexto.

Por ahora, no estamos valorando solicitar más medidas concretas para nuestro ámbito. Tenemos que ver qué trayectoria toma esta situación y tendremos que valorarlo en su debido momento.

**P.- ¿Una vez que pase la pandemia del coronavirus, habrá que realizar un esfuerzo extra de promoción del Sector MICE?**

**R.-** Leí hace poco a alguien que decía que en el sector turístico lo que dejas de hacer un mes es difícil de recuperar al mes siguiente. La promoción la hemos tenido que hacer antes, la tenemos que hacer ahora y la seguiremos haciendo una vez solventemos esta crisis. Es verdad que habrá segmentos en los que haya que hacer un esfuerzo mayor.

Pero afortunadamente muchos de los eventos que se tenían que celebrar ahora se han pospuesto para finales de año, por lo que no partimos de cero. Estamos haciendo un esfuerzo importante en reubicar los eventos en el calendario que ya teníamos.

**P.- ¿Necesitarán el apoyo de las Administraciones públicas?**

**R.-** En la anterior crisis —la económica de 2008— lo primero que se produjo fue una caída del segmento corporativo y en los siguientes meses le siguió el sector público, que redujo gastos y dejó de hacer eventos. Desde aquí yo pediría que, una vez que pase la pandemia —donde las Administraciones están haciendo un esfuerzo importante— y se inicie de nuevo la actividad económica en España y en el Sector MICE, las Administraciones no prescindan de la celebración de reuniones y eventos.

En el ámbito de la promoción, siempre se puede hacer más y en nuestro Sector hay un importante margen de mejora en este sentido. El Turismo de reuniones en nuestro país vivía una inercia muy positiva gracias a la gran competitividad de nuestros destinos, con infraestructuras, productos, servicios y profesionales que seguirán estando ahí una vez superada la crisis, por lo tanto, esperamos que la situación vuelva poco a poco a la senda de crecimiento anterior.

España en su conjunto, en términos de Turismo de reuniones, tiene un posicionamiento muy bueno. No podemos olvidar que Madrid y Barcelona, nuestras dos principales ciudades, las estadísticas de ICCA, por ejemplo, que habla de congresos internacionales, están en los primeros puestos en los últimos años. Por tanto, el posicionamiento de nuestro país en este ámbito es muy fuerte y, efectivamente, desde ya hay que seguir trabajando y tratar de captar eventos para cuando la situación se solucione.

*Es verdad que ha habido alguna cancelación, pero por suerte la gran mayoría se están aplazando*

*Hemos establecido una comunicación directa con todos los asociados para conocer la situación*

### ‘Estamos monitorizando la situación’

En la Asociación de Palacios de Congresos de España hemos establecido una comunicación directa con todos nuestros asociados para conocer la situación real en cada uno de los recintos y en sus respectivos destinos. Más allá de hablar sobre futuras medidas, ahora mismo solo esta-

mos monitorizando la situación. Es verdad que se han tomado algunas medidas por parte del Gobierno central que trascienden las particularidades de nuestro Sector, pero yo creo que son medidas que son adecuadas para una situación de crisis como



IKER GOIKOETXEA

la que estamos viviendo en estos momentos. Siempre es difícil tomar medidas en este contexto. Por ahora, no estamos valorando solicitar más medidas concretas para nuestro ámbito de actuación. Tenemos aun que ver qué trayectoria toma

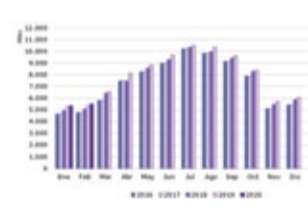
esta situación y habrá que valorarlo en el momento oportuno. Sin embargo, lo que sí pediría a las Administraciones es que cuando se inicie de nuevo la actividad económica en España y especialmente en el Sector MICE no prescindan de la celebración de reuniones y eventos.

# ESCAPARATE

## El tráfico de las aerolíneas 'low cost' crecen un 1%

El tráfico de pasajeros internacionales de aerolíneas de 'bajo coste' acumuló un incremento interanual del 1%, mientras que las compañías tradicionales tuvieron un mayor avance (+3,7%). **Pag 22**

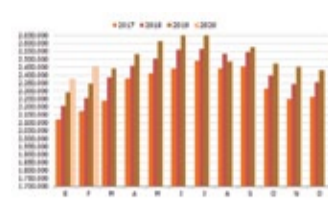
Llegada por meses 2016-2020



## El empleo en el Sector aumenta más de un 4%

Durante el mes de febrero de 2020, los afiliados a la Seguridad social vinculados al Sector Turístico crecieron un 4,4%, lo que se tradujo en 2.450.106 de trabajadores. Es la más alta en un mes de febrero. **Pag 8**

Afiliados en el Sector por meses



## IATA rectifica y prevé un 44% menos de ingresos

IATA ha anunciado que de los 104.000 millones de euros previstos inicialmente respecto al año 2019, la cifra aumentará hasta los 233.730 millones de euros, un 44% menos que el año pasado. **Pag 10**

### PRONTUARIO

#### Matar al cisne

UN 'CISNE NEGRO' es un evento impredecible que impacta en diferentes sectores, desproporcionado, aparece de la nada y desmonta tus previsiones, con efectos psicológicos en las personas que acaban teniendo consecuencias colectivas.

La situación actual es consecuencia de un cisne, quizás el más mediático de los últimos tiempos. Obviamente la incidencia en el Sector es directa. Es fácil caer en la opción de sentarnos a esperar a que pase, calculando las pérdidas y lamándonos las heridas, pero existe otra opción: reaccionar



JORDI MONTES

de forma positiva y aprovechar la oportunidad de convertir esas pérdidas en futuras ganancias: trabajar para fidelizar al cliente.

Suprimir los gastos de cancelación puede parecer una medida que potencie esas anulaciones, pero el efecto que busca es el contrario, generar la confianza para desbloquear las reservas generando confianza, mostrando empatía, para recuperar más adelante.

Es el momento de cuidar y cautivar al cliente convirtiendo el gasto en inversión. Destinar tiempo en reinventar nuestro producto, en confeccionar a medida para el cliente y personalizar es diferenciarnos, generar ventaja.

El ejemplo de ITB Berlín nos da que pensar: se cancela, "pero no", en lugar de "aplazar" la edición un año, deciden virtualizarla: ponencias y canal de *networking*... todo *online*, perdemos el cálido apretón de manos y pasamos al contacto virtual... la tecnología nos lo pone fácil si sabemos aprovecharla.

Es el momento de hacer cosas. Si no podemos matar al cisne, intentemos rodearlo.

Jordi Montes es CEO y cofundador de Your Incoming.

# El Sector se vuelca con las agencias de viajes a través de campañas de apoyo

El Sector Turístico insta a los usuarios a aplazar en lugar de cancelar los viajes

Grupos de gestión, turoperadores, proveedores, cadenas hoteleras e incluso las propias agencias de viajes han unido sus fuerzas para apoyarse entre sí y tratar de afrontar de una mejor manera los efectos de esta situación de emergencia sanitaria. Se ha realizado a través de publicaciones, tan con imágenes como con vídeos a través de las correspondientes redes sociales de cada una de las entidades.

"Nosotros estamos acostumbrados a vender sueños y ahora nos está tocando tener que aplazarlos". De esta manera ha lamentado el presidente de Fetave, Cesar Gutiérrez, lo malos momentos que están atravesando las agencias de viajes, tras la crisis provocada por la propagación del coronavirus, trabajando por encima de sus posibilidades en cancelaciones, repatriaciones, etc. Por ello, las empresas del Sector Turístico, que son conscientes de la situación, quieren aportar su granito de arena para animar a aquellas agencias o grupos que están viviendo malos momentos a través de campañas de apoyo en sus redes sociales. Además, instan a los viajeros a que no cancelen los viajes, sino que los aplacen, para así tratar de paliar un mayor impacto para las agencias.

En primer lugar, los grupos de gestión como GEA, DITGestión, Avasa, Airmet y Azul Marino no han querido faltar a esta cita. El grupo presidido por Prisciliano Fernández, ha manifestado, a través de su página de Facebook, su firme apoyo y agradecimiento a los profesionales, señalando que "unidos, lo superaremos". El mismo procedimiento han seguido Avasa y Airmet, que han compartido en sus redes sociales sendas imágenes agradeciendo el esfuerzo y la dedicación a las agencias y demandando a los usuarios que no cancelen los viajes, sino que cambien la fecha, para así salvar el Turismo, bajo el lema #cadenadesolidaridad.

Sin embargo, DITGestión, Grupo Azul Marino y TravelLoop han decidido optar por el #yomequedoencasa compartiendo un vídeo a través de sus correspondientes perfiles de Facebook. Por su parte, desde Tecnoturis han tratado de llegar hasta el lado más emotivo de los viajeros con un vídeo, recordando a sus usuarios que



ACAVE y el portavoz de Turismo del PP en el Congreso también se han unido a la campaña, entre otros muchos.

no olviden que "aún existen esos sitios que venden ilusiones" y que "el virus pasará, pero no dejes de soñar con tu próximo viaje".

#### Otros también se unen a la causa

Las grandes redes del país también han querido mandar sus mensajes de solidaridad. Así por ejemplo, Halcón Viajes apuesta por el "resiste y ganaremos", advirtiendo de que "pronto habremos superado todo esto y podremos viajar juntos. Ahora toca #QuedateEnCasa, pero seguimos trabajando para que tus próximas vacaciones sean involvi-

dables". Por otro lado, JTB Viajes Spain ha transmitido un mensaje de "esperanza y positividad" acompañado por un vídeo que anima "a seguir soñando". Asimismo, BMC Travel se ha unido a la campaña #salvemoselturismo que trata de apoyar a agencias, hoteles, aerolíneas, restaurantes y a todo el Sector Turístico en general, e instando a los viajeros a aplazar sus viajes.

Por último, turoperadores, hoteles y proveedores no han querido quedarse fuera de este aluvión de campañas de apoyo. Luxotour, Abba Hotels, Mapa Tours y Tui difunden también el lema #sal-

vemoselturismo a través de una serie de elementos multimedia en los que solicitan el apoyo de los usuarios con el aplazamiento de los viajes. También las asociaciones muestran su apoyo, como es el caso de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAIVE), que destaca que la fuerza de las agencias de viajes "es nuestro motor" con el lema #Porquejuntosloconseguimos. El portavoz de Turismo del PP en el Congreso, Agustín Almodóbar también se ha sumado con un vídeo para concienciar a la gente de quedarse en sus casas.

## Mundosenior Plus alarga la suspensión de sus viajes

A la vista del anuncio realizado por el Presidente del Gobierno de extender el estado de alarma y las distintas medidas restrictivas para los viajes que se están adoptando por España y el resto de países de la Unión Europea, Mundosenior Plus se ha visto en la obligación de extender la suspensión de los viajes a todas las salidas previstas hasta el día 30 de abril.

## El Gobierno asegura que ofrecerá su apoyo a Iberia

El ministro de Transportes, José Luis Ábalos, ha asegurado que Iberia "siempre ha contado y va a contar" con el apoyo del Gobierno, porque "siempre ha preocupado" que la compañía mantenga "la españolidad". Asimismo, ha asegurado que el Ejecutivo está en contacto con las empresas aeronáuticas, ya que preocupa "su capacidad y sobre todo su liquidez" ante esta situación.

## La Junta prevé una pérdida de hasta 60.000 empleos

El 93 % de las empresas del Sector Turístico en Andalucía han presentado expedientes de regulación temporales de empleo (ERTE), ante las consecuencias económicas que está provocando la crisis sanitaria del coronavirus. La Junta de Andalucía estima que se perderán unos 60.000 empleos en dos meses. Las pérdidas en el Sector andaluz podrían alcanzar los 6.000 millones.

## PortAventura ayuda a los hospitales de Tarragona

En un ejercicio de responsabilidad y solidaridad con la situación actual, la Fundación PortAventura ha donado 500.000 euros para la compra de respiradores de destinados a los siete hospitales de la provincia de Tarragona como forma de apoyo a las medidas puestas en marcha contra la expansión del coronavirus. Los respiradores se instalarán en diferentes hospitales catalanes.

# Asociaciones y grupos de gestión reclaman 'un contrato de viajes combinados justo'

Los grupos han lanzado una campaña de sensibilización hacia las agencias

**El aluvión de cancelaciones que están gestionando las agencias por la crisis del coronavirus ha hecho salir a la luz las deficiencias de la Ley de Viajes Combinados**

**ya denunciadas por el Sector desde su publicación. Asociaciones y grupos comerciales coinciden en reiterar los grandes problemas que les está generando.**

Los grupos comerciales han lanzado una campaña de sensibilización hacia las agencias de viajes, en la que destaca, sobre todo, su "total desacuerdo" con la aplicación de la Ley de Viajes Combinados. Como explican, la responsabilidad solidaria entre las agencias y sus proveedores crea la obligación a las agencias de devolver el importe de los servicios contratados por un viaje combinado. Sin embargo, la gran mayoría de las compañías aéreas y otros proveedores están respondiendo a las devoluciones de sus servicios con un bono canjeable por una salida en otra fecha y en función de tarifa y disponibilidad. Bono que en algunos casos, se le añade el agravante de ser personal e intrasferible.

Debido al mencionado contrato de viajes combinados actual, la agencia se vería en la obligación de devolver todo el importe aún sabiendo que el importe no lo va a percibir por parte de muchos de estos proveedores. Esta interpretación trae irremediabilmente el no poder cumplir con este requisito y/o el cierre de dichas agencias, por falta de liquidez. "Ante tal injusticia, las agencias de viajes necesitan una solución urgente a dicha situación", explican los grupos comerciales. De ahí, la campaña enfocada a sus

clientes a través del hashtag #soyagentedeviajes. El mensaje que emiten es simple y clarificador, "soy agente de viajes y exijo un contrato de viajes combinado justo". A su vez hacen un llamamiento a quedarse en casa ante la actual situación de crisis sanitaria, ya que eso "traerá dar alas a los viajes en un futuro cercano".

Las principales Asociaciones de agencias de viajes del país también han mostrado su malestar por la problemática normativa. El presidente de CEAV, Carlos Garrido, aclara que "desde el mismo día de su publicación la denunciamos". "De hecho, presentamos varias enmiendas que tuvimos ocasión de explicar personalmente a los diferentes grupos parlamentarios", explica a NEXOTUR. El motivo de sus quejas era precisamente "los términos que ahora están generando situaciones comprometidas respecto a las causas, los plazos y los derechos y obligaciones de toda la cadena de valor".

Por su parte, el presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACA-VE), Martí Sarrate, ha subrayado que "en casos como los actuales todos los componentes de la cadena de distribución deben de cumplir la ley, o si no que la flexibilicen para todo el mundo". Según Sarrate, este



El mensaje es simple y clarificador.

no está siendo el caso, ya que "las compañías aéreas y algún proveedor se niegan a reembolsar el importe de la anulación del viajes por motivos de causa mayor".

**Normas de difícil cumplimiento** Finalmente, el presidente de la Unión Nacional de Agencias de Viaje (UNAV), José Luis Méndez, destaca que "en su momento planteamos más de 20 enmiendas, alegando que al ser las agencias de viajes mayoristas minoristas receptoras emisoras hay normas que son de difícil cumplimiento". "No podemos adquirir más responsabilidad que las que nos corresponde, principalmente en el caso de reembolso de las compañías aéreas o políticas de cancelación de grandes cadenas o centrales hoteleras", matiza.

# El coronavirus se cobra la vida de Emiliano González

El Sector Turístico ha vuelto a sufrir una importante pérdida. A sus 68 años, el hasta ahora presidente de MSC Cruceros, Emiliano González, se ha convertido en una nueva víctima del brote de coronavirus. Su trayectoria profesional siempre ha estado ligada al Sector Turístico. En 1967, comenzó a formar parte de la Compañía Hispanoamericana de Turismo, Viajes CHAT, donde permaneció hasta el año 1980. Durante los siguientes 35 años también se mantuvo junto a las agencias de viajes, ocupando diferentes puestos de dirección en Viajes Icab, Viajes Atlanta, Viajes Vincit y Viajes Mapfre.

En el año 2002, pasó a formar parte de la estructura de MSC Cruceros ocupando el cargo de director comercial. En el 2004, asumió la Dirección General de la naviera en España y estuvo al frente de la misma durante 13 años. No fue hasta septiembre de 2017 cuando fue nombrado presidente de MSC Cruceros España para dirigir asuntos institucionales y ayudar con el posicionamiento estratégico y el desarrollo de las inversiones.

Desde la naviera, su presidente ejecutivo, Pierfrancesco Vago, ha admirado su entrega y pasión por su trabajo, y ha enviado un mensaje de cariño a su familia y amigos: "durante casi 20 años, Emiliano ha sido una figura central en nuestra compañía, un miembro de la familia MSC y



Emiliano González.

un gran amigo". Asimismo, su compañero y director general de MSC Cruceros en España, Fernando Pacheco, ha subrayado que "Emiliano fue un gran profesor para mí. Aprendí muchas cosas de él a través de los años, siempre me apoyó con información y puntos de vista que yo no veía. No vamos a poder olvidarle nunca".

El presidente de la Mesa de Turismo, Juan Molas, ha querido recordarle como "una gran persona, un entrañable amigo y un excelente profesional que había desempeñado distintos cargos directivos, en diferentes empresas turísticas".

Desde NEXOTUR queremos recordarle con especial cariño y ensalzamos su profesionalidad y liderazgo durante toda su carrera, al mismo tiempo que mostramos todo nuestro apoyo y fuerza para su familia. Descansa en paz. Por otra parte, el coronavirus también está afectando al director general de Movelia, Santiago Vallejo. Desde este periódico le deseamos una pronta recuperación.

# La Asociación Alemana de Viajes prevé unas pérdidas de ingresos por valor de 4.800 millones de euros

DRV y DTV lanzan una campaña para pedir que no se cancelen los viajes, sino que se pospongan

La pérdida de ingresos entre los operadores turísticos y las agencias de viajes alemanas asciende a más de 4.800 millones de euros desde mediados de marzo hasta finales de abril, según las proyecciones de la Asociación Alemana de Viajes (DRV). La necesidad de financiación seguirá aumentando a medida que la situación se alargue.



Norbert Fiebig.

"Se necesita urgentemente un escudo protector para la industria de viajes", reconoce el presidente de DRV, Norbert Fiebig. "Los políticos deben compensar estas ventas perdidas con subsidios", asegura.

Específicamente, DRV exige al gobierno una regulación de las cancelaciones. Actualmente, dichas cancelaciones

conllevan a la devolución de los pagos de comisiones a las agencias de viajes y a los operadores turísticos para que estos puedan reembolsar el importe a los clientes. Esto está creando enormes problemas financieros, tanto a las agencias de viajes como para los operadores turísticos.

Para la Asociación alemana hay dos formas de detener esta salida de liquidez de la industria de viajes. La primera es que "el Gobierno federal asuma los costes actuales

de los reembolsos por viajes que no se han iniciado o no se pueden iniciar". Por otro lado, consideran la posibilidad de emitir un bono de viaje válido por un año, en lugar de una devolución del importe en efectivo. Este podría canjearse en la misma agencia de viajes u operador turístico y además, gozaría de una garantía estatal. En ambas opciones, "los pagos de comisiones se mantendrán con las ventas de viajes", explican desde DRV.

En línea con lo anterior, DRV junto con la Asociación Alemana de Turismo (DTV) han lanzado la campaña solidaria #verschiebdeinerreise, en la que piden a los viajeros que no cancelen sus viajes que ya reservados, sino que los pospongan. Si la agencia o el operador turístico no cancelan los viajes, sino que los posponen para otra fecha, la liquidez que ahora se necesita con urgencia permanece así en la empresa turística.

# Incertidumbre en el Sector ante la posible suspensión total de los viajes del Imserso

Desde las UTE están esperando una decisión por parte del Gobierno

El Sector Turístico se muestra preocupado por el posible desenlace de los viajes del Imserso tras la ampliación del estado de alarma. Mientras que desde CEAV piden que se dé por finalizada la temporada actual, desde Mundiplan y Turismo Social están a la espera de la decisión del Gobierno.

La noticia de la ampliación del estado de alarma deja a la actual temporada del programa de viajes del Imserso con poca capacidad de desarrollo, teniendo en cuenta que su finalización estaba fijada para mayo. Así, tanto Mundiplan como Turismo Social se mantienen expectantes "a la espera de las decisiones que tomen el Gobierno y el propio Imserso", como explican a NEXOTUR fuentes cercanas a las empresas que gestionan el programa.

En este sentido, el presidente de CEAV, Carlos Garrido, afirma haber solicitado al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo la cancelación total de la actual temporada por estos motivos. "El programa finaliza en el mes de mayo y está decretado el estado de alarma hasta el próximo 11 de abril que es una fecha muy cercana", explica Garrido a NEXOTUR, a la vez que destaca que hay que tener en cuenta que "el programa

está destinado a las personas más vulnerables con las que tenemos que tener una mayor protección".

