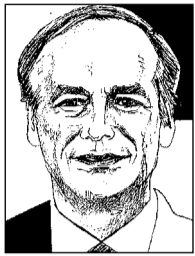




**ZURAB  
POLOLIKASHVILI**  
**Un fuerte descenso**  
PÁG. 8 / OMT estima que el Turismo caerá más del 70%



**VICENTE  
FENOLLAR**  
**Impulsar el Turismo**  
PÁG. 11 / El acuerdo de fusión sigue adelante pese a la pandemia



**ENCARNA  
PIÑERO**  
**Unir sus fuerzas**  
PÁG. 5 / Soltour y Smytravel presentan un nuevo operador turístico



**RICHARD  
VOGEL**  
**Progresiva recuperación**  
PÁG. 9 / Pullmantur procede a los reembolsos por las cancelaciones



**RAFAEL  
GARCÍA**  
**Cierre lógico**  
PÁG. 9 / El cierre temporal de sus agencias "no es una mala noticia"

## Las agencias necesitan 'ayudas directas para el Sector más afectado por la crisis'

Califican como 'insuficiente' el Plan de Refuerzo del Gobierno central

Las medidas del Plan de Refuerzo para la hostelería, el Turismo y el comercio lanzado por el ejecutivo central son calificadas como "insuficientes" por el presidente

de CEAV, Carlos Garrido. Insiste en la "necesidad de aprobar un paquete que incluya ayudas directas para el Sector más afectado por la crisis".



José Luis Méndez preside UNAV.

### UNAV: 'Estamos muy sobrepasados'

"Las ventas son en torno al 15% de 2019, y se puede pasar al ERE o concurso de acreedores fácilmente si no llegan ayudas". Pág. 4

### El Sector quiere cambiar la ley de viajes combinados

El gabinete jurídico de GEA ha preparado un informe que analiza la Ley de Viajes Combinados y su necesaria modificación. Pág. 7

**Club NEXOTUR**  
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 43

El Plan de Refuerzo para la hostelería, el Turismo y el comercio del Gobierno de Sánchez no convence. Como destaca el presidente de CEAV, son soluciones "insuficientes". Una de las medidas que más destaca es que las agencias podrán utilizar los créditos del Instituto de Crédito Oficial (ICO) para reembolsar a los clientes los viajes can-



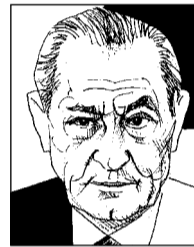
Carlos Garrido

celados por el Covid-19. Para Garrido "los ICO no son suficientes para recapitalizar". Para el presidente de CEAV "es necesaria la aprobación de un paquete que incluya ayudas directas para el Sector más afectado por la crisis". E insiste una vez más en exigencias que ya han realizado durante la pandemia. **Escapate en pág. 8**

## Hidalgo: 'Es mentira que Air Europa haya sido rescatada'

No ha recibido 'ni un céntimo de dinero público'

"No hay ningún rescate, Air Europa no ha recibido ni un céntimo de dinero público", asegura el presidente de la compañía aérea y de Globalia, Juan José Hidalgo, aclarando que "es un crédito a seis años, concedido con un interés normal de mercado, la mitad como préstamo participativo que está avalado por Globalia y que, como es lógico, tenemos que devolver". Confirma así a NEXOTUR, el



Juan José Hidalgo

acuerdo de venta de Air Europa a Iberia, "que lleva mi hijo Javier, por 500 millones de euros, que no se pagarán al contado". La valoración de la aerolínea se realiza "en función de los resultados de la compañía" y, a raíz del desplome de ingresos por la pandemia, "ha habido que descontar las pérdidas" del precio de 1.000 millones fijado entre las partes. **Escapate en pág. 5**

## El Digital Nexotur.com bate récord y supera los cuatro millones de páginas vistas en 2020

Nuevo récord de la Plataforma Digital de Turismo del Grupo NEXO, según Google Analytics. En 2020 se incrementó en más del 40% el número de páginas vistas, registrando 4,1 millones. "Suma 1,2 millones más de páginas vistas en 2020, superando ya ampliamente los cuatro millones y demostrando que nuestros lectores navegan por los cuatro medios de la plataforma (Nexotur.com, Conexo, NexoHotel y Nexobus), accediendo

a más de cinco noticias por sesión", destaca el presidente del Grupo NEXO y director de NEXOTUR.