## Decidir lo antes posible

El presidente de CEAV señala a este periódico que han trasladado su postura a las dos concesionarias, tanto a los organizadores como a los distribuidores, apoyándoles para que toda esta situación finalice pronto y de la mejor manera posible. Sin embargo, lamenta que "desgraciadamente las fechas son muy justas, incluso manejando los escenarios más optimistas". En esta línea, exige que, en el caso de que se tengan en cuenta sus recomendaciones y finalmente concluyan los viajes, se realice "lo antes posible para poder coordinar la operativa" y evitar una situación similar a la que ocurrió con la suspensión de un mes, cuando, según destaca, "nos enteramos por la prensa y no tuvimos ningún tiempo



Carlos Garrido preside CEAV.

de planificación para gestionar una situación tan complicada".

Como ya publicó NEXOTUR, el número de afectados por la suspensión de los viajes ascendía a cerca de 250.000 usuarios, de los cuales entre 35.000 y 40.000 personas recibieron la noticia mientras estaban disfrutando de sus vacaciones. A este respecto, las mismas fuentes han confirmado a este periódico que todos los viajeros afectados ya han regresado a sus domicilios.

# Los recintos feriales y de congresos, contra el Covid-19

La actividad de ferias y congresos en España se ha reducido a cero por el coronavirus, quedándose vacíos los grandes recintos españoles, hoteles y otros *venues*. Muchos se han ofrecido a las autoridades para lo que fuera necesario en la lucha contra el Covid-19, sirviendo como hoteles medicalizados, alojamiento de profesionales sanitarios o acogiendo hospitales de campaña.

Los hoteles han sido las primeras instalaciones turísticas en luchar contra el coronavirus acogiendo pacientes y contribuyendo a reducir la presión asistencial en los hospitales. En Madrid, por ejemplo, ya se han medicalizado los hoteles Ayre Gran Hotel Colón, Madrid Marriott Auditorium y Las Provincias (Fuenlabrada), entre otros, y se prevé lo mismo con el Vía Castellana, Ilunion Atrium, Miguel Ángel, Euroforum Palacio y Hotel Majadahonda. En el resto de España también existen iniciativas al respecto, como en Cataluña, y también ofreciendo sus habitaciones para el descanso de los sanitarios, como en la Comunidad Valenciana.

Los recintos feriales y de congresos también se han ofrecido. El



Hospital de campaña en Ifema.

caso más llamativo es Ifema que, en un primer momento, había habilitado un pabellón para acoger a 150 personas sin hogar durante el periodo de aislamiento decretado por el Gobierno, y posteriormente, instalando un hospital de campaña con capacidad para 5.500 camas, de ellas 500 de UCI.

Fira de Barcelona, por su parte, ha cedido sus instalaciones, concretamente el pabellón Victoria Eugenia del recinto de Montjuïc, para acoger a cerca de un millar de personas en situación de vulnerabilidad. Otros recintos se han ofrecido para ayudar en todo necesario, como el Palacio de Congresos de Roquetas de Mar —propiedad de la Cámara de Comercio de Almería—, el Palacio de Congresos Expomeloneras —propiedad del Grupo Lopesan—, la Institución Ferial de Canarias (Infecar) o el Recinto Ferial de Tenerife.

GRACIAS,  
AGENTES DE VIAJES,  
POR VUESTRA DEDICACIÓN  
UNIDOS, LO SUPERAREMOS



MUNDI GEA

## Avasa condona la cuota de abril a sus asociados

Avasa Travel Group ha informado, recientemente, que "debido a la situación actual y el complicado periodo por el que está pasando el Sector Turístico", toma como medida económica excepcional la condonación de su cuota mensual para el próximo mes de abril. Además, el grupo ha matizado que les seguirá ofreciendo todos y cada uno de sus servicios.

## El Gobierno restringe los desplazamientos a las islas

El ministerio de Transportes ha anunciado que los desplazamientos entre la Península y los archipiélagos balear y canario se van a ver restringidos notablemente para seguir conteniendo la epidemia de coronavirus. Esto supone prácticamente el cierre del espacio aéreo y marítimo de Baleares, con fuertes limitaciones y algunas excepciones para garantizar las necesidades.

## IATA, decepcionada con las directrices de la CE

La Comisión Europea (CE) considera que la prohibición de desplazamiento de algunos Estados miembro es una circunstancia "extraordinaria" que exime a las aerolíneas de indemnizar, aunque sí deben reembolsar el billete o recolocar. La CE ha publicado una guía para aclarar los derechos de los usuarios de los diferentes modos de transporte en la Unión Europea.

## Grupo NEXO cancela los salones TurNexo Verano

A causa de la pandemia, el Grupo NEXO se ve obligado a suspender los Salones TurNexo Verano 2020, que se iban a celebrar en abril y mayo. Los Salones Profesionales del Agente de Viajes TurNexo que estaban convocados y que se cancelan son: TurNexo Madrid, TurNexo Euskadi, TurNexo Valencia, TurNexo Catalunya y TurNexo Andalucía.

# El reembolso de los viajes cancelados por la pandemia del coronavirus está en el aire

Fetave solicita al Gobierno que auxilie tanto a agencias como a aerolíneas en torno a esta problemática

Las devoluciones y los reembolsos continúan siendo una de las principales problemáticas que tienen que afrontar las agencias de viajes. Tal y como señala el presidente de

CEAV, Carlos Garrido, para NEXOTUR, "la falta de flexibilidad de algunos proveedores en los reembolsos nos están generando situaciones complicadas con nuestros

clientes y las autoridades no están siendo ágiles ni claras en este sentido como correspondería en una situación excepcional como la que estamos viviendo".

Desde la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAIVE), señalan que las agencias no pueden hacer frente a las demandas de los usuarios porque muchas aerolíneas se están negando a efectuar estos reembolsos en metálico, transferencia bancaria o cheques. Estas ofrecen como única alternativa la emisión de un bono que sólo es válido si el pasajero lo acepta. No obstante, las agencias de viajes se están encontrando con muchos supuestos en que los pasajeros no están conformes con esta opción y la aerolíneas se niegan a la devolución por los medios establecidos en el Reglamento 261/2004.

En este sentido, el presidente de ACAIVE, Martí Sarrate, pide al Gobierno que "obligue a las com-

pañías aéreas a restituir el precio de los billetes de manera inmediata en cumplimiento del Reglamento". "Hay muchas compañías que ofrecen como única alternativa de reembolso los bonos, aun cuando el pasajero ha mostrado su conformidad con ello, contraviniendo la normativa europea", añade. Asimismo, la Asociación se muestra preocupada porque también les están exigiendo el pago de las liquidaciones del BSP-IATA, obligándoles a cumplir todas las normativas unilaterales impuestas por la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA), sin que a día de hoy dicho grupo disponga de un fondo de garantía que garantice los millones de reembolsos que están pendientes a día de hoy.

Por otro lado, desde la Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas (Fetave), solicitan al Gobierno que auxilien tanto a agencias como a aerolíneas en torno a esta problemática. Concretamente, exigen que "flexibilicen la política de reembolsos y adopten medidas excepcionales en un momento extremadamente crítico para el Sector Turístico y especialmente de las agencias de viajes y compañías aéreas, que atraviesan fuertes dificultades de liquidez y cuya viabilidad futura está en riesgo".

**ALA demanda flexibilización**  
La Asociación de Líneas Aéreas (ALA) exige al Gobierno que ofrezca facilidades a las aerolíneas

para hacer frente a los reembolsos por las miles de cancelaciones que se están produciendo a causa del impacto del coronavirus. Concretamente, piden que flexibilice la política de reembolsos y adopte medidas excepcionales para paliar la falta de liquidez y evitar la quiebra de algunas compañías aéreas.

"Necesitamos que se den facilidades a las compañías aéreas en el momento actual para evitar un mal mayor" ha afirmado el presidente de ALA, Javier Gándara. Asimismo, ha advertido que "si las compañías aéreas se ven obligadas a reembolsar los miles de billetes de esos miles de vuelos cancelados como consecuencia de las restricciones establecidas por el Covid-19 podría desencadenarse la quiebra



Falta flexibilidad de algunos proveedores.

de muchas de ellas". Para ello, la asociación ha realizado sus propias propuestas. Entre ellas se encuentran la emisión de bonos de viaje como solución para evitar la quiebra por falta de liquidez y al mismo tiempo no dejar a los pasajeros sin ningún tipo de compensación.

## La OMT crea un Comité de Crisis Mundial para el Turismo

La Organización difundirá un conjunto de recomendaciones para la recuperación

La Organización Mundial del Turismo ha invitado a organismos clave de las Naciones Unidas, presidentes del Consejo Ejecutivo y las Comisiones Regionales, y líderes del sector privado a integrarse en un Comité Mundial de Crisis para el Turismo.

Los participantes aceptaron en una reunión virtual la invitación de la OMT a formar parte de este comité mundial de coordinación que celebrará reuniones virtuales regulares para evaluar y proponer recomendaciones a medida que evolucione la situación. Todos los organismos de las Naciones Unidas que tengan una relación clave con el Turismo participarán en el Comité, en el que estarán también la Organización Mundial de la Salud y los principales representantes de los sectores del transporte aéreo y marítimo, así como del sector privado.

Igualmente, en los próximos días, OMT difundirá un conjunto de recomendaciones para la recu-

peración. El documento subrayará los pasos que los gobiernos y otras autoridades deben dar para mitigar el impacto del Covid-19 en el Sector y acelerar la recuperación. La reunión virtual será tenida en cuenta en las recomendaciones de la OMT. Estas se complementarán con un componente dinámico, que tiene el propósito de involucrar a los innovadores de todo el mundo a través de un reto de innovación centrado en la respuesta del Turismo.

Uno de los integrantes de este Comité es el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC). El Consejo ha recalorado que ante los efectos de esta crisis "los operadores turísticos, los agentes de viajes y los comerciantes únicos, son especialmente vulnerables". Por ello, WTTC, ya está trabajando con más de 75 gobiernos, documentando y monitoreando las mejores soluciones que están implementando para reducir el impacto social. Además ha pedido a los países que realicen



Celebrará reuniones virtuales.

urgentemente mayores esfuerzos para analizar cómo las empresas pueden acceder a créditos sin intereses y exenciones fiscales que puedan evitar la posibilidad de colapso inminente. Según la última investigación del WTTC, el Sector Turístico contribuye con el 10,4% del PIB mundial y genera uno de cada diez de los empleos del mundo. Además, durante ocho años consecutivos, la industria de viajes y Turismo ha superado el crecimiento de la economía mundial.

## Los empleos en el Sector crecen más de un 4% durante febrero

Durante el mes de febrero de 2020, los afiliados a la Seguridad social vinculados al Sector Turístico crecieron un 4,4%, lo que se tradujo en un total de 2.450.106 de trabajadores. Esta cifra es la más alta de la serie histórica en un mes de febrero. Los afiliados en actividades turísticas son el 12,7% del total de afiliados en la economía nacional.

El pasado febrero los afiliados vinculados a actividades turísticas aumentaron en términos absolutos en 103.265 trabajadores en alta laboral. El incremento de los afiliados se registró en todas las ramas del Sector: en las agencias de viajes hubo un incremento de 1.654 trabajadores, la hostelería creció en 69.706 afiliados (58.280 afiliados más en los servicios de comidas y bebidas y 11.426 más en los servicios de alojamiento) y las otras actividades turísticas aumentaron en 31.905 afiliados. Esta rama de actividad redujo su empleo en el periodo 2008-2014, pero experimenta un crecimiento continuado desde entonces.



Son el 12,7% del total de afiliados.

En febrero la cifra de asalariados en el Sector Turístico, que representa el 80% del total de trabajadores afiliados en dicho sector, subió un 5,1% respecto al mismo mes del año anterior. Por ramas de actividad, el empleo asalariado creció en todas ellas. Aumentó en agencias de viajes y operadores turísticos un 1,3% y en hostelería un 5,5%. El empleo autónomo en Turismo, que representa el 20% del total de trabajadores afiliados, subió un 1,8%. La actividad de hostelería muestra un crecimiento del 1,2%. En las agencias se observa un incremento interanual del 6,5% en el número de autónomos.



## La fusión entre Globalia y Barceló llega a la CNMC

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), el regulador encargado de autorizar la fusión entre Ávoris y Globalia, recibió, a mediados de marzo la notificación de dicha operación. A partir de la fecha de notificación, la CNMC suele tardar 30 días en resolver el expediente en su primera fase, periodo durante el cual la mayoría de las operaciones consiguen el visto bueno por parte de las autoridades de Competencia. Esta notificación se produce cuatro meses después de que Barceló y Globalia cerraran el acuerdo para fusionar sus divisiones de viajes. Esta fusión, que incluiría las divisiones mayoristas y minoristas de las compañías, se realizaría al 50%. En el momento en el que la Comisión dé luz verde al proceso de fusión, los equipos directivos de Globalia y Barceló empezarán a trabajar para comenzar a dar forma a todo el nuevo conglomerado empresarial.

# Las agencias dan por perdida la Semana Santa y parte de la temporada de verano

Las Asociaciones tratan de ser optimistas pero esperan que la crisis afecte a la temporada estival

**CEAV, ACAVE y UNAV lamentan que el grave impacto de la propagación del coronavirus ha provocado que la Semana Santa**

**esté completamente desahuciada. Respecto al verano, actualmente se encuentran expectantes aunque temen que pueda verse**

**realmente afectado. Señalan que dependerá de la duración del nuevo estado de alarma y el levantamiento de todas las restricciones.**

"Con la prolongación del estado de alarma, la Semana Santa está totalmente perdida y en los próximos meses no esperamos que se recupere el Sector". De esta manera explica el presidente de CEAV, Carlos Garrido, para NEXOTUR el impacto del Covid-19 en esta festividad tan importante para el Sector Turístico. Asimismo, señala que, cuando finalice toda esta situación, la recuperación "será de forma muy gradual". Del mismo modo, Garrido ha subrayado que las cancelaciones para estas fechas se están realizando "de la mejor manera posible", ya que están "tratando de reducir los perjuicios para los clientes", pero para ello "dependemos de la actitud de nuestros proveedores para poder proceder nosotros".

La misma postura mantienen desde la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), quienes también dan por perdido el Imserso y las rutas

culturales de primavera. Su presidente, José Luis Méndez, indica para este periódico que este estado de alarma "afectará en los cambios de vacaciones y en la economía, que se empieza a resentir en casi todos los sectores". Además, ha aprovechado para demandar "todo tipo de ayudas a nivel empresarial para intentar mantener el máximo número de puestos de trabajo", ya que "será uno de los años más duros para las agencias".

### Situación dramática

En la misma línea se expresan desde la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE). De esta manera, su presidente, Martí Sarrate, califica el impacto económico que acarreará esta situación, como "dramático" porque "no se genera caja porque la gente no viaja". Así, señala



Va a ser uno de los años más duros para el Sector de las agencias de viajes.

que "llevamos días gestionando las cancelaciones de las reservas que estaban realizadas y todo son devoluciones por las anulaciones".

Respecto a la temporada estival, los máximos representantes de las tres Organizaciones empresariales se muestran expectantes, ya que desconocen cuánto puede prolongarse el estado de alarma. Garrido subraya que "todavía tenemos esperanza", aunque "mucho nos

tememos que el verano se verá también perjudicado y que las reservas serán escasas todavía". Por su parte, Sarrate advierte que "dependerá de la duración del estado de alarma y que todos los países a nivel mundial vuelvan a la normalidad y se permita viajar sin restricciones". Sin embargo, UNAV se muestra más pesimista, considerando que, al menos la primera parte de la temporada de verano, se verá afectada.



**avasa**  
TRAVEL GROUP  
SIEMPRE MÁS LEJOS

## 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

## Hotelbeds toma diversas medidas ante el Covid-19

Las principales prioridades de la cadena Hotelbeds son "la protección de la salud de sus empleados, el apoyo a sus socios comerciales y garantizar la continuidad del negocio". Por ello han implantado el teletrabajo, disponiendo así de personal operativo y adaptando su actividad. Asimismo, han informado y colaborado con sus socios y han declarado "fuerza mayor para todas las reservas".

## IATA rectifica y prevé un 44% menos de ingresos

Las recientes restricciones de viajes y la recesión mundial prevista han provocado que la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) haya vuelto a revisar al alza este mes sus previsiones de pérdidas de ingresos. Así, han anunciado que de los 104.000 millones de euros previstos inicialmente respecto al año 2019, la cifra aumentará hasta los 233.730 millones de euros.

## Ayuso pide atención para los turistas que quedan

La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, ha pedido al Gobierno central atención y unos servicios mínimos para los 2.000 turistas que quedan aún en la región y que, de momento, no tienen posibilidad de volver a sus casas. Sobre ahora que el Ejecutivo ha acordado el cierre de todos los hoteles y alojamientos turísticos similares.

## Relais Termal lanza una novedosa campaña

El presidente de Balnearios Relais Termal, Miguel Mirones, explica que "tenemos claro que no es momento de vender, sino de acompañar". Por ello, ponen todos los recursos disponibles a su alcance para poder hacer esta labor de acompañamiento telefónico y dedicar a las personas, a nuestros clientes que así lo deseen, unos minutos de compañía y de escucha activa.

# Las Asociaciones del Sector consideran insuficientes las medidas del Gobierno

‘La Ley de Viajes Combinados está creando unos problemas enormes a las agencias’

CEAV y ACAVE han calificado como "positivas" las medidas anunciadas por el Gobierno relacionadas con el empleo. En cambio, las Asociaciones

demandan un mayor número de medidas para autónomos y la actuación del Gobierno sobre la Ley de Viajes combinados.

Positivismos en el Sector de las agencias tras las medidas económicas anunciadas por el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez. En términos de empleo, el presidente de CEAV, Carlos Garrido, asegura para NEXOTUR que son "muy positivas para paliar el impacto en la tesorería". Sin embargo, se han mostrado muy disconformes con las medidas adoptadas hacia los autónomos, ya que advierten que "el 25% de los trabajadores son autónomos" y dichas propuestas son, por lo tanto, "insuficientes". Garrido también ha querido hacer hincapié en que, hasta el momento, no han promulgado ninguna medida sobre los alquileres. A este respecto, subraya que "esto es algo que nos afecta mucho porque nos supone un coste fijo muy elevado", por lo que pide soluciones.

En esta misma línea, desde la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACA-VE) su presidente, Martí Sarrate ha señalado a este periódico que a pesar de que las medidas laborales son "positivas", el 80% del Sector son pymes, micropymes y autónomos, por lo que coincide en que "tienen que implementar más medidas para este Sector". Asimismo, indica que han echado en falta algún tipo de comparecencia por parte de la ministra de Trabajo y Asuntos Sociales, Yolanda Díaz, ya que advierten que "hay muchos puestos de trabajo en juego".

Respecto al asunto de los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE), ambas Asociaciones están de acuerdo con la estructura de la medidas. En este sentido, coinciden en que el grado de aplicación de éstos en las agencias de viajes va a ser "muy alto", porque en estos momentos solo se trabaja para hacer anulaciones. "Estamos ante una situación dramática, ya que nos vemos obligados a paralizar la actividad", añaden.

Por otra parte, Sarrate ha avanzado que "estamos llegando a un acuerdo con Consumo porque la Ley de Viajes Combinados nos obliga a devolver el dinero a los



El presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, tras el consejo de ministros.

usuarios, pero no estamos recibiendo el dinero por parte de los proveedores". Cabe recordar que el presidente de CEAV señaló a NEXOTUR que dicha ley "está creando unos problemas enormes a las agencias de viajes", y por ello continúan demandando aspectos técnicos sobre ella, y la actuación por parte del Gobierno.

Por último, ambos presidentes han criticado duramente a las aerolíneas. Garrido critica a las compañías aéreas "por no devolver los importes y darnos bonos que no solucionan". Así, Sarrate demanda que también "se les permita iniciar una política de bonos para las cancelaciones" y que no exijan a las agencias la devolución íntegra de los viajes.

### Más medidas

La Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas (Fetave) cree que la nueva normativa impuesta por el Gobierno está diseñada para un escenario normal de mercado. Considera que esta "no atiende a una situación excepcional como la actual, y que puede llevar a la desaparición de una parte considerable del Sector Turístico".

En esta línea, solicita al Ejecutivo, con máxima urgencia, la adopción de nuevas medidas específicas

para el Sector Turístico (agencias de viajes, compañías aéreas y de transporte discrecional por carretera, *rent-a-cars*, hoteles). Entre ellas se encuentra la suspensión del pago de la cuota de autónomos hasta la normalización de la situación y de la cuota de seguridad social empresarial a las empresas del Sector.

Asimismo, piden poder ampliar el plazo de aplazamiento sin coste de las cuotas de seguridad social y del pago de impuestos como el IVA y crear líneas de crédito a tipo cero con aval del 100% del Estado. En relación a la Ley de Viajes Combinados, pretenden que se lleve a cabo su modificación urgente por Real Decreto Ley y. Igualmente, solicitan un requerimiento a las compañías de seguros con las que los organizadores de viajes combinados han contratado las garantías de los viajes combinados para que asuman su responsabilidad.

La Federación se cree obligada a manifestar que "en ausencia de nuevas medidas por parte del Gobierno, las Comunidades autónomas y entidades locales, el Sector, y en concreto las agencias de viaje, están abocados a una crisis profunda con fuerte impacto en ese 13% del empleo nacional". Esta crisis, que probablemente no afectará solo al Sector Turístico, amenaza con ser peor que la experimentada en el año 2008.

## ABTA advierte del peligro de quiebra de las agencias

La Asociación Británica de Agencias de Viajes (ABTA) continúa exigiendo al Gobierno británico que actúe de manera inmediata para evitar el colapso de las agencias del Reino Unido. Consideran que de no realizarlo de forma urgente podría provocar la pérdida de decenas de miles de empleos, así como causar graves retrasos en los reembolsos de los clientes y daños a largo plazo.

Desde la Asociación lamentan que, a pesar de que el Gobierno ha anunciado soluciones para auxiliar a aerolíneas, alegando que harán "lo que sea necesario", no han atendido las demandas de los operadores turísticos y los agentes, quienes se están viendo obligados a reembolsar los importes de las reservas canceladas a los usuarios. Según señalan, esto está provocando que no les quede más remedio que reducir en personal pidiéndoles unas vacaciones obligadas sin remuneración alguna, así como adoptar grandes recortes salariales en un sector muy perjudicado por el Covid-19. En este sentido, exigen "una acción mucho más rápida y decisiva".

A este respecto, el director ejecutivo de ABTA, Mark Tanzer, ha advertido que "nos estamos quedando sin tiempo, la gente está perdiendo sus empleos en este momento y algunas empresas se enfrentarán a la bancarrota si no se hace nada". Además, ha avanzado que "si eso ocurre en una escala significativa, los planes de financiación de las vacaciones se verán sometidos a una gran presión y habrá retrasos considerables para que los clientes recuperen su dinero".

Por otra parte, tras las modificaciones en el asesoramiento de FCO, un gran número de usuarios recibieron la noticia de que sus vacaciones iban a ser reembolsadas. Sin embargo, desde ABTA informan que las empresas de viajes no han recibido dicho pago por parte de sus proveedores, y por lo tanto no pueden hacer frente a las devoluciones por el momento. Esto, junto con inyecciones de efectivo inmediatas a las empresas, son otros de los motivos por los que demandan rapidez al



El director de ABTA, Mark Tanzer.

Gobierno, ya que desean relajar las regulaciones para garantizar la protección de sus clientes.

### Nuevas demandas

Desde ABTA señalan que el Gobierno debe tomar medidas inmediatas para implementar un mecanismo a través del cual la financiación directa para mantener el empleo se pueda canalizar a los empleadores; y permitir la provisión de préstamos suscritos por el propio Gobierno a empresas de todos los tamaños, con los mecanismos de acceso para estos préstamos, y permitir el aplazamiento inmediato de los pagos de HMRC por un período de seis meses. Además solicitan la suspensión temporal del deber del pasajero aéreo.

Asimismo, piden cambios temporales en el Reglamento de viajes combinados para proteger tanto a las empresas como a los consumidores. Entre ellas se encuentran permitir los créditos de reembolso como una alternativa aceptable y exigible a los reembolsos en efectivo inmediatos, con todas las protecciones; que el plazo de 14 días para pagos de reembolso se extienda a un período de cuatro meses; y que los operadores turísticos no deben ser responsables de proporcionar reembolsos si los proveedores no cubren estos costos. Cuando esos proveedores no puedan reembolsar, debe existir un fondo de emergencia para consumidores para cumplir con los pagos de reembolso.

# La crisis por el Covid-19 obliga a un gran número de empresas del Sector Turístico a acogerse a un ERTE

Globalia, Avoris, Iberia, Vueling, Viajes El Corte Inglés y Jumbo Tours son algunos de los ejemplos

La presentación de ERTE va en aumento debido al enorme impacto del coronavirus en el Sector Turístico. La escasa capacidad de actuación y el gran número de

pérdidas económicas por las restricciones y la enorme cifra de cancelaciones, están provocando que las aerolíneas, agencias y turoperadores se vean obligados a tomar

esta decisión ya que no pueden afrontar los salarios de sus trabajadores. Algunos optan por el cese total de la plantilla y otros por un 50% o la reducción de jornada.

Son muchas las empresas del Sector Turístico que se han visto obligadas a acogerse a Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) para evitar la quiebras y proteger a sus trabajadores. La propagación del Covid-19 está provocando una cifra incalculable de pérdidas que tanto aerolíneas y agencias como los propios turoperadores, no son capaces de afrontar en esta situación de emergencia sanitaria.

Globalia e Iberia han sido las primeras en presentar el expediente. La primera ha realizado varios, con afectaciones que variarán en función de las necesidades operativas. La propia compañía se encargará de realizar los trámites oportunos con la Administración para intentar que las prestaciones lleguen a tiempo para todos sus trabajadores. El objetivo es que la compañía se recupere una vez que la actividad se normalice.

Por su parte, la aerolínea española, aplicará esta misma decisión al menos durante los próximos tres meses. Tendrá un grado de afección de un máximo de un 60% en dicho periodo, mientras que el mantenimiento se podría ver afectado hasta en un 80% los dos primeros meses y de un máximo del 90% el tercero. El área de componentes se verá alterada a su vez en un máximo de un 70%.

Las siguientes en tomar esta medida han sido Vueling y Avoris. El ERTE de la *low cost* afectará durante tres meses a sus 3.800 y a otros 200 procedentes del equipo humano de Francia e Italia. El expediente, presentado por causa de fuerza mayor, prevé reducciones de hasta el 90% de la jornada habitual en pilotos y personal de cabina y del 80% de la del resto de la plantilla de la compañía aérea de 'bajo coste'. Del mismo modo,

el ERTE de Avoris afecta a la totalidad de su plantilla, compuesta por unos 3.500 trabajadores. Ésta ya había cerrado de forma temporal su red de agencias B the travel Brand, aunque siguen prestando servicio a través de la web.

### VECI y Jumbo, los últimos

Los últimos en unirse a la implantación de esta medida han sido Viajes el Corte Inglés y Jumbo Tours. El grupo dirigido por Miguel Ángel de la Mata lo ha anunciado hace escasos días informando que afectará a alrededor de 1.900 empleados que se encuentren trabajando tanto en las oficinas como a pie de calle o en las ubicadas dentro de los centros comerciales del propio grupo. No obstante, se compromete a garantizar que los trabajadores afectados puedan cobrar la totalidad



Globalia prevé retirar los ERTE de forma progresiva cuando la situación mejore.

de su salario, ya que la empresa complementará las prestaciones que reciban del Estado.

Por último, también para responder a la crisis sanitaria del coronavirus, Jumbo Tours ha sido la última en acogerse a un Expediente de Regulación Temporal de Empleo

a través del cual reduce la jornada de sus empleados al 50%. Además, han elaborado un plan de choque para garantizar la seguridad de sus trabajadores, garantizar el servicio tanto a clientes como a proveedores y preparar la organización para el momento de la recuperación.



**HaikuVuela**

**Consolidador EXCLUSIVO para agencias DIT Gestión**



Emisión inmediata

Tarifas de Tour operación

Tarifas Low Cost

Tarifas étnicas

Servicios Complementarios

Tarifas Negociadas

NDC Iberia  
NDC Vueling



**DITGESTION**

*Mucho más que un grupo de gestión*

✉ info@ditgestion.com

☎ 943 219 732

📘 DIT Gestión

🐦 @DITGestion

# Editores piden al Gobierno un 'plan de choque' para un total de 2.000 periódicos y revistas

Muchas empresas no aguantarán si no se aprueba un plan de manera urgente para un sector comprometido

150 grupos de Prensa, propietarios de más de 2.000 publicaciones impresas y digitales, piden al Gobierno un conjunto de medidas urgentes para paliar la crisis que atraviesa el

sector editorial, a causa de la pandemia del coronavirus. "La Prensa, tanto impresa como digital, precisa un 'plan estratégico sectorial' para superar la difícil situación por la

que atraviesa", asegura el vicepresidente de la Asociación Española de Editores de Publicaciones Periódicas (AEEPP) y director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada.

"La decisión unilateral de Correos de rechazar la distribución postal de las publicaciones impresas aboca al cierre *sine die* de casi un millar de cabeceras, privando a millones de españoles del derecho de libre acceso a la información", apunta Eugenio de Quesada, "por lo que solicitamos al Ministerio de Fomento, entre otras medidas de choque, que asuma el envío gratuito de las suscripciones con Correos, mientras duren las medidas restrictivas que afectan a la distribución, y el aplazamiento de los pagos pendientes a esta sociedad estatal durante un periodo de seis meses prorrogable".

Los Editores de AEEPP, la mayor Organización empresarial de Editores de Prensa integrada en CEOE y Cepyme, en la que están NEXOTUR y las demás publicaciones del Grupo NEXO, publican mensualmente más de cuatro millones de ejemplares de sus cabeceras en papel, con una audiencia media de 15 millones de lectores (en sus periódicos y revistas) y casi 90 millones de usuarios únicos diarios (en las publicaciones digitales).

La crisis del coronavirus está golpeando a las empresas editoras de prensa y publicaciones periódicas de una manera aún mucho más letal y rápida que la crisis económica global de hace una década, de la que muchas de ellas aún no se habían recuperado. Mientras sus productos y servicios de información y de entretenimiento son más demandados que nunca por los ciudadanos y más necesarios para el eficaz funcionamiento de la sociedad democrática, sus ingresos se desploman. Los de ventas de ejemplares por el confinamiento de la población. Los de publicidad por la falta súbita de mercado de muchos de los principales anunciantes. Los de eventos y relaciones públicas, en su totalidad, por el confinamiento de la población.

El sector, muy atomizado, y con muchísimas pymes que tienen una tesorería muy endeble y graves dificultades de financiación incluso cuando el mercado funciona con normalidad, puede sufrir tal devastación que se convierta en un problema aún mayor, de salud democrática del conjunto del Estado.

La prensa y las publicaciones periódicas no son un sector económico más. Son un elemento clave en el buen funcionamiento de la sociedad democrática. Son los garantes del derecho constitucional de todos los ciudadanos a la información y a la libertad de expresión. Sin unos medios de comunicación social diversos y plurales, el conjunto de la sociedad

española será mucho más pobre si alguno desaparece por esta crisis.

## Sector estratégico

El cese de actividades impuesto por el Real-Decreto para la imposición del Estado de alarma en España para hacer frente al Covid-19 está haciendo tales estragos entre los editores de publicaciones periódicas que es urgente la puesta en marcha de un Plan de Choque de Ayudas a la Prensa, con medidas inmediatas, a corto y a medio plazo que garantice la continuidad de un servicio público esencial, en un contexto en el que la información es clave para combatir la crisis sanitaria, económica y social provocadas por la pandemia.

Muchas empresas, tanto grandes como medianas y pequeñas, no aguantarán si no se aprueba este Plan y no se hace de manera urgente para un sector comprometido con el Gobierno en la búsqueda de respuestas y de salidas a la crisis. Será muy tarde y mucho más costoso recuperar un

sector estratégico en el presente y en el inmediato futuro si en el marco de la actual situación no se considera la necesaria consolidación del sector.

El Plan, con todas sus medidas, debería estar en marcha cuanto antes. El tiempo de respuesta es determinante. La inmensa mayoría de los editores han tenido que adecuar los procesos de trabajo a la situación, imponer el teletrabajo, renegociar a la baja con sus anunciantes las contraprestaciones económicas, rehacer sus planes de distribución ante las dificultades en los procedimientos ordinarios. En definitiva, están incurriendo además en costes extraordinarios precisamente cuando se están derrumbando sus ingresos. Y todo ello, por su compromiso con el conjunto de la sociedad prestando un servicio público esencial.

Mientras las campañas de publicidad se han cancelado o recortado en un porcentaje estimado para el conjunto del sector en un 75%/80%, otras actividades con cada día mayor relevancia en los ingresos del sector



NEXOTUR y las demás publicaciones del Grupo NEXO pertenecen a AEEPP.

editorial —como son los eventos y la producción de contenidos multimedia para terceros— se han esfumado en su totalidad para, al menos, los tres próximos meses.

El impacto es enorme en el ámbito de las publicaciones impresas y en las digitales por lo que, si el Plan se retrasa, podría mermarse gravemente el acceso a la información de los ciudadanos, en un momento en el que la información es, precisamente, una de las mejores armas para combatir la extensión de la pandemia.

Las cuatro asociaciones firmantes de esta propuesta —Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas (AEEPP), Asociación de Revistas de Información (ARI), Asociación de Prensa Profesional y Contenidos Multimedia (Coneqtia) y Asociación de Revistas Culturales de España (ARCE)— representan a más de 260 grupos editoriales, con más de 1.500 cabeceras informativas y una audiencia superior a 60 millones de usuarios.

## Caída en las ventas

Los asociados de estas cuatro asociaciones consideran que el impacto de la crisis en su cuenta de resultados este año estará en el entorno de hasta 250 millones de euros con la caída en las ventas por difusión, publicidad (papel y digital), eventos y producción de contenidos y otros servicios.

Estas cuatro asociaciones representan fielmente la variedad y heterogeneidad del sector, pues abarcan todas las temáticas (información general, especializada y profesional), de todas las periodicidades (diarios, semanarios, quincenales, mensuales, trimestrales, anuarios...), en todo tipo de modalidades de distribución y comercialización (de pago, gratuitos, de suscripción) y en todos los canales y soportes (impresos, digitales, gratuitos, multimedia, aplicaciones móviles...).

## Enumeración de medidas urgentes y del plan estratégico de ayudas

1. Suspensión de la cotización a la Seguridad Social de las empresas y autónomos de la cadena de edición y comercialización de las publicaciones periódicas en tanto duren las medidas restrictivas derivadas de la situación de emergencia sanitaria.
2. Facilidad y rapidez para abordar Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) en tanto duren las medidas restrictivas derivadas de la situación creada por el Covid-19.
3. Ejecución urgente de los pagos adeudados por las Administraciones Públicas a editores, distribuidores o quiosqueros, por devolución de impuestos, campañas publicitarias o por cualquier otro concepto.
4. Apertura de una línea de crédito específica con ICO o CESCE, estimada en unos 50 millones de euros, sin intereses y con dos años de carencia.
5. IVA digital. Transposición de la directiva de la Unión Europea para las publicaciones digitales: 4% IVA para publicaciones y contenidos digitales.
6. Suspensión del IBI a los puntos de venta de publicaciones periódicas durante 2020.
7. Publicidad y comunicación institucional, en TODAS las pu-

blicaciones periódicas en papel y digital a precio de mercado.

8. Envíos gratuitos de suscripciones con Correos mientras duren las medidas restrictivas que afectan a la distribución.

9. Aplazamiento de los pagos pendientes a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos durante el periodo de seis meses prorrogable.

10. Creación de un 'portal' único de información, con enlace en todos los medios, sobre las actuaciones de la Administración para combatir el Covid-19 y las medidas para la recuperación.

11. Contratación de campañas de publicidad y comunicación institucional para eventos promovidos por el Gobierno y sus organismos dependientes.

12. Campañas de divulgación en publicaciones especializadas asociadas a las iniciativas gubernamentales y de sus organismos dependientes.

13. Compra de ejemplares para su reparto entre colectivos masivos por parte de las administraciones.

14. Adquisición de suscripciones impresas y digitales para uso interno de los órganos dependientes del Gobierno.

15. Servicio de Interés Económico General (SIEG) per-

manente para publicaciones periódicas, con una tarifa única y reducida para el envío.

16. Ayudas a fondo perdido para proyectos de digitalización o reconversión digital de pymes del sector editorial.

17. Ayudas para la capacitación de los profesionales en nuevas herramientas y para el desarrollo de nuevos perfiles profesionales en las redacciones.

18. Programa específico de reciclaje profesional a través del SEPE para los afectados por los ajustes de empleo.

19. Desarrollo de programas formativos a colectivos de interés en la creación de una opinión pública formada como parte de las iniciativas para combatir la desinformación.

20. Digitalización de los puntos de venta.

21. Reconocimiento al derecho a "copia privada" a todas las publicaciones.

22. Ayudas al desarrollo de un tejido editorial local.

23. Creación de un Instituto para la Innovación Periodística.

24. Elaboración de un libro blanco del sector de medios.

25. Creación de un Comité de Seguimiento mixto del Plan de Choque.

## Ifema, un hospital de campaña de 5.500 camas

La Comunidad de Madrid, con la colaboración de las Fuerzas Armadas, ha creado un hospital de campaña en Ifema con hasta 5.500 camas, de ellas 500 de UCI, para luchar contra el coronavirus. El objetivo es dar una respuesta adecuada a las necesidades de hospitalización y atención en UCI que se producirán, debido al repunte de nuevos casos.

## Impacto del Santander Convention Bureau

El trabajo realizado por el Santander Convention Bureau ha dejado un impacto económico de 33,3 millones de euros en la ciudad en 2019 gracias al apoyo que ha ofrecido a 380 eventos y sus 61.288 delegados. La concejala de Turismo, Miriam Díaz, ha ofrecido estos datos durante la reunión del consejo de la empresa municipal Palacio de la Magdalena.

## Animan a aplazar los eventos y no cancelarlos

Numerosos profesionales del sector de eventos, afectados por la crisis económica que está sucediendo a raíz del coronavirus, junto a la plataforma Entretenemos han lanzado el movimiento #Aplazatuevento con el que pretenden hacer que los clientes que hayan contratado a profesionales de los eventos aplacen en vez de cancelar estos servicios.

## Otokar entrega un Navigo TH a Autocares Díaz

Autocares Díaz ha adquirido el modelo de autobús adaptado para personas con movilidad reducida: Navigo TH 7,8 metros. El midibús cuenta con motor Cummins de 180 CV de potencia, caja de cambios manual, freno eléctrico, cinturones de seguridad de dos puntos y cumple con los requisitos técnicos del art.4 y 5 del R.D. 443/2001 (transporte escolar y de menores).

# CEAV Andalucía y el Grupo GEA contestan a las acusaciones de Facua

Denunció que aerolíneas y agencias se estaban aprovechando de la situación

Recientemente, desde Facua han culpado a las agencias de viajes de estar "intentando quedarse con el dinero de los afectados". A este respecto,

desde CEAV Andalucía y el presidente del Grupo GEA han decidido contestar a tales declaraciones mostrando su total y completo desacuerdo.

El presidente de la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Andalucía (Facua), Fernando Martínez, acusó, a través del periódico



Sergio García y Prisciliano Fernández

local Diario de Córdoba, a las aerolíneas y agencias de viajes de estar aprovechándose de la situación actual. "Muchas agencias de viajes y compañías aéreas se están intentando quedar con el dinero de los afectados, cancelando vuelos y aprovechando muchas coyunturas para manifestar que no aceptan devoluciones cuando se declaran pandemias", ha manifestado. De hecho animaba a reclamar a la agencia de viajes a la que se le haya comprado en todo caso.

Ante tales manifestaciones, desde la Federación Andaluza de Agencias de Viaje han emitido un comunicado. El presidente de CEAV Andalucía, Sergio García, recalca que "las agencias de viajes siempre se han erigido en los defensores de los consumidores, y actualmente están desarrollando un gran trabajo para dar respuesta a sus clientes, tanto con tour operadores, compañía aéreas, etc".

se transfiere a su destinatario por lo que las cantidades abonadas por los clientes no obra en su poder". Igualmente, han asegurado que la Ley de Viajes "contempla la posibilidad de que el organizador del viaje pueda ofrecer alternativas, y en todo caso el cliente podrá optar entre esta solución y el reintegro".

Por último, el presidente de la Federación andaluza han recordado que "las pequeñas empresas como las agencias de viajes a pie de calle difícilmente pueden afrontar devoluciones que no obran en su poder". "Esta norma la redactó Consumo del Gobierno Español, y no Turismo como gran conocedor del Sector", ha matizado.

### GEA se une a CEAV

Por otra parte, el presidente del Grupo GEA, Prisciliano Fernández, ha querido también expresar su enorme desacuerdo ante seme-

Además, ha explicado que "las ventas efectuadas por las agencias de viajes minoristas, como intermediarios de turoperadores, Imsero, hoteles, etc.,

jantes declaraciones, remitiendo un comunicado al Diario de Córdoba, la cual ha sido publicada. "No pueden imaginar el trabajo incansable que todas estas agencias están desarrollando", ha afirmado Fernández, que recalca que "algunas de ellas más de 15 horas diarias, intentando resolver los problemas que esta situación inédita, inevitable y extraordinaria".

Al igual que CEAV Andalucía, explica que las agencias de viajes deben de prepagar los servicios a los organizadores y a todos los proveedores antes de que el cliente inicie el viaje. Sin embargo, en esta situación extraordinaria en la que el cliente tiene derecho a la devolución del importe, "nos encontramos con que algunas compañías aéreas están retrasando la devolución de los importes abonados, cuando no se niegan al reembolso", ha explicado el presidente de GEA.

"Las agencias de viaje no quieren quedarse con el dinero de los consumidores, sino que la gran mayoría de ellas no tiene tesorería suficiente", aclara Fernández. Asimismo, ruega al presidente de Facua que antes de realizar declaraciones de este tipo, "se informe previamente de la actuación de cada agente interviniente en el viaje, y evite dañar la confianza de uno de los sectores más perjudicados".

# Algunas oficinas de 'rent-a-car' también suman sus esfuerzos durante esta crisis

El Gobierno autoriza la apertura de las oficinas de alquiler de vehículos

La Federación Nacional de Alquiler de Vehículos con y sin Conductor (Feneval), se ha mostrado a favor de la decisión del Ministerio de Transportes en cuanto a la autorización de apertura de oficinas de arrendamiento de vehículos sin conductor. Hasta el momento solo había estado permitida para el transporte de mercancías.