Más relevante es el crecimiento del tiempo medio de duración de cada sesión, al aumentar en más de un tercio (cuatro minutos adicionales), situándose en 16:20 minutos durante 2020. "Un cuarto de hora de lectura confirma a Nexotur.com en ejemplo de Prensa de calidad", según De Quesada.

### Número de páginas vistas del Digital Nexotur.com



Fuente: Google Analytics.

© NEXOTUR

**12 Tomos**

## Análisis de Actualidad del Turismo y Agencias de Viajes en España

# NEXOTUR

Más de 6.300 páginas

PVP: 9€ Cada Volumen  
PVP: 98€ Colección Completa

**solicite su ejemplar o colección:  
suscripciones@nexotur.com**

‘Más del 80% de las consultas resueltas en los últimos meses desde la asesoría jurídica de UNAV corresponden a dudas relacionadas con la ley de viajes combinados’, asegura la responsable de la Asesoría Jurídica UNAV Legal-Deiurem

TRIBUNA



M. DOLORES SERRANO

## Rumbo hacia lo desconocido

**P**OR OBVIO QUE resulte, no es exagerado decir que el sector de las agencias de viajes está pasando por un momento crítico. Ni los peores presagios podrían prepararnos para lo que se viene viviendo desde el pasado mes de marzo.

La Covid no sólo amenaza a algo tan preciado como la salud de todos, sino que ha traído consigo —y todo indica que, por una larga temporada— una crisis económica que cada vez cobra mayor magnitud. Ello a pesar de los medios arbitrados por las Administraciones para paliar las consecuencias negativas que sufren las empresas, aunque sin dedicar, incomprensiblemente y lejos de toda razón, un capítulo específico al turismo a pesar de ser un pilar de la economía de este país.

Sin olvidar la normativa de viajes combinados que, desde finales de 2018, representa todo un desafío operativo y legal al instaurar un régimen jurídico con obligaciones a cargo de los operadores superiores al estándar comunitario al que debía homologarse. De hecho, más del 80% de las consultas resueltas en los últimos meses desde la asesoría jurídica de UNAV corresponden a dudas relacionadas con esta ley, lo que no hace sino reforzar nuestro firme propósito de hacer todo aquello que esté en nuestra mano para propiciar un cambio de este cuerpo legal.

Así las cosas, no es infrecuente leer en prensa, especializada o no, esa realidad que nos toca afrontar: cancelaciones de vuelos/viajes, necesidad de instrumentar soluciones urgentes a clientes en destino, problemas con prestadores de servicios, reclamaciones

a deshacer las pocas ventas que hubieran podido materializar.

Hoy más que nunca es fundamental contar con soluciones legales específicas a problemas derivados de la pandemia. Está en juego la propia supervivencia del sector, entendido como un ecosiste-

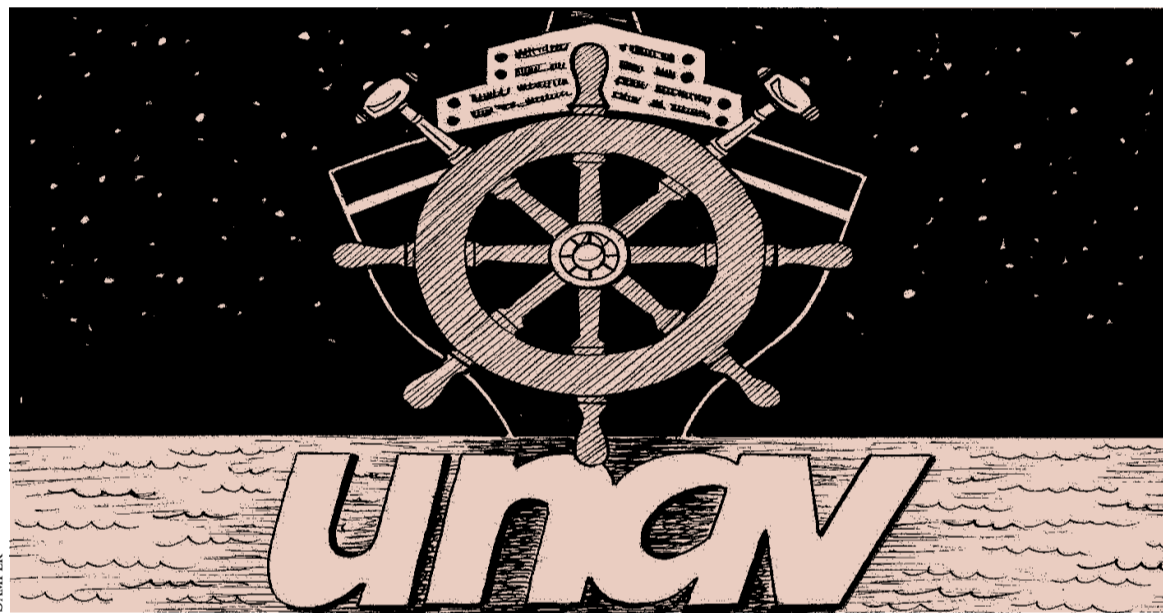
a aseguradoras y a prestadores de servicios, gestionar cancelaciones de viajes, optimizar los servicios de atención al cliente y, desde luego, renegociar contratos atendiendo a la variable Covid-19. Para ello es imprescindible contar con expertos en el sector. Profesio-