Juan Luis Barahona

El objetivo de esta decisión es garantizar a los ciudadanos el desarrollo de las actividades permitidas. El anuncio lo hizo efectivo, el ministro de Transportes, José Luis Ábalos, el 23 de marzo, quien ha reconocido que el alquiler sin conductor es una "actividad esencialmente importante", por lo que se permitirá alquilar un vehículo

únicamente para actividades como la compra de productos de primera necesidad y farmacéuticos, acudir al trabajo, centros sanitarios o entidades financieras. También para asistir y cuidar a mayores, menores o personas especialmente vulnerables.

No obstante, la federación quiere remarcar que el coronavirus ya está causando un impacto muy grande en el sector. Cuantifican pérdidas de aproximadamente el 90% del negocio sobre todo en zonas turísticas.

# Fallece José Antonio de la Torre por coronavirus

La prematura muerte de José Antonio de la Torre, ocurrida el lunes 23 de marzo, poniendo fin a más de un cuarto de siglo de trayectoria profesional en la agencia líder del mercado español, ha conmocionado al Sector. Ex director de contratación de Viajes El Corte Inglés y ex director del área nacional de TurMundial, el turoperador generalista del Grupo El Corte Inglés, De la Torre fue puesto por Jesús Nuño al frente de Club de Vacaciones.

El máximo responsable de la primera red minorista española, Miguel Ángel de la Mata, director general de Viajes El Corte Inglés, recuerda a su estrecho colaborador, diciendo: "Solo puedo decir que hoy es un día muy triste. Hoy ha fallecido una gran persona y uno de mis mejores amigos, José Antonio de la Torre, director general de Club de Vacaciones, gran profesional con una trayectoria ejemplar dentro del Grupo Viajes El Corte Inglés, que vivía con gran pasión el día a día de su trabajo". De la Mata destaca que "José Antonio era una persona muy querida por sus compañeros, amigos y profesionales del Sector, que le van a echar mucho de menos. Descansa en Paz, amigo del alma. Allí donde estés, seguro que eres el alma de la fiesta. No te vamos a olvidar nunca, de eso estoy muy seguro".

Una de las personas, muy buen amigo de José Antonio de la Torre, que es otro gran profesional muy querido por NEXOTUR, es el director de Comunicación de Viajes El Corte Inglés, Fernando Tomás, quien ha declarado a NEXOTUR que "hoy para mí es un día triste, muy triste, pues este maldito coronavirus se lo ha llevado. Si, es el día más triste en 42 años de mi vida profesional en Viajes El Corte Inglés. Hoy he llorado, y mucho, cuando he recordado lo que me decía José Antonio cuando venía a verme al despacho: "Tito (como él le llamaba cariñosamente) ¿cómo van mis campañas?... y a ver si hablas más en la radio de Club de Vacaciones, que tengo mucho que vender". "Eso no lo volveré a escuchar y me entristece enormemente" añade. Según Fernando Tomás, "me consuela saber que, como ha dicho Miguel Ángel de la Mata, allí donde está



José Antonio de la Torre.

será el alma de la fiesta. Sé que estará ganando a los ángeles todas las partidas de mus y seguro que conseguirá meter al desgraciado coronavirus "en la nevera", como él hacía con los hoteles cuando no estaba de acuerdo en las negociaciones. José ya tienes trabajo: meter al maldito coronavirus "en la nevera" y asegurarte que no salga. ¡Te quiero Tito!".

### Muy querido

"A título de amigo", el ex presidente de Viajes El Corte Inglés, Jesús Nuño, recuerda a preguntas de este periódico que De la Torre "era un gran profesional, alguien querido por sus compañeros: es una gran pérdida para el Sector", y recuerda que "José Antonio y yo estudiamos en la Universidad Complutense, donde le conocí, traté y nos hicimos amigos. De ahí que, cuando me incorporé a Viajes El Corte Inglés, hace dos décadas, le convenciera para que se incorporase a este gran proyecto".

"Hace apenas unos meses que mi socio y yo almorzábamos con José Antonio en nuestra mesa de Casa Lucio, acompañados del presidente del Grupo El Corte Inglés, Jesús Nuño de la Rosa, el director general de Viajes el Corte Inglés, Miguel Ángel de la Mata, y el director general comercial de TurMundial y Club de Vacaciones, Luis Mata", revela el director de NEXOTUR, Eugenio de Quesada. "Entre risas, en contraste con su discreción, pasamos muy buenos momentos juntos, y cuesta trabajo creer que ya no estará nunca más con nosotros", reconoce De Quesada, "porque José Antonio era un excelente profesional, querido por sus amigos y muy respetado en el Sector. Descansa en paz".

## Eurorutas exige ayudas en transporte turístico

El Grupo Eurorutas lamenta el olvido que está sufriendo el transporte discrecional y el turístico en las medidas del Gobierno central. Tanto transporte regular general como regular especial han encontrado cobertura, aún mínima, en el RDL 8/2020, de 18 de marzo. Muestra su sorpresa por no estar su sector incluido en el régimen de solicitud de ERTE por causa de fuerza mayor.

## Fecav pide ayudas para el sector del transporte

La Federación Empresarial Catalana de Autotransporte de Viajero (Fecav) celebró el 10 de marzo su Asamblea General anual. En la clausura, su presidente, José María Chavarría, pidió a los responsables de la administración que asistieron, un plan de choque para hacer frente a la crisis del coronavirus. Concretamente que se aclare cómo hacer frente a los gastos fijos de las empresas.

## FlixBus compra la marca Eurolines Peninsular

FlixBus ha recibido luz verde por parte de la CNMC, para la adquisición de la marca comercial y nombre de dominio Eurolines Peninsular. Esta compra, fruto de la firma de un acuerdo marco de colaboración con Eurolines Peninsular (empresa integrante del grupo Monbus) se enmarca en la línea estratégica de crecimiento de FlixBus en el sur de Europa.

## Alsa dona alimentos a Cáritas por el Covid-19

Alsa ha realizado una donación de alimentos a distintas delegaciones de Cáritas Diocesana, así como a otros comedores sociales y ONG, con el fin de contribuir a necesidades que las instituciones benéficas pueda tener para hacer frente a la crisis provocado por la alerta sanitaria del Covid-19. Principalmente frutas y verduras frescas, productos lácteos, huevos, embutidos y bollería.

# El transporte de viajeros por carretera se encuentra en una encrucijada por el Covid-19

Las empresas del sector están firmemente comprometidas a garantizar el derecho fundamental a la movilidad

**Como subraya el presidente de Confibus, el transporte de viajeros por carretera, es una actividad "muy intensiva en recursos**

**humanos y capital y precisa de medidas que inyecten liquidez, ante la fortísima caída de demanda e ingresos que se está produciendo**

**do". "De lo contrario, motivará una situación inasumible para las empresas, poniendo en riesgo su viabilidad", asegura.**

Tras la ampliación del estado de alarma hasta el 11 de abril, el presidente de la Confederación Española de Transporte en Autobús (Confibus), Rafael Barbadillo, ha expresado, que "en estos momentos tan duros e inciertos, quiero agradecer el gran esfuerzo, entrega y trabajo que están realizando todos los profesionales sanitarios, así como las autoridades, especialmente las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, junto con las Fuerzas Armadas". Igualmente ha reconocido "la importante y gran labor que están llevando a cabo todos los profesionales del transporte, tanto de mercancías como de viajeros, los cuales están realizando un gran esfuerzo para que los servicios básicos de movilidad y suministro de productos de primera necesidad funcionen con la mayor normalidad posible".

El transporte de viajeros por carretera es uno de los sectores más afectados por la actual situación provocada por el Covid-19. Sus efectos comenzaron a sentirse ya en el mes de febrero con la caída de la demanda en los circuitos turísticos para personas procedentes de Asia, que ya estaban afectadas por las medidas de confinamiento, y la cancelación de congresos como el Mobile World Congress. Le siguieron la cancelación de viajes de fin de curso a Italia, excursiones y viajes en general, el cierre de la actividad docente, la suspensión de los viajes del Imsero, etc. "Hasta que finalmente se decretó el estado de alarma, lo que se ha traducido en una caída de la demanda de los servicios de transporte de viajeros cifrada entre un 90% y 100%", subraya.

Como destaca Barbadillo, "nuestro sector ha sido siempre, y con más motivo lo es actualmente, un leal colaborador de la Administración". "Nuestras empresas, independientemente de los riesgos e incertidumbres de la situación actual, están firmemente comprometidas a garantizar el derecho fundamental a la movilidad de todos los ciudadanos", añade, por lo que desde Confibus "solicitamos, por ello, la adopción de las medidas propuestas, a la mayor

brevedad, para que una vez superada la crisis, la movilidad y el empleo queden garantizados". "El transporte de viajeros en autobús no ha parado del todo porque somos un servicio público que tiene que garantizar la movilidad de aquellas personas que necesitan desplazarse durante el estado de alarma", matiza.

### Carácter extraordinario

El presidente de Confibus incide "en el hecho de que la especialísima situación por la que está atravesando el país, y el carácter absolutamente extraordinario y sobrenormal de la situación, nos lleva a solicitar medidas excepcionales y de aplicación inmediata, orientadas a salvaguardar la viabilidad económica y la sostenibilidad del tejido empresarial y del empleo, con independencia del tamaño de empresa". "Medidas que llevamos reclamando al Gobierno, pero con escaso éxito hasta ahora", asegura.

Como explica Barbadillo, "nuestra actividad es muy intensiva en recursos humanos y capital y precisa de medidas que inyecten liquidez, ante la fortísima caída de demanda e ingresos que se está produciendo". "De lo contrario, la drástica reducción de los flujos de caja, por el lado de los ingresos, motivará una situación inasumible para las empresas, poniendo en riesgo su viabilidad y la continuidad de los negocios, y por ende de la generación de empleo y la movilidad", advierte. Solamente tres partidas (personal, combustible y financiación de la renovación de flota) representan más del 85% de los costes, y las tres precisan de tesorería suficiente para hacerlas frente, mantener vivas las empresas y cumplir así con las obligaciones de servicio público. En este contexto, desde Confibus proponen lo que consideran "las medidas necesarias y urgentes a adoptar para preservar el funcionamiento de las empresas de transporte de viajeros por carretera".

Entre las medidas que piden desde Confibus, su presidente destaca la eliminación de la morosidad de las Administraciones Públicas con



El presidente de Confibus, Rafael Barbadillo.

el Sector, así como el pago de los contratos de transporte escolar de los centros de educación públicos suspendidos por el cese de la actividad educativa. Igualmente solicitan el aplazamiento de las cotizaciones a la Seguridad Social para empresas y autónomos de hasta seis meses sin intereses, debiendo hacerse frente a las mismas en un plazo máximo de los 24 meses siguientes, así como la ampliación de la exoneración del 100% de las cotizaciones de la Seguridad Social de los expedientes de regulación de empleo temporal (ERTE) a las empresas de más de 50 trabajadores; y la oratoria fiscal de IVA y Sociedades.

También destaca entre las medidas solicitadas el aplazamiento de las cuotas de *leasings* y préstamos derivados de la renovación de flotas durante al menos seis meses. Destacan asimismo el establecimiento de una línea de financiación que dote de liquidez a las empresas, planteamos la opción de préstamos sin interés para afrontar las necesidades del servicio público (durante el periodo que dure el estado de alarma, y en su fase posterior para salvaguardar el tejido empresarial actual). Y para poder garantizar el sostenimiento de los servicios que se están prestando actualmente, Confibus considera que se precisa habilitar una partida económica para ayudar a los operadores de transporte de viajeros por carretera que están efectuando los

servicios a riesgo y ventura. "Pues en modo contrario resultará difícil garantizar la continuidad de las líneas regulares si la situación de excepcionalidad continúa más semanas", advierte Barbadillo. Por último también pide la adecuación de las primas de seguro a la reducción del riesgo, consecuencia del cese de actividad de transporte, la parte de prima que resulte se extorne y no por el ajuste de la prima siguiente o la resolución del contrato, cuestión esta última que, como es comprensible, nadie deseará.

### Valor del autobús

Finalmente, el presidente de Confibus ha resaltado la importancia del autobús en sus distintos ámbitos. El transporte urbano e interurbano, cuya capilaridad y tupida red de conexiones permiten conectar más de 8.000 poblaciones diariamente y suponen el 50% de los desplazamientos en transporte colectivo interurbano en nuestro país, así como más de 1.831 millones de viajeros en el transporte urbano; el transporte escolar y laboral que permiten descongestionar el tráfico e impulsar los Planes de Transporte al Trabajo (PTT); y el transporte discrecional y turístico por la relevante importancia estratégica que tiene esta actividad, dada su estrecha vinculación al hipersector turístico, la primera industria española'.

## Anetra solicita al Gobierno mecanismos excepcionales

Desde el comienzo de la pandemia por el Covid-19, pero sobre todo tras la proclamación del estado de alarma en nuestro país, se ha procedido a la práctica totalidad de suspensión de ejecución de contratos de transporte regulares de uso especial de viajeros, tanto públicos como privados, así como la cancelación de servicios discrecionales y turísticos. Esto ha derivado en que las empresas dedicadas al transporte discrecional de viajeros por carretera, que realizan transporte regular de uso especial escolar y trabajadores y transporte turístico, tengan casi la totalidad de la flota parada sin actividad.

Es por ello que, desde la Asociación Nacional de Empresarios de Transportes en Autocares (Anetra), se ha pedido al Comité Nacional de Transporte por Carretera (CNTC), del cual es miembro, que soliciten de inmediato al Gobierno de España dos medidas que palien su bajada de ingresos por no poder realizar servicios de transporte efectivo hacia la sociedad.

### Medidas urgentes

La primera medida solicitada consistiría en el extorno o, en su caso, compensación en pago futuro, de la parte de prima considerada no consumida y que se corresponda con el periodo en el que los vehículos han estado parados y sin actividad. Ante la pérdida de liquidez de las empresas, sería una medida económica complementaria de las ya reguladas hasta el momento, justificada teniendo en cuenta la importante disminución actual de exposición al riesgo no contemplada en el momento del cálculo inicial de prima. Otra medida urgente sería permitir, por Resolución o análoga disposición, que de forma excepcional la solicitud de alta de vehículos en situación de baja temporal sea un documento válido para considerarlo alta a todos los efectos, sin perjuicio de la comprobación posterior del cumplimiento de todos los requisitos para ello.

# GRUPO GEA

## INFORMACIÓN

AÑO 2020 - NÚM. 3



### Acuerdo GEA-BBVA: éxito consolidado

Dos años después de su lanzamiento, la visa exclusiva para GEA es un producto diferenciador del Grupo

Hace ya dos años que Grupo GEA firmaba un acuerdo en exclusiva con la entidad bancaria BBVA para la puesta en marcha de una tarjeta visa con muy buenas condiciones, no solo para las agencias del grupo, sino también para los clientes de estas. Esta herramienta, que además de fidelizar clientes ofrece ventajosas bonificaciones a los agentes, es una seña de identidad de Grupo GEA, una diferencia con respecto a otros grupos de gestión que pone de manifiesto la buena situación de la empresa además de la estrecha relación que mantienen con BBVA.

¿Se imaginan una tarjeta visa que permita la financiación de un viaje en ventajosas condiciones para el cliente? ¿O una tarjeta de visa que permita fidelizar clientes a las agencias de viajes? Pues dejen de imaginar, ya existe: se trata de la tarjeta visa GEA y se encuentra perfectamente consolidada en el mercado como una herramienta GEA más. Tan consolidada que se cumplen ya dos años del nacimiento de esta iniciativa. “Desde



Grupo GEA estamos muy contentos con esta noticia. Que se cumplan dos años de esta firma con BBVA es una muestra de muchas cosas, entre ellas del buen rumbo en cuanto a rentabilidad que mantienen las agencias del grupo”, explica Sara Fernández, directora general de Grupo GEA.

#### Mayor rentabilidad para las agencias

El último cartel que publicita la visa GEA incluye un código de lectura con dispositivos móviles para

acceder a la plataforma de alta de una forma rápida y muy intuitiva, esta es la única novedad que incluye la tarjeta. Y es la única porque durante estos dos años, los requisitos iniciales del acuerdo GEA-BBVA se mantienen intactos. “Que un cliente pueda financiar el pago de su viaje con excelentes condiciones, que se obtenga una bonificación del 2% aplicable a las compras realizadas en agencias de Grupo GEA o que sea una visa universal sin cuota de emisión ni mantenimiento, son unas de las principales características exclusivas que ofrece BBVA al Grupo”, explica David Cáceres, director comercial de Grupo GEA. “Todo esto tiene una traducción directa para las agencias GEA: una mayor rentabilidad, lo que implica mayor éxito”, añade Cáceres.

#### Una herramienta de fidelización

Además de la bonificación del 2% existen otra serie de ventajas que ayudan a que las agencias capten nuevos clientes y, más importante, fidelicen a los que ya tienen. “La visa GEA ofrece dos seguros. Por un lado, el de atraco en cajeros y, el otro, un seguro de accidentes de viajes”, explica Cáceres. “Además permite la financiación hasta en seis meses sin intereses por compras realizadas en agencias GEA, que es algo muy atractivo. Si a esto le sumamos que por asistir a una agencia GEA el cliente se asegura un trato directo, especializado y profesional, sin duda la visa es una forma de fidelización”, dice el director comercial.

Otro punto interesante de cara a la fidelización es “el descuento de 100€ adicional al que pueden acceder los clientes por pagar con la Visa GEA, con una gran selección de proveedores”, dice Cáceres. Además del acuerdo de la visa GEA, el grupo ofrece “la opción de BBVA Finance, una alternativa de financiación para los clientes sin necesidad de tener la visa”, añade el director comercial, por lo que las agencias GEA pueden ofrecer una comodidad más de pago al cliente.



ahórrate un 2%, y además 100€ de descuento en viajes planificados en colaboración con:

AMResorts Hoteles  
Celebrity Cruises  
Costa Cruceros  
Cunard Cruises  
Dimensiones CLUB  
Hotel Jardín Tecina (La Gomera)  
Mapa Tours  
MSC Cruceros  
Norwegian Cruises  
Palladium Hotel Group  
Panavisión Cr. Fluviales  
Panavisión T. Circuitos

Politours  
Politours River Cruises  
Princess Cruises  
Pullmantur  
Royal Caribbean Internacional  
Soltour Bahía Principe  
Special Tours  
The Hoteles  
Transrutas  
TUI-Spain  
Wamos Caribe

MUNDI GEA  
BBVA



## GEA celebra un webinar jurídico para sus agencias

El Grupo resuelve las dudas de sus agencias de forma inmediata

La incertidumbre diaria que provoca la llegada del coronavirus es generalizada y además de afectar a las decisiones del gobierno a nivel nacional e internacional, repercute, de forma directa en el viajero. Las normas y las recomendaciones se encuentran en continuo cambio y, con el ánimo de prevenir, parecen ser cada vez más restrictivas para España, que además de tomar medidas a nivel autonómico, se ve en la obligación de implantar otras con carácter nacional. Otro actor en este panorama son los países receptores, donde, tras declarar cuarentena, han bloqueado la llegada de españoles. En mitad de todo esto se encuentran las agencias de viajes.

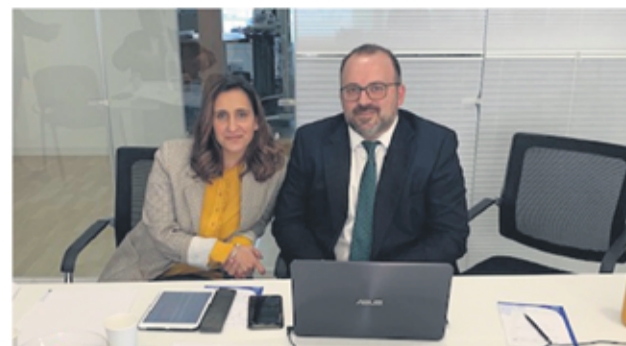
### Un escenario cambiante

Sin duda se trata de un escenario complejo. Conscientes de esta realidad, Grupo GEA ha celebrado un webinar de carácter jurídico para sus agencias con el fin de ofrecer un respaldo profesional y especializado para resolver todas

las dudas que surgen. “En esta reunión virtual ha participado nuestro gabinete jurídico. Sabemos que estamos en un momento complicado en el que debemos actuar todos a una”, explica Sara Fernández, directora general de Grupo GEA. En estos momentos, además desde su gabinete jurídico, “todo el equipo de GEA se encuentra prestando atención a las agencias. Los delegados de zona ofrecen un servicio de atención personalizada a cada agencia, y el consolidador aéreo está en plena dedicación para atender las peticiones de cambios y cancelaciones”, añade Fernández.

### Cobertura jurídica especializada

El gabinete de GEA ha expuesto las principales recomendaciones jurídicas y las agencias han podido exponer sus consultas en tiempo real obteniendo una respuesta inmediata. “Uno de los temas que se han tratado es todo lo relacionado con la llegada del Real Decreto-ley 7/2020, de 12 de marzo, ya que con él se han adoptado medidas urgentes para responder al impacto económico del virus”, dice Fernández. Además, “atendiendo a cada caso particular, los agentes de viajes han



Marta Cubero y José María Cubero durante el webinar jurídico.  
FOTO: Grupo GEA

recibido instrucciones concretas sobre el protocolo a seguir”, cuenta la directiva.

### Toda la información actualizada

El objetivo de este webinar es “ofrecer información fiel y actualizada a las circunstancias y sobre todo que las agencias puedan operar con confianza y calma ante este contexto que, sin duda, pronto se habrá resuelto”. En definitiva, para Grupo GEA, “se trata de resolver dudas y proteger a nuestras agencias”, finaliza Fernández.

Por otra parte, el Grupo se encuentra en constante coordinación con el departamento de asesoría fiscal para informar a las agencias de todas las novedades, medidas y ayudas que implante el gobierno.

## Mundigea, protagonista en una cuña de radio

Se trata de una campaña destinada a ofrecer un mejor servicio a las agencias del Grupo

La marca Mundigea, la red de agencias de viajes asociadas de Grupo GEA, ha sido protagonista en una campaña radiofónica con fines publicitarios promovida por Catai. Del 2 al 8 de marzo, Mundigea ha estado presente en un total de 50 anuncios, en emisoras como Onda Cero, Marca, Melodía FM e Intereconomía.

### Visión empresarial

Para Grupo GEA y Mundigea esto responde a su propia visión empresarial. “Nuestra meta es ofrecer un mejor servicio a las agencias y, como consecuencia directa, a los clientes y consumidores”, explica Sara Fernández, directora general de Grupo GEA.

“Nuestra marca Mundigea, a la que se encuentran asociadas todas las agencias del grupo, ofrece una cobertura de más de 600 oficinas, un dato muy importante que representa la actualidad y la consolidación de Grupo GEA y que se menciona en la cuña de radio”, añade la directiva.

Desde Grupo GEA reconocen la importancia de esta cuña también desde el punto de vista comercial. “Esta campaña publicitaria es fruto de la relación que desde hace mucho tiempo Grupo GEA tiene con Catai, una relación sólida y muy consolidada y que sin duda colabora a posicionar a Mundigea y Grupo GEA como dos marcas muy importantes dentro del sector”, finaliza Fernández.



**SÍGUENOS**  
en redes sociales



Y entérate de todo...



## Grupo GEA hace frente al covid-19

### Cinco medidas del Grupo para paliar las consecuencias del estado de alarma

Grupo GEA, consciente de la crisis que supone el estado de alarma y la contención del coronavirus a nivel mundial, se encuentra a máximo rendimiento mediante teletrabajo para ofrecer el apoyo total a las agencias. El equipo humano del Grupo está coordinado para resolver, de la forma más ágil, los problemas que los agentes puedan tener en el transcurso de estos días tan complicados. Incertidumbre e impredecible.

Estas son las dos peculiaridades de la situación que ha provocado la expansión del covid-19, no podemos predecir cuáles serán las noticias de mañana y ni mucho menos las próximas medidas. Lo que sí está quedando muy claro es que la situación del turismo ha dado un giro y que las agencias de viajes se encuentran en un momento delicado. "Por este motivo, Grupo GEA está encaminando todos sus esfuerzos en atender y resolver todas las dificultades que tengan las agencias", dice Sara Fernández, directora general del Grupo.

\*\*\*\*\* Cinco frentes de trabajo por parte de GEA \*\*\*\*\*

#### CONSOLIDADOR AÉREO

**1** Dadas las circunstancias, el consolidador aéreo del Grupo es el departamento más saturado. "Las compañías aéreas, que son quienes deben agilizar los trámites, se encuentran también desbordadas. Esto es un impedimento para TRAVELGEA pero, no obstante, nuestro consolidador se encuentra en estos momentos trabajando muy duro para atender lo mejor posible la demanda por parte de las agencias", explica Fernández.

#### ATENCIÓN PERSONALIZADA

**2** Por otra parte, la atención personalizada siempre ha sido uno de los puntos fuertes del Grupo, y lo sigue siendo. "El hecho de que tengamos delegados de zona hace que la atención sea personalizada siempre, pero especialmente en estos momentos de crisis. La agencia que llama a un delegado obtiene una atención directa, inmediata y cercana. Además, los delegados también se encuentran pendientes de sus agencias en todo momento", dice la directiva.

#### ATENCIÓN JURÍDICA Y FISCAL

**3** Otra decisión que Grupo GEA ha puesto en marcha es la atención jurídica y fiscal, ambos departamentos profesionales ofrecen información actualizada cada día a las agencias. "Hemos realizado un webinar jurídico con las agencias para que pudieran plantear cada caso y todas sus dudas vía on line y obtener una respuesta inmediata. Además, hemos enviado un vídeo y un dossier informativo a las agencias con todo este contenido especializado", cuenta Fernández.

#### FLEXIBILIDAD EN EL PAGO DE LAS CUOTAS

**4** Las facilidades en el pago de las cuotas es otra de las propuestas integradas por Grupo GEA para hacer frente a la amenaza del coronavirus. "GEA ha ofrecido a sus asociadas la flexibilización o el aplazamiento de las cuotas de marzo y abril. Sabemos que son unos momentos muy complicados y que todos debemos encaminar nuestros esfuerzos en una misma dirección", cierra Fernández.

#### REACTIVACIÓN DEL MERCADO

**5** Como última medida, Grupo GEA está trabajando en acciones para la reactivación del mercado a través del fomento de la demanda. Estas iniciativas, basadas principalmente en acciones de marketing, presentan diferentes formatos, como por ejemplo el vídeo. Estas campañas están siendo difundidas en todos los canales del Grupo, sobre todo en redes sociales digitales, y de sus agencias.

El equipo GEA al completo. FOTO: Grupo GEA, archivo





## AGENCIAS GEA CON PRODUCTO PROPIO

### Agencia Globalcity Travel

¡Hola, Sri Lanka!

#### Oferta turística:

- Circuito terrestre que incluye transporte, hoteles, actividades, etc
- Circuito privado 11 d/10 noches
- Transporte privado durante todo el circuito,
- Media pensión hoteles categoría confort
- Actividades según itinerario

Contacto: 965 422 219 info@holasrilanka.es

[www.holasrilanka.es](http://www.holasrilanka.es)



#### Itinerario circuito

Colombo - Dambulla - Sigiriya - Matale - Kandy - Nuwara Eliya - Ella - Budurawagala - Yala - Galle - Mirissa - Bentota - Colombo

#### ¿Qué incluye?

- ✓ Hoteles categoría confort + media pensión
- ✓ Traslados en vehículo privado
- ✓ Chófer/guía de habla hispana
- ✓ Excursiones según itinerario

#### Salidas Garantizadas Durante TODO el año

Precio indicado por persona en habitación doble (min. 4 pax)

Hoteles categoría confort + media pensión

Consulta servicios no incluidos, suplementos y condiciones generales

#### SOLICITA MÁS INFORMACIÓN O RESERVA DIRECTAMENTE

Email: info@holasrilanka.es - Tel: 96.542.22.19  
web: <https://agencias.holasrilanka.es/>

desde  
**1.230€**

hola sri lanka

hola sri lanka



### Agencia de viajes Sensatour

En Sensatour siempre hemos mostrado nuestro apoyo a los PROFESIONALES de las agencias de viajes GEA. En estos momentos no podía ser menos.

Compartimos sentimientos y preocupaciones, buscamos las mejores soluciones para nuestros clientes, luchamos por ellos como si fuera para nosotros, trabajamos el doble por nada, acumulamos cansancio y muchas veces las 24 horas del día no son suficientes.

A pesar de esto, sentimos PASIÓN por lo que hacemos y será esta pasión la que va a conseguir que salgamos adelante.

¡Hoy más que nunca somos SUPERAGENTES DE VIAJE!

¡Mucho ánimo! Cada vez queda menos.

Podéis contactar con nosotros a través de :  
Tfno. 94 4669062  
Email. info@sensatour.com  
Website. www.sensatour.com

sensatour



### Si eres una agencia miembro de Grupo GEA

y tienes un producto propio que quieras promocionar...

PONTE EN CONTACTO CON NOSOTROS



geacentral@grupogea.com

952 37 66 55



## Alojamiento en Portugal en la 'website' de Belver



Belver Hotels presenta una página *responsive* en la que informa sobre sus cinco hoteles —dos de ciudad y tres de playa— en Portugal y ofrece la gestión de sus reservas únicamente al usuario final, con la posibilidad de cancelación *online*.

El nuevo servicio es totalmente gratuito.

## Transporte discrecional con Autocares Salceda



La página de Internet de Autocares Salceda ofrece, con una estructura y presentación muy sencillas, una información general sobre la empresa y sus servicios de transporte discrecional por carretera en el noroeste de la provincia de Huelva.

## Nueva web del Palacio de Congresos de Cádiz



El Palacio de Congresos de Cádiz presenta una nueva versión de su página que, con algunos cambios en su diseño y estructura, mantiene la limitada información de espacios, servicios y eventos futuros, y ya no incluye el histórico de eventos.

## Amplia información en 'Bolivia en tus manos'



Desaparecida la página oficial de Turismo anteriormente analizada, 'Bolivia en tus manos' ofrece todo tipo de información sobre el país, sus destinos, diversas secciones específicas y buscadores de restaurantes y hoteles, con acceso a su *web* para reservar.



El nuevo servicio es totalmente gratuito.

## Aervio elabora un sistema de alertas a nivel mundial

La plataforma de gestión de viajes *online* Aervio ha creado un sistema de alertas diarias a nivel mundial en el que se informa sobre las restricciones de viajes y temas relacionados con la salud pública y sanidad. Al respecto, el CEO de la compañía, Santiago Montero, explica que "es importante estar informado sobre los cambios a nivel mundial que se producen en todos los sectores".

Este nuevo servicio es totalmente gratuito y "nos permite

monitorizar la situación y prever distintas acciones a futuro", añade Montero. La información que aparecerá dentro del sistema está generada por GEBTA España, el consorcio de agencias del que forma parte Aervio, que no solo ofrece una gran cantidad de información acerca del coronavirus, sino que también da a conocer como están las situaciones de huelgas, fenómenos meteorológicos, movimientos sociales o cierres de aeropuertos.

## CWT habilita las reservas aéreas a través del servicio web de myCWT

Por el momento, esta nueva oferta ha tenido una excelente aceptación

CWT ha introducido la posibilidad de reservar vuelos en el canal web de su plataforma global de gestión de viajes myCWT. Además de utilizar el proveedor de reservas en línea elegido por su empresa, los empleados viajeros pueden reservar ahora vuelos y hoteles a través de cualquiera de los canales de servicio y reserva de CWT (web, móvil, correo electrónico, teléfono y mensajería) para sus viajes corporativos. 881.000 viajeros, un 14,3% más que en la primera mitad de 2014. Le sigue Reino Unido con 820.000, un 18% más. Teniendo en cuenta únicamente a los Estados miembros de la Unión Europea, España aparece en décimo sexta posición.

El director de Experiencia del Viajero de CWT, Niklas Andreen, ha comentado que "estamos entusiasmados con este nuevo lanzamiento. Se trata de otro hito en nuestra búsqueda por enriquecer

la experiencia de viaje de los empleados de nuestros clientes. Además, señala que "refleja nuestro compromiso con nuestra promesa de simplificar los viajes, conectar a las personas y tecnologías para crear oportunidades, y avanzar juntos". "Nuestros clientes querían tener acceso a una experiencia de reserva complementaria similar a la ofrecida por las OTAs pero con el beneficio de saber que reservan dentro de los parámetros de la política de viajes corporativa y eso es lo que les hemos proporcionado: una alternativa de reserva que es a la vez rápida y sencilla" concluye.

### Muy buena aceptación

Esta nueva oferta ha tenido una gran aceptación durante los cuatro meses de pruebas beta intensivas en 11 clientes, algo que demuestra que ha venido a cubrir una necesi-

# ITH recopila diversas iniciativas para apoyar al sector hotelero

En su web se puede encontrar un espacio con todas las propuestas de sus socios

El sector hotelero está recibiendo la ayuda del ITH. Un gran número de sus compañías están poniendo a disposición del sector todas sus solu-

ciones, herramientas e iniciativas para hacer frente al impacto de la propagación del coronavirus, ya que consideran que la innovación es fundamental.

El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), sabiendo el momento que atraviesa el Sector, se ha puesto una vez más a la disposición de los establecimientos. En su página web se puede encontrar un espacio destacado con todas las iniciativas de sus socios para hacer frente a las repercusiones del Covid-19. "Nos sentimos orgullosos de cómo han reaccionado nuestros socios frente a este delicado momento y queremos acercarlas a los hoteleros que seguro les serán de gran ayuda", señalan desde el ITH.

Entidades como EISI SOFT, HotelsDot, Cerium Tecnologías, Paraty Tech, PressReader, Nominapress y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, CEHAT, ponen a disposición del sector hotelero sus soluciones, herramientas e iniciativas para

hacer frente al coronavirus y poder fortalecer el Sector Turístico español. La innovación en estos momentos es fundamental, es pieza clave para cualquier empresa.

### 'Debemos estar unidos'

El director general del ITH, Álvaro Carrillo de Albornoz, afirma que "ante esta situación, desde el Instituto Tecnológico Hotelero estamos apoyando al sector, queremos aportar todo nuestro conocimiento para que se restablezca cuanto antes", y añade que "es un gran reto, pero debemos estar unidos y remar todos en un mismo sentido, porque sabemos que las personas están deseando disfrutar de su tiempo y el Turismo se recuperará".

Tecnologías como la inteligencia artificial para el estudio de mode-



La innovación, elemento fundamental.

los predictivos; geolocalización; *marketing* turístico; Data Intelligence; Internet de las Cosas; y la transformación digital, entre otras muchas, pueden ser herramientas que nos faciliten en estos momentos las decisiones estratégicas a tomar, y es por eso que desde el Instituto Tecnológico Hotelero estamos a disposición de quién necesite de nuestra ayuda y conocimientos.

## Expensya pone su foco en los viajes profesionales

Expensya, desarrollador de *software* para la automatización de informes de gastos, tras analizar las oportunidades comerciales en territorios donde desarrollar su actividad, ha decidido reforzar su estructura interna con la contratación de nuevos



Karim Jouini

recursos para apoyar su estrategia de competir, sobre todo, en el sector de viajes profesionales.

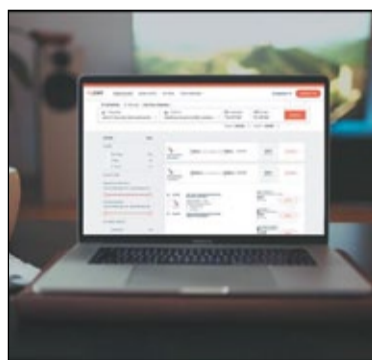
De este modo, la compañía ha ampliado sus equipos de ventas y de directores de proyectos, todos ellos con amplia experiencia en el área de viajes y gastos. Los nuevos colaboradores tendrán como objetivo reforzar la actividad comercial de Expensya, que sin duda conforma la oportunidad de la compañía de buscar nuevos motores de crecimiento y lograr su visión internacional.

El CEO de Expensya, Karim Jouini, ha afirmado que "nos com-

place reforzar nuestros equipos, no sólo internacionalmente, si no también en el mercado español". "Esto demuestra la madurez de nuestra solución en este nicho estratégico y nos permitirá atraer a más usuarios nuevos, sobre todo después de

haber sido capaces de identificar las necesidades de este mercado y adaptar nuestra solución en consecuencia" añade.

Expensya ha detectado en España una gran oportunidad de desarrollo de negocio. Presente en nuestro país desde 2018, España se alza como uno de los mercados con más potencial para Expensya en estos momentos, sobre todo, a medida que los procesos de digitalización son una tendencia creciente para las empresas locales. Dada la gran acogida de la herramienta en España, también ha decidido apostar por nuestro país.



Han estado cuatro meses de pruebas.

dad insatisfecha. "La rapidez con la que los viajeros han adoptado este nuevo canal de autoservicio ha sido abrumadora. Curiosamente, también hemos visto que se ha producido un fuerte aumento de las reservas de hotel, probablemente porque los viajeros han podido reservar todo su viaje en un único lugar", ha destacado Andreen.

# MOSTRADOR



Reembolsarán los billetes progresivamente.

## Evelop cancela las salidas entre España y Punta Cana

Tras la reciente declaración del Estado de Alarma a mediados del mes de marzo por parte del Gobierno español, Evelop ha tomado la decisión de suspender temporalmente todos sus itinerarios entre España y Punta Cana. Según informan irán cancelando y reembolsando de manera progresiva cada billete por orden de salida, y les enviarán un correo electrónico informando sobre el estado de la cancelación. Igualmente cancelarán y reembolsarán los servicios adicionales que hayan podido adquirir los usuarios.

Por otra parte, los vuelos a/desde Cancún desde el 25 de marzo hasta el 30 de abril, y las salidas a/desde La Habana, del día 19 de Marzo y desde el 25 de marzo hasta el 30 de abril también han quedado cancelados.

Asimismo, los que tengan un billete para volar entre el 11 marzo y el 30 abril tienen la posibilidad de cambiar su vuelo hasta el próximo 31 de octubre. Además, los viajes hasta el 31 de marzo podrán cambiar de fecha sin coste, siempre que avise **15 días antes**.

✉ [www.evelop.com](http://www.evelop.com)

## EasyJet anticipa la venta de la temporada de invierno con precios muy reducidos

Durante otoño 2020 e invierno del 2021 los billetes tendrán un precio fijo de alrededor de 40 euros

La temporada de invierno ya ha comenzado para easyJet. La aerolínea low cost ha decidido comenzar la venta de billetes para otoño

de este año y el próximo invierno para tratar de paliar el impacto del coronavirus y ofrecer a los clientes afectados por las cancelaciones

de las mejores condiciones y unos precios muy asequibles. Todas las gestiones se realizan a través de su web [easyjet.com](http://easyjet.com).

easyJet ya ha comenzado la venta de billetes para esta temporada de otoño y la próxima temporada de invierno 2021. El objetivo fijado desde la compañía aérea de 'bajo coste' es ofrecer a los clientes la posibilidad de realizar reservas con más antelación y al mismo tiempo disponer de un mayor ahorro entre el 25 de octubre y el 28 de febrero de dichos años. Su director comercial, Robert Carey ha señalado que "hemos decidido avanzar la temporada de invierno para apoyar en todo lo que podamos a los pasajeros en este periodo". Asimismo, también tratan de satisfacer sus necesidades económicas con una mayor antelación tras el enorme impacto que está teniendo el coronavirus en el sector de la aviación.

La venta de billetes, que empezó el pasado 18 de marzo, permitirá a aquellos pasajeros que han visto alterados sus planes de viaje

por la propagación del Covid-19 tener más opciones de fechas para cambiar sus vuelos sin pagar la tasa de cambio, incluyendo Navidad y los festivos hasta febrero. Para ello, la low cost ha puesto a la venta alrededor de 147.000 vuelos en toda la red de easyJet entre octubre y febrero, ofreciendo así una capacidad de cerca de nueve millones de asientos para que los pasajeros sean capaces de organizarse las vacaciones, puentes, escapadas de esquí o navidades.

### Precios muy económicos

Por otra parte, Carey ha informado que "por primera vez, los vuelos saldrán a la venta con un precio fijo de 39,60 euros, incluyendo tasas y recargos". Estas rebajas se espera que sean bien recibidos por aquellos viajeros cuyos planes para Semana Santa y/o ve-

## Renfe arranca la venta de billetes adaptada a las nuevas condiciones

La compañía ferroviaria desaconseja viajar salvo razones de extrema necesidad

El Sector está tratando de adaptarse a las nuevas situación por el Estado de Alarma, y Renfe no se queda atrás. Por ello, ya ha adaptado su plan de

transporte y ha comenzado de nuevo la venta de billetes. A pesar de ello, instan a los usuarios a no viajar salvo causa extremadamente necesaria.

El pasado 18 de marzo, Renfe comenzó la venta de billetes tras las modificaciones implementadas en el plan de transporte diseñado por parte de la compañía ferroviaria para adaptarse a las condiciones decretadas por el Gobierno en la Declaración del Estado de Alarma. Este plan temporal ha supuesto la anulación de toda la oferta de servicios comerciales (Alta Velocidad y Larga Distancia), así como Media Distancia y Avant, y su sustitución por otra oferta que se ajusta a la aplicación de la normativa.

A este respecto, el ministro de transporte, José Luis Ábalos también ha anunciado que se ha ajustado a la baja la restricción del transporte ferroviario que fijó en el decreto del Estado de Alarma. De este modo, el panorama de la oferta para viajar en trenes AVE y Larga Distancia queda reducida en un 90% respecto a la operativa habitual.



La operativa del AVE se ha reducido en un 90%.

Para tratar de paliar estos efectos, Renfe ha anunciado que anulará todos los billetes de tren actuales durante toda la vigencia del Estado de Alarma. Además, devolverá el 100% del importe pagado por dichos billetes a todos los viajeros, independientemente del tipo de tarifa que hayan abonado. Igualmente,

han habilitado un nuevo número de teléfono de información específica (91 831 45 20), y ha reforzado el call center para atender a todos los clientes. Por último, como ya hemos mencionado, pondrá a la venta los nuevos billetes adaptados al nuevo plan de transporte.

✉ [www.renfe.com](http://www.renfe.com)

## Hertz baja la edad para alquilar un coche

Hertz Europe Ltd. ha decidido bajar a 21 años la edad mínima requerida para alquilar un coche con las compañías Hertz, Dollar y Thrifty en España. Esta medida, que ya ha entrado en vigor en todas las oficinas a nivel nacional y que se lanzará muy pronto en otros mercados europeos, busca satisfacer las necesidades de movilidad de los conductores más jóvenes. El director general de Hertz España, Javier Díaz-Laviada, ha asegurado que "con esta nueva política, la empresa busca facilitar a los jóvenes la posibilidad de disponer de un vehículo cuando lo necesiten. Esta decisión se suma a la aceptación de tarjetas de débito para el pago de los alquileres. Dicha política de pago con tarjeta de débito también les facilita el acceso a los servicios de Hertz, Dollar y Thrifty a los usuarios más jóvenes, muchos de los cuales no disponen de tarjeta de crédito.

✉ [www.hertz.es](http://www.hertz.es)



Los pasajeros dispondrán de mayores opciones de fechas.

rano se hayan visto afectados por la reciente pandemia de Covid-19.

Por último, la aerolínea también se muestra dispuesta a renunciar a la tarifa de cambio asociada con la modificación de sus billetes. A partir de ahora, todos los clientes

podrán cambiar las fechas de sus próximos vuelos en cualquier momento antes de febrero de 2021. La exención de la tarifa de cambio se aplica tanto a las reservas existentes como a las nuevas.

✉ [www.easyjet.com](http://www.easyjet.com)

## ■ CLUB NEXOTUR

**Rebaja de hasta un 15% en alquiler de coches de Europcar**

Europcar ofrece hasta un 15% de descuento en alquiler de coche en oficinas en España,

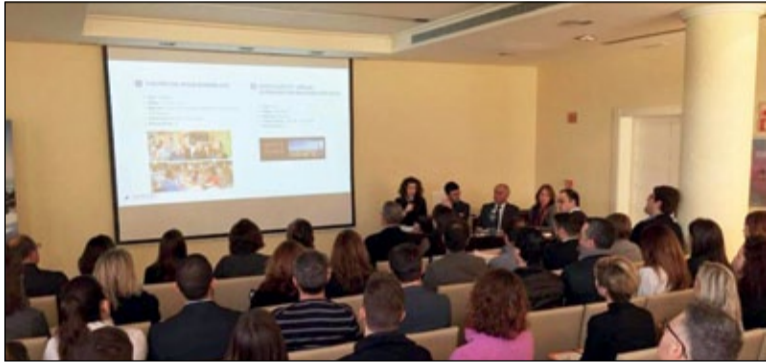
hasta un 20 % en furgonetas en territorio nacional y hasta un 5% en el resto de oficinas en el mundo. Es-

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

tos descuentos no son aplicable a vehículos especiales. La oferta está sujeta a disponibilidad de flota. Para

contactar con Europcar u obtener más información a través de su teléfono 902 50 30 10 o de su página web.

## ■ FAM TRIP



Ha cifrado en 34 las acciones realizadas entre eventos propios y de terceros.

**Girona realiza una extensa promoción**

El Costa Brava Girona Convention Bureau ha hecho balance de su actividad promocional de 2019 y ha cifrado en 34 las acciones de promoción realizadas entre eventos propios y organizados por terceros. Asimismo, el Convention Bureau realizó 970 contactos con organizadores de eventos de 43 mercados.

**TUI suspende la mayoría de sus viajes programados por la crisis del Covid-19**

El Grupo quiere contribuir a los esfuerzos de los gobiernos para detener el virus

TUI Group ha suspendido la mayoría de los viajes programados y ha retirado las previsiones financieras para el año fiscal 2020 como consecuencia de la expansión del Covid-19. "La seguridad y el bienestar de los clientes y empleados es de suma importancia", ha recalcado la compañía alemana en un comunicado.

El Grupo ha tomado la decisión de suspender casi toda su actividad, incluidos viajes organizados, cruceros y hoteles, "hasta nuevo aviso" con la intención de contribuir a los esfuerzos de todos los gobiernos para detener el virus. El grupo también ha solicitado garantías estatales para soportar el negocio hasta que se reanuden las operaciones normales.

Asimismo, ha informado de que está siguiendo continuamente la situación para tomar decisiones. En este momento, el grupo dispone de efectivo y activos por unos 1.400 millones de euros y señala que el rendimiento antes de la crisis del coronavirus ha ido en línea de las expectativas, aunque están tomando medidas para recortar costes.



Están siguiendo continuamente la situación para la toma de decisiones.

Por todo ello, la junta directiva de TUI Group ha retirado las previsiones financieras para el año fiscal anunciadas el pasado 11 de

febrero, además de anunciar que, por el momento, se abstiene de realizar una nueva previsión.

[www.es.tui.com](http://www.es.tui.com)

**Especialistas en Agencias de Viajes****Asesoría Turística**

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

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



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

# CroisiEurope presenta un nuevo itinerario de nueve días el Caribe en La Belle des Océans

Este crucero ofrece cuatro visitas incluidas que se podrán completar con un original paquete de excursiones

La compañía de cruceros CroisiEurope ofrece un innovador itinerario de nueve días por el Caribe a bordo de su buque marítimo, La Belle des Océans, con diferentes

salidas dispuestas entre el día 11 de octubre 2020 y el 20 de marzo de 2021. Como oferta especial de lanzamiento, la crucerista ofrece además tarifas especiales para las

reservas efectuadas hasta tres meses antes de la fecha de salida. Estas tarifas se aplicarán tanto para los camarotes dobles como para pasajeros *single*.

Este crucero marítimo, de nueve días de duración, incluye pensión completa a base de refinada cocina local, con bebidas incluidas en las comidas y en el bar, tasas portuarias incluidas, así como un profesional equipo de animación con conferencias a bordo para poder disfrutar tanto de los destinos como de la navegación.

Un itinerario excepcional a bordo de un lujoso buque de gran confort y pequeñas dimensiones, que cuenta con 60 espaciosas *suites* y capacidad para 120 pasajeros.

CroisiEurope ofrece en este itinerario cuatro visitas incluidas a Guadalupe (Grande Terre), Martinica (Fort de France) San Bartolomé y Marigalante, además de la posibilidad completar las visitas de los destinos a lo largo del itinerario con un original paquete de excursiones, que se podrán contratar con antelación en las agencias

de viajes con un 5% de descuento. También ofrece la posibilidad de contratar el paquete aeroterrestre desde Madrid o Barcelona.

Entre los destinos de los que los clientes tendrán la posibilidad de disfrutar se encuentra Pointe à Pitre, ubicado en Guadalupe, con sus coloridos pueblos, la hermosa cascada Cascade aus Ecrevisses o los jardines de Valombreuse, un paraíso tropical de mil y un colores con orquídeas, helechos y bastones de emperador rodeados de árboles centenarios; también Santa Lucía, con uno de los 9 volcanes que todavía quedan activos en las Antillas Menores, sus célebres plantaciones de chocolate donde es posible conocer el proceso de fabricación de este dulce tan cotizado o la impresionante cascada Diamond Falls; o Isla Unión, perteneciente al archipiélago de Las Granadinas, donde se puede degustar una

deliciosa langosta asada y disfrutar de la playa de la isla de Morpion o visitar los Cayos de Tobago,

Igualmente, merece la pena hacer mención a otros destinos del nuevo itinerario y de su paquete de excursiones. Fort de France, ciudad situada en Martinica, con su fuerte construido en la segunda mitad del siglo XVII, la catedral de San Luis, la Biblioteca Schoeler, el antiguo pueblo que evoca el pasado esclavista de Martinica o la casa Clément, la casa de explotación azucarera que ofrece una degustación de su exquisito ron; Los Santos (Guadalupe), con la isla Terre de Haut, una joya enclavada en una de las bahías más hermosas del Caribe; Gustavia en San Bartolomé, la isla más pequeña de las Antillas francesas con playas pintorescas, la casa del afamado bailarín Rudolf Nureyev, el barrio de Lorient o sus



Ofrece tarifas especiales para las reservas efectuadas hasta tres meses antes.

coloridos cementerios repletos de flores; y Marigalante, con su plantación de azúcar ahora convertida en ecomuseo de arte y tradiciones

culturales que muestra tres siglos de historia de las plantaciones azucareras de la época colonial. [www.croisiurope.es](http://www.croisiurope.es)

## Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España

Periódico Profesional **CONEXO** del Turismo de Reuniones

*Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España*

Eugenio de Quesada

Volumen I 1998~2018

**C**ONEXO cumple 20 años de aparición semestral, primero como periódico mensual impreso y después con su versión digital online, desde la publicación de su primera edición a finales del pasado siglo, en febrero de 1998.

El Turismo de Reuniones e Incentivos, documentado internacionalmente como MICE (siglas en inglés de meetings, incentives, conferences and exhibitions), es el segmento más relevante del Sector Turístico, es el "motor del Turismo", en palabras de Julio Abreu, uno de los pilares y artífices de esta actividad en España.

Este volumen recoge el análisis mensual de la actividad sectorial,

# CONEXO

Periódico Profesional **CONEXO** del Turismo de Reuniones

*Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España*

Eugenio de Quesada

Volumen II 1998~2018

**C**ONEXO cumple 20 años de aparición semestral, primero como periódico mensual impreso y después con su versión digital online, desde la publicación de su primera edición a finales del pasado siglo, en febrero de 1998.

El Turismo de Reuniones e Incentivos, documentado internacionalmente como MICE (siglas en inglés de meetings, incentives, conferences and exhibitions), es el segmento más relevante del Sector Turístico, es el "motor del Turismo", en palabras de Julio Abreu, uno de los pilares y artífices de esta actividad en España.

Este volumen recoge el análisis mensual de la actividad sectorial,

**PVP: 18€**

**Solicite su ejemplar: [suscripciones@nexotur.com](mailto:suscripciones@nexotur.com)**

# CLUB NEXOTUR



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

☎ 91 369 41 00

☎ 91 369 18 39

Lope de Vega, 13  
28014 Madrid

## EL CLUB EXCLUSIVO PARA LOS AGENTES DE VIAJES

■ MAYORISTAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>GUAMA</b>	<b>Descuento del 20%</b> sobre la tarifa de los folletos para agente y acompañante.	Descuento válido para la programación de los folletos de Cuba América	Abierto	Ventas Madrid	☎ 91 782 37 87 ☎ 91 564 16 22
■ C. RESERVAS	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>OCTOPUSTRAVEL</b>	<b>15% de descuento</b> 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
<b>ACCOR HOTELES</b>	Hasta <b>30% de descuento</b> sobre tarifa oficial a miembros del Club.	Más de 1.600 hoteles en todo el mundo, marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Ibis Styles y Adagio...	Abierto	web Accor	www.travelagencies. accorhotels.com
<b>HUSA HOTELES</b>	<b>45% de descuento</b> 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
<b>OCA HOTELS</b>	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.ocahotels.com
<b>PARADORES</b>	<b>50% de descuento</b> a miembros del Club en temporada baja y <b>25%</b> 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
<b>PLAYA SENATOR</b>	<b>50% de descuento</b> para miembros y acompañantes en temp. baja y <b>25%</b> 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
<b>WORLDHOTELS</b>	<b>50% de descuento</b> sobre tarifa oficial en más de 300 hoteles de todo el mundo en cinco y cuatro estrellas.	Valido excepto durante periodos altos de ocupación y con limitación de habitaciones a tarifa agente/día. Sujeto a disponibilidad.	31-12-2014	Departamento Reservas	900 99 49 54 Cod. NTA1 www.worldhotels.com/ beconnected
■ COCHES	CONDICIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y EXCLUSIONES	VIGENCIA	CONTACTO	TELÉFONO / FAX
<b>HERTZ</b>	Descuentos <b>15%</b> fin de semana, <b>10%</b> resto semana (España), <b>5%</b> Internacional, <b>22%</b> furgonetas.	Descuentos para España sobre tarifa promocional. Mencione el código cp=534576	31-12-2008	Central de reservas	☎ 902 402 405 www.hertz.es
<b>EUROPCAR</b>	Hasta un <b>15%</b> en alquiler de coche en oficinas en España. Hasta un <b>20%</b> en furgonetas en España. Hasta un <b>5%</b> 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
<b>HOTEL BEATRIZ DE TOLEDO</b>	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'
<b>HOSPEDERÍA DE LA IGLESUELA DEL CID</b>	<b>50% de descuento</b> 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
<b>HOTEL SANTA CECILIA DE CIUDAD REAL</b>	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
<b>ERGO Seguros de Viajes</b>	<b>85% de descuento</b> 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
<b>INTERMUNDIAL SEGUROS</b>	<b>40% de descuento</b> 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

## Agencias

### Servicio de atención al viajero

**Pregunta.-** Estoy pensando en contratar los servicios de atención al viajero para dar un mejor servicio a mis clientes. ¿Cuáles son los principales motivos por los que los viajeros acuden a este tipo de servicios?

**Respuesta.-** El 41% de los viajeros llama por problemas con los vuelos, de los cuales, al 32% les han cancelado el vuelo, el 25% ha sufrido un retraso, el 14% ha perdido la conexión y el 11% han tenido problemas con el embarque. Por otra parte, el 6% llama por errores en la emisión del billete y el 2% por *overbooking*, entre otras razones.

El 16% de los viajeros contacta por contratiempos con el alojamiento. El 25% porque al llegar al hotel no consta la reserva, el 20% porque las habitaciones no cumplen con sus expectativas, el 11% porque el régimen alimenticio no corresponde con el reservado, el 4% porque la clasificación anunciada no se ajusta a la realidad. El 15% solicita un cambio de hotel, el 5% confirmación de la reserva, el 3% se queja del el trato recibido, el 3% llama para recibir información sobre el alojamiento y el 2% por *overbooking*, entre otras.

El 14,6% llama por incidencias con el *transfer*, sobre todo (56%), porque éste no se encuentra en el punto acordado. El 30% solicita información o necesita confirmar hora o lugar del traslado. El 10% llama porque ha perdido el servicio, mientras que el 2% lo hace porque no aparece el guía, y otro 25% por mala calidad del transporte.

El 11,4% llama para solicitar asistencia del seguro de viaje, ya sea por problemas de salud en viaje que requieren asistencia médica y sanitaria, e incluso repatriación, por incidencias con los medios de transporte y equipajes o por pérdida de servicios contratados, entre otras.

El 8% llama por dudas o aclaraciones sobre las excursiones. El 48% necesita información sobre el horario y lugar de la visita, el 23% se queja de que la visita no

## 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](mailto:consultas@intermundial.es)

\*Sección ofrecida con la colaboración de  InterMundial [www.intermundial.es](http://www.intermundial.es)

consta y el 13%, de que no se ha realizado. El 11% contacta porque no está contento con el guía, y el 5%, porque le han sustituido la visita esperada por otra.

El 3,6% solicita información general sobre el viaje, desea confirmar vuelos, o alojamientos, ampliar una estancia o cancelar el viaje. El 3% llama por dudas o dificultades con la documentación, el 75% solicita información sobre los documentos necesarios para el viaje, el 23% por problemas con los visados o con el resto de la documentación (2%).

El 2,4%, por problemas con el vehículo de alquiler. El 28%, porque no consta la reserva, el 17%, para informarse sobre la documentación necesaria, o porque tienen problemas con ella, el 11% solicitan asistencia al seguro del auto, el 6% porque el coche que les entregan no coincide con el que han reservado. En el 6% de los casos han perdido el servicio. En el 5% piden asistencia, otro 5% se encuentran con la oficina cerrada, en el 5%, no disponen de bono, entre otros.

Ante la diversidad y cantidad de dudas e incidencias que pueden surgir en los viajes, los viajeros españoles demandan un servicio de atención de calidad que les atienda, asesore, ayude, acompañe las 24 horas, y les proporcione soluciones factibles y racionales. Con un buen servicio de atención al viajero mejorarás la experiencia de viaje de tus clientes, reducirás las responsabilidades y la cuantía de las reclamaciones, conseguirás una mayor fidelización, y podrás dedicarte a tu actividad cotidiana.

## Viajeros

### Responsabilidad civil en el viaje

**Pregunta.-** Me gustaría saber cómo cubre el seguro a aquellos viajeros que, por imprudencia o desconocimiento, causan daños a terceros o cometen actos que son considerados delitos o faltas leves en el país de destino.

**Respuesta.-** El Turismo cada vez es más accesible y global y los viajeros se desplazan a zonas que hace unos años era impensable llegar. Esta situación da lugar en ciertas

ocasiones a choques culturales fuertes, ya que los viajeros afrontan realidades, costumbres y normas de comportamiento que les resultan ajenas. A esto se suma, en algunos casos, los comportamientos imprudentes por parte de viajeros que pueden incurrir en delitos o faltas menores, que a su vez lleven aparejadas indemnizaciones civiles, o situaciones simplemente fortuitas, de las que se desprenda la Responsabilidad Civil del viajero.

Así las cosas, es importante que siempre recomiendes a los clientes de tu agencia de viajes un seguro de viajes que incluya coberturas de Responsabilidad Civil. Entre los seguros de InterMundial se puede encontrar esta cobertura, con límites económicos entre 60.000 euros y 250.000 euros, dependiendo de la póliza contratada.

¿Qué cubriría el seguro ante un caso como los que barajamos? El viajero estaría cubierto en el pago de costes y gastos judiciales, además de la fianza judicial. Por supuesto, siempre hablamos de casos en los que no haya una "intención dolosa", es decir, daños causados de forma accidental y nunca con la intención de causar un mal a terceros y que no exista una negligencia grave por parte del asegurado (conducción temeraria, daños causados bajo los efectos de las drogas o el alcohol, etc.).

Para que una incidencia se tramite como un siniestro de Responsabilidad Civil debe existir, en primer lugar, una reclamación de un tercero o, directamente, una denuncia. En segundo lugar, debe haberse producido una resolución de dicha reclamación en la que se evidencie que el asegurado es el causante del daño, esto es, una resolución judicial. Una vez presentada toda esta documentación y comprobado que, efectivamente, no había intención dolosa por parte del asegurado, pero sí fue él el que originó el daño a indemnizar, la aseguradora procedería a ingresar el dinero correspondiente dentro del límite de la suma asegurada.

Además de correr con los gastos judiciales, una de las coberturas en estos casos es el asesoramiento jurídico por parte de la aseguradora, pues desde el mismo momento del siniestro el asegurado dispondrá de ayuda para cumplir con los pasos que debe seguir, en tiempo y forma.

En cualquier caso, es fundamental que el agente de viajes siempre aconseje al cliente revisar las recomendaciones que el Ministerio de Asuntos Exteriores contempla para el país de destino, tener en cuenta comportamientos que pueden resultar graves y, sobre todo y aunque parezca una obviedad, ser consecuente y llevar a cabo la máxima "en mi casa no lo haría".



 InterMundial

 **safer**  
Maximiza tus seguros

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



[safer.intermundial.com](http://safer.intermundial.com)



# HOTELERIA

## Expertos recomiendan mantener precios y flexibilizar cancelaciones ante el Covid-19

Encomiendan ofrecer una política de cancelaciones flexible, así como estrategias de bajada de precios

Recientemente, ha tenido lugar el debate 'Estrategias comerciales frente al Coronavirus', en el que asociaciones como Hosbec o Forst

han debatido sobre el impacto del coronavirus en el Sector Turístico. En el evento coincidieron que para frenar el efecto es necesario que

los establecimientos ofrezcan una política de cancelaciones flexible y que eviten estrategias de bajada de precios para subir las reservas

Más de 250 profesionales del Sector Turístico de la provincia de Alicante siguieron la jornada 'Estrategias comerciales frente al Coronavirus', un debate organizado por la Asociación Empresarial Hotelera de Benidorm y la Costa Blanca (Hosbec) y la Escuela de Negocios Turísticos Forst, que reunió en Invattur a varios expertos para debatir sobre las consecuencias del Covid-19 en el Sector.

Entre las recomendaciones que ofrecieron los expertos, todos ellos docentes del Programa Superior de Revenue Management de Forst, destacaba la necesidad de que los establecimientos ofrezcan una política de cancelaciones flexible, así como evitar recurrir a estrategias de bajada de precios como incentivo para incrementar las reservas, ya que "el miedo a viajar no se combate con ofertas, bajar precios es pan para hoy y hambre para mañana", apuntaba el director corporativo de Revenue y Distribución de Palladium Hotel Group, Diego Fernández.

En la misma línea se expresaba el CEO de Bedsrevenue, Chema Herrero quien afirmaba que "es el momento de ser empáticos,

tenemos que tratar de entender al cliente, y en la medida de lo posible, debemos pensar en tarifas reembolsables y flexibles". Herrero también se refería a la bajada de precio como un error que "no va a ser una solución para aquellos que tienen miedo a viajar".

### 'Las crisis son oportunidades'

Por su parte, el analista de hoteles y tendencia turística, Fernando Gallardo, añadía que "la industria del Turismo no ha vivido ninguna situación similar en toda su historia, las crisis son grandes oportunidades para ciertos actores del mercado, para generar nuevos negocios e, incluso, puede servir para flexibilizar en el Sector no solo las políticas de cancelación, sino otros aspectos de hoteles".

Las intervenciones estuvieron moderadas por el director de Forst, Javier Jiménez, quien apuntó que "no tenemos una varita mágica para solucionar esta crisis, pero creemos que estos profesionales pueden aportar ideas a los hoteleros para afrontar este momento de incertidumbre". En la misma línea, la secretaria general de



Jornada 'Estrategias comerciales frente al coronavirus'.

Hosbec, Nuria Montes, explicaba que "la situación está cambiando semana a semana y tenemos que prepararnos para una situación en la que nunca antes hemos estado, por ello, hemos decidido trabajar la parte comercial con un panel de expertos de primer nivel".

Los tres invitados coincidieron en señalar hay mercados turísticos más afectados, como es el caso del sector MICE (Meetings, Incenti-

ves, Conventions and Exhibitions), o el Turismo urbano. Sin embargo, fueron más optimistas en cuanto a los destinos de sol y playa, ya que según explicaban, se percibe la existencia de dos escenarios, uno de ellos hasta mayo y otro de mayo en adelante, momento en el que consideran que la situación volverá a la normalidad de cara al próximo verano y se estabilizarán los niveles de reservas.

## Turismo rural cancela reservas inmediatas, pero las mantienen tras la Semana Santa

Esta parte del Sector en España sigue siendo una opción para los viajeros pese a la situación actual

El portal de Turismo rural Clurural.com analiza los efectos del virus en las reservas de los próximos meses. Una de las medidas aconsejadas para evitar el posible contagio del coronavirus es la de no viajar. Por ello, la inmensa mayoría de los propietarios de alojamientos rurales están recibiendo un gran número de cancelaciones para las tres próximas semanas.

Desde que la Comunidad de Madrid se anunció durante este mes el cierre de colegios, las reservas han caído un 40% en comparación con la semana anterior, un dato relevante que muestra la preocupación de los viajeros.

Se desconoce cuándo será el momento en el que desaparecerá esta nueva enfermedad, pero las pocas reservas que se realizan

son a partir de Semana Santa. Una fecha con varios días festivos en todas las Comunidades y en la que muchos turistas aprovechan para viajar. Sin embargo, no es la única, puesto que para el Puente de Mayo se mantienen las reservas a la espera de ver como transcurre la situación actual.

Hasta que lleguen las buenas temperaturas y los turistas se animen a viajar a la playa, lo que más éxito está teniendo por el momento es Cataluña (18,87%), Castilla y León (18,31%), Aragón (9,29%), Andalucía (9,17%), y Castilla-La Mancha (8,28%). En cuanto a las provincias que disponen de una mayor demanda aparecen Madrid (8,31%), Barcelona (5,69%), Huesca (5,69%), Asturias (5,44%) y Cantabria (4,73%).



Madrid es la provincia con mayor demanda.

### ■ PRODUCTO

## Meliá anuncia el cierre temporal de 59 hoteles por el coronavirus

Meliá Hotels International ha anunciado el cierre temporal de 59 de sus establecimientos, la mayoría en España, por la crisis económica generada por la expansión del coronavirus. La mayoría de los establecimientos se encuentran en España, con un total de 45 hoteles afectados, 13 de ellos en Andalucía, 11 en la Comunidad de Madrid, nueve en Cataluña, cuatro en las Islas Baleares, tres en la Comunidad Valenciana, dos en el País Vasco y otros tres en Zaragoza, Mérida y Tenerife. A ellos se suman otros 13 hoteles que cerrará Italia (cinco), Alemania (cinco), China (dos), República Checa (uno) y Vietnam (uno).

## Iberostar anuncia medidas temporales por el Covid-19

Ante la restricción oficial del movimiento de personas, Grupo Iberostar ha informado del cierre temporal de hoteles en España, una medida que previsiblemente se extenderá en breve a otros países. El impacto de esta decisión obliga a la compañía a abordar también medidas de suspensión temporal de la actividad laboral a escala global. Estas medidas afectan igualmente a su filial World 2 Meet. A lo largo de su historia centenaria, Grupo Iberostar ha actuado siempre desde sus valores trabajando junto a sus socios para hacer crecer el negocio, generando empleo y añadiendo valor a la sociedad.

## Room Mate Group toma algunas medidas urgentes en Madrid

Tras el anuncio de las medidas extraordinarias adoptadas por la Comunidad de Madrid con relación al coronavirus, "en Room Mate Group pensamos que es el momento de ser responsables, generosos y solidarios con nuestros clientes y nuestro equipo". "Las personas son nuestra prioridad y por ello, hemos aprobado una serie de medidas en nuestros hoteles de Madrid". En primer lugar, cerrarán de forma temporal tres de sus seis hoteles en Madrid; ningún cliente verá afectada su reserva de hotel ya que serán desviadas a Room Mate Alba, Room Mate Óscar y Room Mate Alicia. Realizarán una redistribución de los turnos y fomentarán el teletrabajo.

# El Gobierno español impone el cierre de los hoteles y alojamientos turísticos

CEHAT anima a los establecimientos a donar alimentos perecederos y otros productos de uso sanitario

El Gobierno central ha acordado el cierre de todos los hoteles y alojamientos turísticos similares en el plazo máximo de una semana

como complemento a las medidas puestas en marcha para tratar de contener la expansión del nuevo coronavirus. Sanidad lo ha publica-

do en un Boletín Oficial del Estado (BOE) extraordinario en el marco de la declaración del estado de alarma por el impacto del Covid-19.

En la norma, que ya está en vigor, se establece esta medida preventiva para todos los hoteles y alojamientos similares, alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia, campings, aparcamientos de caravanas y otros establecimientos similares, ubicados en cualquier parte del territorio nacional.

El Ejecutivo establece el cierre de todos estos tipos de establecimientos a partir del momento en el que cada uno de ellos "no disponga de clientes a los que deba atender y, en todo caso, en el plazo máximo de siete días naturales" desde la entrada en vigor de la norma este mismo jueves. "Con carácter excepcional, queda permitida la prestación de los servicios de vigilancia, seguridad y mantenimiento en estos establecimientos", señala la norma.

Para establecimientos de alojamiento turístico de larga estancia y de temporada, aclara que quedará permitida la apertura al público para aquellos que alberguen clientes "que, en el momento de declaración del estado de alarma

—el pasado sábado—, se hallen hospedados de manera estable y de temporada, siempre que sus ocupantes cuenten con las infraestructuras, en sus propios espacios habitacionales". En este caso, especifica que no podrán admitir a nuevos clientes hasta nueva orden.

"La concentración de personas en alojamientos turísticos, que deben compartir determinados espacios comunes, implica un incremento del riesgo de contagio, por lo que dada la situación de restricción en la movilidad de personas resulta necesario, para garantizar la contención de la pandemia, proceder a suspender la apertura al público de estos establecimientos", explica el departamento que dirige Salvador Illa.

## CEHAT pide medidas

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Jorge Marichal, también titular de la patronal Ashotel en la provincia de Santa Cruz de Tenerife, ya



Marichal reclama al Estado que permita un *kit kat* a las empresas con los gastos.

tenía asumido este cierre unos días antes de que fuera decretado, por lo que ha solicitado medidas al Gobierno central para que las empresas no se "desangren".

Marichal ha admitido que "hay que ser realistas" y entender la situación de salud pública por la que pasa el país por lo que "el Sector va a pasar por un letargo" y solo quedarán abiertas pequeñas unidades para dar servicios mínimos vinculados a la logística, abastecimiento o posibles desplazamientos de profesionales sanitarios. El subsector turístico va a ser el

más afectado por la expansión del coronavirus, pues "habrá muchísimos ERTE" y, por ello, reclama al Estado que permita un *kit kat* a las empresas con los gastos para que cuando pase el episodio sanitario puedan abrir de nuevo.

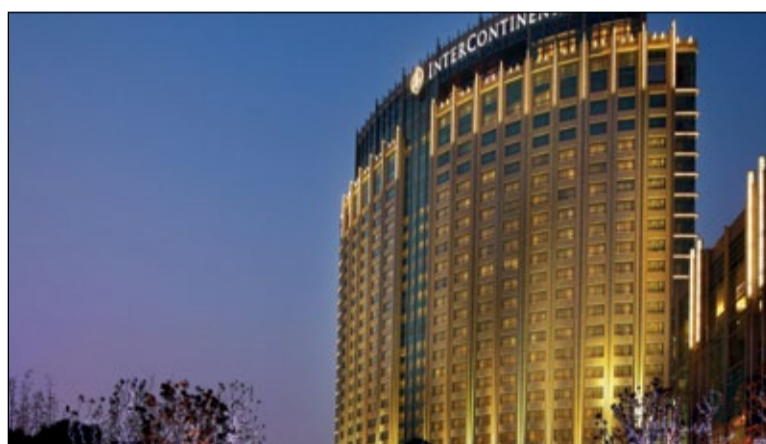
Además, CEHAT ha animado a los establecimientos alojativos a donar los alimentos perecederos y otros productos de uso sanitario a organizaciones no gubernamentales (ONG) y otros colectivos sociales con necesidad, una vez que se produzca el cierre por la crisis sanitaria del coronavirus.

## InterContinental abre gran parte de sus hoteles cerrados en China

La cadena cuenta con 443 hoteles en China, cuatro de ellos ubicados en Wuhan

La compañía hotelera InterContinental Hotels Group (IHG), que cerró sus establecimientos en China el pasado mes de enero a causa de la crisis sanitaria provocada por el Coronavirus (Covid-19), se encuentra actualmente en el proceso de apertura de más de la mitad de sus hoteles en China. Es la primera buena noticia para el Sector Turístico en general, y la Hotelería en particular, sobre la evolución de la pandemia. La cadena, que tiene 443 hoteles en China bajo distintas marcas, cuenta con cuatro establecimientos en Wuhan, la ciudad china que quedó aislada por las autoridades por la aparición del brote de la epidemia.

Respecto a sus hoteles en el resto de destinos, desde InterContinental reconocen la "incertidumbre continua y creciente" provocada por el Coronavirus. Por ello, anunció en su web que no aplicarán cargos por cancelación de reservas para estancias entre el 9 de marzo de 2020 y el 30 de abril de 2020 en sus hoteles de todo el mundo (entre ellos, hoteles de marcas hoteleras como Holiday Inn, Hotel Indigo, Crowne Plaza y Kimpton, que actualmente pertenecen a InterContinental). En reservas posteriores al 30 de abril, aún se pueden aplicar modificaciones y,



En reservas posteriores al 30 de abril aun se pueden aplicar modificaciones.

dado el caso, cancelarlas sin coste alguno debido a las flexibles políticas de cancelación de la compañía.

Además, los socios del IHG Rewards Club obtendrán beneficios a la hora de planificar futuros viajes, ya que durante este año se reducirán en un 25% o incluso más los requisitos para obtener la categoría Elite.

## Futuras estancias

"Nuestra prioridad número uno es la salud, seguridad y bienestar del cliente. Monitoreamos de cerca los acontecimientos en todo el

mundo y estamos en contacto con organizaciones globales, como la Organización Mundial de la Salud (OMS), Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) y autoridades relevantes, con el objetivo de conocer los requisitos específicos para cada país y, así, asegurar que las acciones que tomamos sean integrales y adecuadas", señalan desde la cadena hotelera. Además, añaden que "todos nuestros hoteles deben cumplir con los procedimientos integrales de salud y seguridad, incluidas las leyes locales".

## Se abren 370 establecimientos para servicios esenciales

El Gobierno ha dispuesto la apertura de un total de 370 hoteles, balnearios, apartahoteles y otros establecimientos similares repartidos por todo el país, con el fin de atender las necesidades de alojamiento y restauración que requiera el personal que está trabajando en la prestación y el mantenimiento de los servicios esenciales y el transporte de suministros en el estado de alarma.

"Es necesario garantizar la movilidad de aquellos trabajadores que tienen que realizar determinadas labores y que puedan disponer de alojamiento y comida", establece la orden del Ministerio de Transportes que el BOE publicó el 25 de marzo. La orden incluye el listado de 370 establecimientos repartidos por todo el país que se incluyen entre los que ofrecerán sus servicios a estos colectivos.

Entre ellos, figuran militares y fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, sanitarios y transportistas, pero también personal de los operadores de telecomunicaciones y de centros de procesos de datos, de operación y mantenimiento de diferentes redes.

## PRODUCTO

Relais Termal ofrece colaboración en las regiones donde se ubica

Balnearios Relais Termal, cadena de Balnearios Españoles, ha decidido sumarse a la batalla del sector sanitario para combatir la propagación del Coronavirus. Para ello se pondrá inmediatamente en comunicación con los Ayuntamientos y los Gobiernos Regionales de la Comunidades en las que se encuentran sus establecimientos, así como con el Ministerio de Sanidad. Relais Termal es la cadena líder de los Balnearios españoles y cuenta con nueve establecimientos en siete Comunidades Autónomas españolas. Todos los Relais Termal están definidos como centros sanitarios y disponen de consultas médicas, que podrían servir de apoyo a la Sanidad Pública de las comarcas rurales en las que están ubicadas.

## Paradores cierra todos sus establecimientos por el estado de alarma

En coherencia con la declaración del estado de alarma decretado por el Gobierno de España y mientras dure esta situación de crisis sanitaria, Paradores va a mantener cerrados todos sus establecimientos. La decisión se ha adoptado en diálogo y con el pleno acuerdo de los representantes de los trabajadores. El presidente de Paradores, Óscar López Águeda, señala que "estamos ante un momento absolutamente excepcional y de extrema gravedad que nos obliga a velar por la salud de nuestros clientes y por la de todos los trabajadores de la compañía". Paradores no recibe clientes desde el pasado lunes 16 de marzo. Las personas alojadas hasta el momento serán debidamente atendidas hasta que estas puedan regresar a sus lugares de origen.

## Servigroup ha decidido cerrar todos sus hoteles por la crisis sanitaria

Hoteles Servigroup, tras acordarlo por unanimidad en una reunión de urgencia mantenida por la dirección, anuncia el cierre temporal de todos sus establecimientos hoteleros ante la declaración del estado de alarma decretado por el Gobierno de España, medida que se prolongará mientras dure esta situación de crisis. Por su parte, el presidente de Hoteles Servigroup, José María Caballé, ha expuesto que "la situación ante la que nos encontramos es de extrema gravedad y por ello nos vemos obligados, por responsabilidad y por solidaridad con esta crisis excepcional, a velar por la salud de nuestros clientes y por la de todos nuestros trabajadores y colaboradores de nuestra cadena hotelera".

# 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

<b>VIAJES ABREU</b> Génova, 16 MADRID	☎ 902-101049-91-7004421 Fax 91-3196786
<b>ALONDRA/CALIPSO VACACIONES</b> Avda. Real Academia de Medicina, 1ª MURCIA	☎ 902-355444/968-355444 Fax 902-355443
<b>TUI SPAIN</b> Mesena, 22, 2º MADRID	☎ 91-7597125 info@tuispain.com
<b>AÑOS LUZ SA</b> San Bernardo, 97-99 MADRID	☎ 91-4451145-902-101202 Fax 91-5939181
<b>AÑOS LUZ SA</b> Berastegui, 4 bajo I BILBAO	☎ 94-4242215-902-101404 Fax 94-4235593
<b>A SU AIRE</b> Moreña, 12 esq. a Zarza C. REAL	☎ 926-274157/226259 Fax 926-226334
<b>CONDOR VACACIONES</b> Pedro Villar, 12 MADRID	☎ 91-5674242-5674200 Fax 91-5674263
<b>COSTA CRUCEROS</b> Plaza Carlos Trias Beltrán, 7 MADRID	☎ 91-5558550 Fax 91-5564770
<b>COSTA CRUCEROS</b> Valencia, 245 2º 3 BARCELONA	☎ 93-4875685 Fax 93-4874770
<b>DIMENSIONES</b> Mahonia, 2 MADRID	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
<b>DIMENSIONES</b> Concilio de Trento, 182-184 BARCELONA	☎ 91-5310607 Fax 91-5214254
<b>DIAS LIBRES</b> Lagasca, 120 Of. 1 MADRID	☎ 91-7451111 Fax 91-5614469
<b>ENTORNO NATURAL.COM</b> Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
<b>EXPO MUNDO</b> Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
<b>HOTELPLUS</b> Isla del Hierro, 3 SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	☎ 902 358358/91-7244747 Fax 91-6549977
<b>HOTEL PLAYA VIAJES</b> Avda. Paralelo, 135-137 2º BARCELONA	☎ 93-425.30.66 Fax 93.425.38.07
<b>HOTEL PLAYA VIAJES</b> Silva, 2 6º 2º MADRID	☎ 91-5427933 Fax 91-5422071
<b>HVALATRAVEL.COM</b> Diputacio, 238 BARCELONA	☎ 93-4827100 Fax 93-4827131
<b>INTERMUNDOS</b> Fuencarral, 9 1ºB MADRID	☎ 91-5320413 Fax 91-5221241
<b>MSC CRUCEROS</b> Arequipas, 1 MADRID	☎ 91 308308 Fax 91-3821664
<b>MUNDICOLOR</b> Mahonia, 2 MADRID	☎ 902-361926 Fax 93-4827131
<b>NIZA TOURS-VIAJES NIZA</b> Av Las Americas, Plaza 26, ARONA (TENERIFE)	☎ 902-995950 Fax 922-793868

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

<b>VIVA TOURS</b> Trespardene, 29 4º	☎ 902-353354/55 91-3297400 Fax 91-3297516/17
---	---

### Compañías Aéreas

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

### Compañías Marítimas

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

### Ferrocarril

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

### Alquiler de Automóviles

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

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

### Organismos

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

### Centrales de Reservas

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

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

### Transporte por Carretera

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

### Servicios

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

### Cadenas Hoteleras

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

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

Excelente **PROFESOR** Management y Marketing  
**ESCUELA HOTELERA DE LAUSANNE**  
Suiza ("La primera del mundo")  
**Centro de Estudios Turísticos Cuba**  
**Escuela OFICIAL de Turismo Madrid**  
**Shanghai Institute of Tourism Shanghai**  
**Normal University China**  
**GARANTIZO RESULTADOS**  
**GRATIS 1ª hora**

**fetisalain@gmail.com**  
**skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71**

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

**¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?**

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

**¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?**

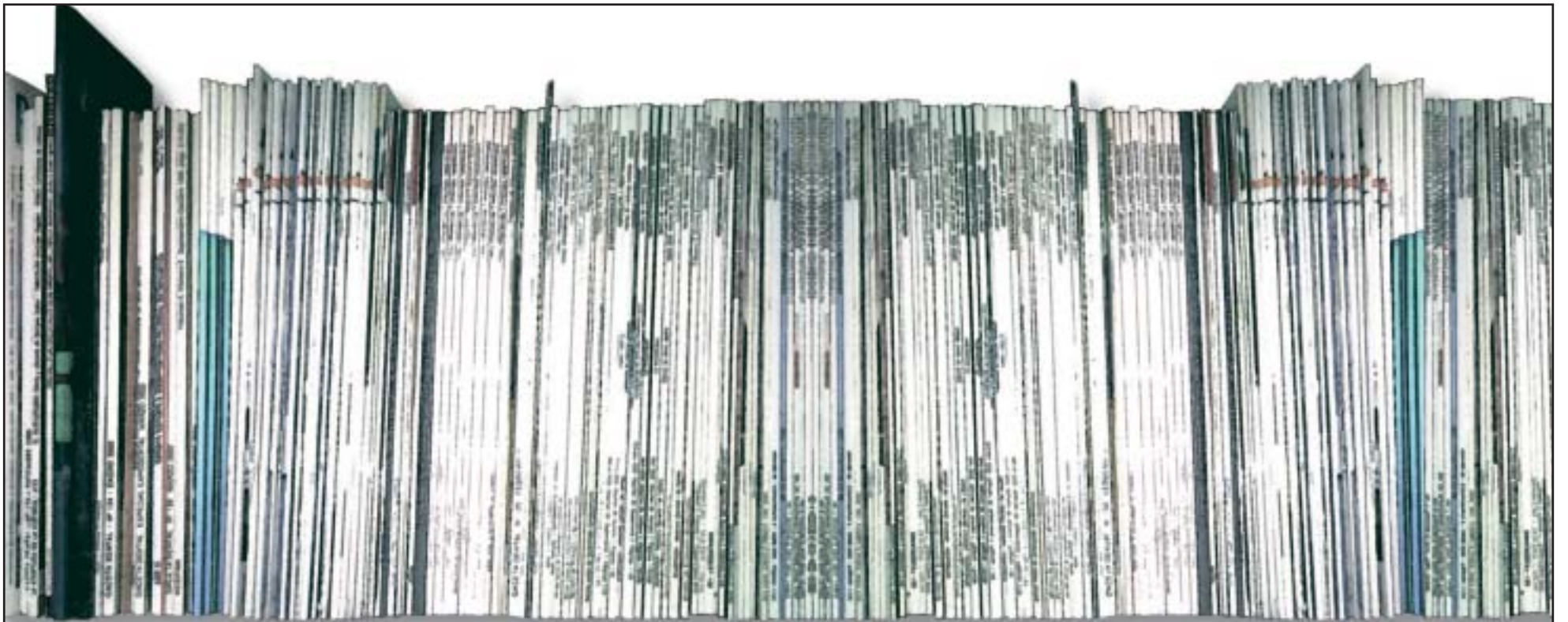
En Mesonero-Romanos Abogados conocemos la Ley y sabemos como regularizar su situación. Tenemos amplia experiencia solucionando los problemas derivados de la legislación de protección de datos, en distintos tipos de Empresas y sectores, así como asesorando sobre su correcta interpretación e implantación.

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

**NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN**

 Consúltenos cualquier duda sobre su situación. Para más información sobre nuestros servicios y productos, visite nuestra página web: [www.mesoneroromanos.com](http://www.mesoneroromanos.com)

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



# Transferencia del conocimiento

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

## publicaciones profesionales y generales

Nuestras más de 300 cabeceras en el mercado, forman el más importante grupo dedicado a cumplir con los compromisos de informar, formar, entretener, servir y dinamizar.  
**Solicite la guía de publicaciones ([aeepp@aeepp.com](mailto:aeepp@aeepp.com))**

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

**FIPP**

Federación Internacional de Prensa Periódica

**FAEP**

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



**Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas**

# La página de Belver Hotels ofrece sus cinco alojamientos en Portugal

Belver presenta una página *responsive* en la que informa sobre sus cinco hoteles en Portugal —dos de ciudad y tres de playa— y ofrece la gestión de sus reservas únicamente al usuario final, con la posibilidad de cancelación *online*.



www.belverhotels.com

La página *web* de **Belver Hotels & Resorts** ofrece información sobre sus cinco hoteles —dos de ciudad en Oporto y Lisboa y tres de vacaciones en el Algarve—, de los que incluye una completa descripción en varias pantallas con sus características principales y las de sus habitaciones y servicios. La página también presenta un sencillo sistema de gestión de reservas, que permite la cancelación posterior *online*, pero que no está disponible para las agencias de viajes. Por otro lado, la *web* presenta versiones en portugués, inglés, francés y alemán.

## INFORMACIÓN

Presenta sus hoteles por destino, categoría o tipo. Incluye una completa descripción del hotel en varias pantallas en las que informa de habitaciones, restaurantes, ofertas, sus servicios especiales y sobre las características y capacidad de sus salas para eventos.

## RESERVA

Dispone de un sencillo sistema de reserva de estancias y de servicios extra, que en tres pasos ofrece una información adecuada de tipos de habitación y tarifas y contempla el acceso posterior a la reserva, pero no incluye una funcionalidad para las agencias de viajes.

## GENERAL

La página no ofrece ninguna información sobre la empresa, excepto la dirección y las formas de contacto de cada uno de sus cinco hoteles, incluyendo un formulario de contacto con cada hotel. También dedica un área general a informar sobre sus servicios de Wellness & Spa.

### ▲ Lo Mejor / Amigable

Es una página *responsive* de cuidado diseño, con fácil acceso a la información y una útil gestión de reservas.

### ▼ Lo Peor / Cobertura

Belver Hotels & Resorts sólo ofrece un hotel en Oporto, otro en Lisboa y tres en el Algarve.

## BELVER / 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	CONFIRMACION INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

## EVALUACION NEXOTUR.COM

La página *web* de Belver Hotel & Resorts, aunque ofrece a las agencias de viajes una completa información de sus hoteles y ofertas, es de muy poco interés para su gestión profesional, por su limitada oferta y porque no pueden gestionar en ella sus reservas.

6,8



**Entrada /** Presenta el acceso a sus áreas de información, la entrada a reservas y a sus hoteles en Portugal por destino.



**Producto /** Presenta una amplia información de cada hotel en varias pantallas accediendo por categoría, destino o tipo.



**Reserva /** Dispone de un sencillo sistema de reservas de estancias y algunos servicios en tres pasos, no disponible para las agencias.

# 'Bolivia en tus manos' presenta una completa información sobre el país

Desaparecida la página oficial de Turismo anteriormente analizada, la *web* 'Bolivia en tus manos' ofrece todo tipo de información sobre el país, sus destinos, diversas secciones específicas y buscadores de restaurantes y hoteles, con acceso a su *web* para reservar.



www.boliviaentusmanos.com

La página 'Bolivia en tus manos' ofrece, únicamente en castellano, un amplio conjunto de información sobre muchos temas de interés para residentes y visitantes al país, algunos de ellos dedicados a los atractivos y los servicios turísticos que ofrece al viajero, en una página de correcto diseño que, entre otras, ofrece áreas sobre destinos, sitios destacados, eventos planificados y buscadores de alojamientos y restaurantes por ciudad y por tipo, incluyendo algunos datos del proveedor y el enlace con su *web* para ampliar información y gestionar reservas.

## INFORMACIÓN

Ofrece la relación de todas las secciones de información turística en Bolivia, con acceso a una descripción y a los temas relacionados, y permite acceder a la descripción de sus destinos por zona, con una amplia descripción del destino y de sus temas destacados.

## RESERVA

Ofrece un completo buscador de alojamientos por destino y categoría que presenta una relación y la descripción del seleccionado desde la que se puede solicitar una reserva, para lo que accede a la *web* del hotel. También dispone de un buscador de restaurantes.

## GENERAL

Además de Turismo, ofrece un amplio conjunto de información sobre cualquier tema de interés en Bolivia, que incluye empresas, industrias, deportes, noticias, un calendario de eventos y una guía de servicios sanitarios, en la mayoría con buscadores paramétricos.

### ▲ Lo Mejor / Utilidad

Ofrece una completa información sobre cualquier tema de interés en Bolivia, accesible desde cualquier tipo de terminal.

### ▼ Lo Peor / Información Empresa

No ofrece ninguna información sobre la empresa propietaria de esta página. Solo incluye un correo y un formulario.

## BOLIVIA / Destinos

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

'Bolivia en tus manos' puede ser de interés para los profesionales de Turismo, a los que ofrece una amplia información sobre sus atractivos y servicios turísticos y que permite enlazar con las *webs* de agencias y de cualquier otro tipo de servicios turísticos en el país.

7,2



**Entrada /** Presenta el acceso a todas sus áreas de información sobre Bolivia, noticias, eventos de la semana y sugerencias.



**Producto /** Informa sobre diversas secciones de Turismo y presenta sus destinos con su descripción y sus temas de interés.



**Reserva /** Ofrece un buscador de hoteles por destino y categoría con el acceso a su *web* para reservar y otro de restaurantes.

BOLSA ONLINE DE EMPLEO [www.Nexotur.com](http://www.Nexotur.com)

## Moline Travel busca profesionales especializados en congresos y eventos del Sector

La web [www.nexotur.com](http://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'.

■ **Moline Travel.** Barcelona. Agencia especializada en congresos y eventos busca profesional. Requisitos: inglés nivel alto hablado y escrito y dominio de Office. Jornada completa y sueldo a convenir.

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

■ **Viajes Carrefour.** Majadahonda. Buscamos personas con conocimientos del Sector para contrato de media jornada. Disponibilidad inmediata y posibilidad de trabajar a turnos y fines de semana (abstenerse si no cuentan con esta disponibilidad).

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

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

■ **Traveldays.** Barcelona. Agencia de viajes mayorista especializada en Oriente Medio, Asia y Oceanía necesita contratar a dos personas para el departamento de booking. Requisitos: experiencia en agencia de viajes mayorista, manejo de sistema de Amadeus, idiomas (castellano, catalán e inglés), trabajo en equipo y disponibilidad inmediata. También se valorará conocimiento de destinos y producto de Oriente Medio, Asia y Oceanía. Tareas a realizar: atención telefónica, tramitación de reservas, tramitación de presupuestos, consultas a través de llamadas telefónicas o correo electrónico, emisión de billetes, documentaciones y facturación.

■ **Space Travel.** Madrid. Space Travel busca agente de viajes para su departamento minorista. Requisitos: conocimientos de Amadeus y experiencia mínima de tres

años. Se ofrece contrato de media jornada (tarde) e incorporación inmediata.

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

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

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

■ **Viajes Carrefour.** Majadahonda. Buscamos personas con conocimientos del Sector para contrato de media jornada. Disponibilidad inmediata y posibilidad de trabajar a turnos y fines de semana (abstenerse si no cuentan con esta disponibilidad).

■ **Sapphire Viajes.** Madrid. Se busca agente de viajes para servicios de consultoría de viajes exclusivos, elaboración y envío de presupuestos, seguimiento y actualización de presupuestos, gestión de reservas, elaboración y envío de documentación del viaje y seguimiento del viaje en destino y evaluación posterior

del mismo. Requisitos: manejo de Excel nivel experto, manejo hábil de nuevas tecnologías, experiencia trabajando en equipos y por objetivos comerciales; interés por los viajes y destinos de larga distancia e inglés alto hablado y escrito.

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

■ **Viajes Redondo.** Madrid. Agencia de viajes familiar especializada en Turismo cultural y con producto propio en viajes culturales y de experiencias con 30 años en el mercado, busca persona para su oficina situada en la ciudad de Madrid. Requisitos: buena presencia, facilidad en la atención telefónica al cliente, resolutive, buena disposición para con los clientes, elaboración de presupuestos, confección de viajes combinados, reservas, adaptación a la empresa, buena predisposición al aprendizaje y al trabajo. Conocimientos de Amadeus, Office y buen nivel de inglés. Experiencia mínima de entre uno y dos años.

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

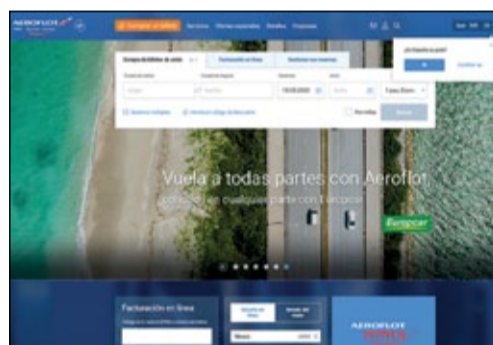
## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Vuelos desde Rusia

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

⇒ Su **utilidad** está limitada por su nivel de oferta.

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



<http://www.aeroflot.ru>

## Transporte discrecional

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

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

↓ Para la gestión de **reservas** ofrece un formulario de presupuesto.



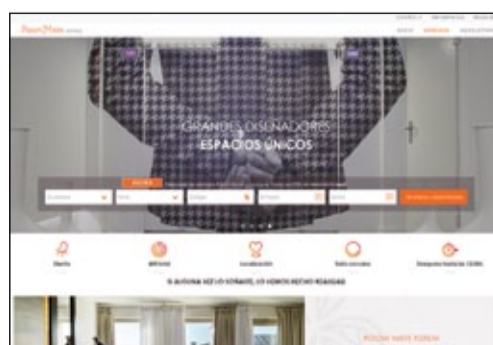
<http://www.grupochapin.com>

## Hoteles Boutique

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

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

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



<http://www.room-matehotels.com>

## Alquiler de vehículos

↑ Enterprise presenta una página en la que, con un diseño actual que mejora sensiblemente el anterior, ofrece una completa **información** sobre sus servicios de alquiler, renta y gestión de flotas, aunque ya no contempla la reserva desde agencias.

⇒ Es una web de **utilidad** por su amplia cobertura y facilidad de uso.

↓ Ya no incluye la **reserva** desde las agencias de viajes,



<http://www.enterprise.com>

## Turismo en Rusia

↑ Turismo de Rusia en Madrid ha modificado su página en Internet para sustituirla por una nueva versión *responsive* de nueva dirección, que mantiene una **información** limitada sobre el país, sin gestión de reservas ni información sobre alojamientos.

⇒ Para mejorar su **utilidad** debería ampliar su nivel de información.

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



<http://www.rusia.travel>

## Eventos en Sitges

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

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

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



<http://www.sitgescb.cat>

LEGISLACIÓN

Municipio turístico

Isla Cristina

✓La concejal de Turismo del Ayuntamiento de Isla Cristina (Huelva), Isabel López, ha mostrado su satisfacción por la declaración de la localidad como Municipio Turístico de Andalucía y ha recordado el "intenso trabajo" realizado. El Consejo de Gobierno ha validado la declaración como Municipio Turístico de Andalucía de las localidades de Níjar (Almería), Isla Cristina (Huelva), La Iruela (Jaén), Antequera y Frigiliana (Málaga) y Aznalcázar (Sevilla). Así, López ha asegurado que están "muy contentos", ya que lleva detrás "muchos años de un trabajo importante" que persigue "ofrecer a los visitantes y a los propios isleños los mejores servicios posibles". Tras destacar "el enclave natural tan maravilloso", la concejal ha ensalzado "la belleza" de este pueblo que, al ser Municipio Turístico, podrá promocionarse a través de las diferentes campañas de la Junta de Andalucía.

Boletín Oficial del Estado  
 www.boe.es

CURSO

Formación ITH Academy y HotelsDot

El objetivo es hacer frente al impacto del coronavirus

HotelsDot se suma a las iniciativas por parte del sector hotelero orientadas a minimizar el impacto que el Covid-19 está teniendo en los alojamientos turísticos. En este sentido, la CEO de HotelDots, Meritxell Pérez Vilalta, ha señalado que "animamos a los hoteleros a que continúen formándose y para ello les ofrecemos la posibilidad de matricularse en nuestro curso *online* de *revenue management* profesional con un coste mínimo de inscripción que supone un 90% de descuento sobre la tarifa

oficial, lo que se traduce en un único pago de solo 45 euros".

Por su parte, el director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Álvaro Carrillo, ha asegurado que "desde ITH y en este caso desde ITH Academy queremos, de forma conjunta con HotelsDot, aportar nuestros conocimientos en situaciones como las que estamos viviendo. Por eso creemos que es un buen momento para que el sector aproveche para seguir formándose, por ello facilitamos este descuento sobre la tarifa oficial del curso.



LIBROS

Guía de buenas prácticas

Título: 'Convention and exhibition Centre Health and Safety: Managing COVID-19 Challenges'

La Asociación Internacional de Palacios de Congresos (AIPC) y la Unión de Ferias Internacionales (UFI) han publicado una guía de buenas prácticas para centros de convenciones y exposiciones en la gestión de la salud y los desafíos a los que se enfrentan debido al brote actual de coronavirus. La guía ha sido creada como una especie de extensión de un documento relacionado con las Mejores Prácticas de seguridad en venues publicado el año pasado e incorpora conocimientos y experiencias de todo el mundo. Se centra en políticas, planes y procedimientos actualizados de salud y seguridad de los centros de convenciones y exposiciones.



CALENDARIO

Eventos cercanos

●Del 27 al 28 de mayo tendrá lugar IBTM Americas, una de las más importantes ferias de Latinoamérica especializadas en MICE: Turismo de negocios, congresos, eventos y conferencias. México D.F. Reunirá a alrededor de 850 compradores, principalmente de América del Norte, América Latina y Europa, junto con 600 empresas como expositores durante dos días de reuniones de negocios individuales, oportunidades de creación de redes y educación. Para más información consultar: [www.ibtmamericas.com/en-gb.html](http://www.ibtmamericas.com/en-gb.html).

●Expo Perú Turismo 2020 se desarrollará del 22 al 25 de mayo en el Centro de Convenciones de Lima. La exposición, que espera congrega a más de 10.000 asistentes, se realizará por primera vez en la capital y albergará tres importantes eventos orientados a diferentes actores de la actividad turística: Peru Travel Mart, Feria Turismo Perú y Turismo Mundo. Más información en el Facebook de @expoperuturismo.

**La información profesional no es un juego de niños**

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

**Servicio de Atención al Lector de NEXOTUR**  
 ☎ 91 369 41 00 (16 líneas) / Fax: 91 369 18 39  
 DEPARTAMENTO SUSCRIPCIONES: Lope de Vega, 13/28014 Madrid  
 E-mail: [atencion-clientes@nexotur.com](mailto:atencion-clientes@nexotur.com) / P.O. Box: 10.119 / 28080 Madrid

**NEXOTUR**  
 De Profesional a Profesional

## SUBEN

### ▲ Maxime Dubois



Con el nombramiento de Maxime Dubois como director de Desarrollo Sur de Europa, Aparthotel Adagio, reafirma su voluntad de crecimiento y su vocación internacional. Un nombramiento que simboliza la gran ambición de desarrollo del grupo.

### ▲ Jorge Altolaguirre



Jorge Altolaguirre se pone al frente del Hotel Maydrit Airport, establecimiento madrileño de cuatro estrellas de Hoteles Santos, cadena para la que trabaja desde el año 2006. Su experiencia le ha llevado a dirigir durante varios años equipos de la cadena.

### ▲ Ángel Rivero



Ángel Rivero, que ha pertenecido los últimos 14 años a TUI Group en su filial española Nordotel como director corporativo de Operaciones responsable de Canarias y de la expansión posterior en Baleares, Portugal, Córcega y Cerdeña, ha sido nombrado CEO de MP Hotels en España.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Emiliano González	3
Entrevista / Iker Goikoetxea	4
Escaparate	5-19
InfoGEA	15-18
Mostrador	20-23
Club	23
Gestión	24
Hotelería	25-26
Booking	27
Evaluanet	29
Ofertas de empleo	30
Agenda	31

DEL 23 AL 29 DE MARZO DE 2020



## BARÓMETRO DE RESULTADOS

## LA SEMANA

### La producción aérea de las agencias se desploma

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



## INDICADOR DE EXPECTATIVAS

Las aerolíneas *low cost* transportaron a 5,83 millones de viajeros en España durante los dos primeros meses de 2020, un 1% más que en el mismo periodo de 2019. Han captado el 53,7% del tráfico aéreo total, frente a las compañías tradicionales, con 5,03 millones de viajeros, un 3,7% más y el 46,3% del flujo total, según los datos de TurEspana. En estos dos meses, el 75,1% del total del flujo aéreo provino de la Unión Europea, experimentando un leve crecimiento respecto al mismo periodo de 2019 (+0,6%), mientras que el flujo aéreo procedente del resto del mundo, que supuso el 24,9% restante, también se incrementó en mayor medida (+7,5%).

Los datos de pasajeros transportados hasta febrero no reflejan aún el impacto del brote de la pandemia del coronavirus. Habrá que esperar a las cifras de marzo para conocer el impacto de la crisis sanitaria del Covid-19.

En febrero, entre los principales países emisores de pasajeros internacionales el que más creció en tasa de variación interanual fue Portugal (+22,5%), mientras que el que mostró el mayor descenso fue Suecia (-6,3%). Reino Unido, con 1,69 millones de pasajeros y el 29% del total, lideró las llegadas en 'bajo coste' a España durante los dos primeros meses de 2020, con un crecimiento del 6,2% hasta febrero. Le siguió Italia, con el 12,7% de las llegadas y 738.048 viajeros hasta febrero en 'bajo coste', un 3,2% menos. En tercer lugar, Alemania, que con el 12,5%

## COYUNTURA

### Las aerolíneas 'low cost' crecen un 1%

Entre enero y febrero de 2020 España recibió 10,9 millones de pasajeros internacionales, un 2,2% más que en el mismo periodo del año anterior. El tráfico de pasajeros internacionales de aerolíneas de 'bajo coste' acumuló un incremento interanual del 1%, mientras que las compañías tradicionales tuvieron un mayor avance (+3,7%). En estos dos meses, el 75,1% del total del flujo aéreo provino de la Unión Europea.

### Llegada de pasajeros según meses 2016-2020



Fuente: TurEspana.

© NEXOTUR

del total y 731.130 millones de viajeros en *low cost*, registra la caída más acusada de pasajeros hasta febrero con un descenso del 11,6%. Por otro lado, a llegada de pasajeros internacionales desde Francia (8% del total) en febrero aumentó interanualmente un 6,4%, beneficiando a la mayoría

de las Comunidades autónomas, destacando Canarias, la Comunidad Valenciana y Andalucía

En febrero, las aerolíneas de bajo coste transportaron a algo más de tres millones de pasajeros, lo que supuso un 2% más con respecto al mismo mes del pasado año. Las compañías tradicionales

trasladaron a 2,4 millones de pasajeros, 3,3% más que en 2019.

El aeropuerto de Barcelona-El Prat acaparó el 26,7% del total de viajeros en *low cost* hasta febrero, con un incremento del 0,8% llegando a 1,5 millones de pasajeros. En segunda posición, el aeropuerto de Adolfo Suárez Madrid-Barajas, con el 13,2% del flujo de pasajeros en compañías *low cost*, al transportar 772.303 pasajeros, lo que supone una caída del 2,9% frente al mismo periodo de 2019. El mayor descenso de pasajeros se produjo en el aeropuerto de Palma de Mallorca, que registró una caída del 7,6% hasta febrero.

### Comunidades autónomas

Por Comunidades, Cataluña aglutinó en los dos primeros meses del año el 27,3% de los pasajeros de bajo coste llegados a España, lo que supone más de 1,5 millones de pasajeros, un 0,7% más que el pasado año. Le siguió Canarias con el 20,6% de los viajeros de bajo coste, 1,2 millones, un 1,8% más. No obstante, cabe destacar que Andalucía fue la Comunidad que registró la mayor subida hasta noviembre, un 12% más de pasajeros de 'bajo coste' respecto al mismo periodo de 2019 con 7,56 millones, el 15,1% del total de pasajeros llegados a España.

Entre las Comunidades autónomas con más pasajeros *low cost*, la Comunidad Valenciana fue la que más creció respecto a febrero de 2019, por el contrario Islas Baleares fue la que más descendió.



Date de alta  
en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana  
en tu email

**NEXOTUR**

AGENCIAS DE VIAJES

Ciudadanos quiere hacer una Carta del Turismo Sostenible

Las huelgas de controladores europeos cuestan 12.000 millones de euros

Aumenta el uso de 'chatbots' en las reservas de viajes

Fomento sugiere a las aerolíneas que bajen los precios

¿Cuál es el mejor momento para reservar vuelo?