debe experimentar el sector en su vertiente legal. Una transformación que sensibilice a todos los intervinientes en el mismo de la importancia de conocer aspectos fundamentales para cada una de las empresas y que, en paralelo, permita desarrollar acciones preventivas de manera que a la vez que afrontamos nuestros problemas actuales —y tratamos de encontrar la mejor solución para nuestras circunstancias— también nos preparemos para el futuro que viene.

Dentro de esta línea de trabajo, a finales de 2020 llegamos a un acuerdo con el despacho de abogados DWF-RCD, referente en el asesoramiento jurídico integral, para la puesta en marcha de un servicio preventivo de análisis y diagnóstico dirigido a las agencias de viajes. Este servicio que permite ofrecer un punto de vista experto y objetivo sobre el estado de la agencia, así como formular recomendaciones para la toma de decisiones en los siguientes pasos a dar, de modo que se puedan adoptar las medidas más idóneas para mejorar la viabilidad.

Efectivamente, la suma de todos los implicados en el sector, debidamente asesorados, es la única garantía para adentrarse en los tiempos venideros y tener opciones. Sin duda, debemos avanzar todos juntos.

☞ **M<sup>a</sup> Dolores Serrano** es responsable Asesoría Jurídica UNAV Legal - Deiurem.



de viajeros, y un largo etcétera. A ello se suma la gran incertidumbre legislativa que nos acompaña en los últimos tiempos y que, debido a las medidas restrictivas a la movilidad, obliga a los agentes

de pequeñas y grandes agencias en interdependencia, pues todos deberían ser capaces de contar con las herramientas para salir adelante.

Llega el momento de comunicar créditos concursales, reclamar

nales que entiendan sus concretas particularidades.

En UNAV estamos trabajando ya en todos y cada uno de estos retos. Pero nos hemos propuesto, además, liderar esa reforma que

## El sector tiene futuro

**A**PESAR DE LAS coyunturas adversas que hemos atravesado en estas dos décadas (y no solo la actual, por muy cruda que esté siendo), o de la revolución digital, que ha obligado a todos a readaptarse, NEXOBUS se mantiene firme en su apuesta por una línea de trabajo de rigor, conocimiento y honestidad, lo cual merece todo mi reconocimiento, respeto y aplauso.

Han sido muchos los cambios que hemos presenciado en estos 20 años. Algunos ni podíamos imaginarlos allá por el cambio de milenio. En 1998 se produjo la descontingentación de las autorizaciones de transporte, dando como resultado un proceso de redimensionamiento de las empresas. En 2000, el Sector estaba compuesto por 4.500 compañías y una flota de 34.000 unidades, hoy se han convertido en 3.180 empresas



☞ RAFAEL BARBADILLO

y casi 42.000 vehículos. De los menos de cinco unidades de media por empresa, hemos pasado a 13, por los sucesivos procesos de concentración, fusiones y compras.

También la tecnología ha experimentado un gran cambio. Hace 20 años la venta por Internet era casi inexistente, por poner un ejemplo, pero buscando siempre la seguridad y la confianza por parte del cliente, se ha convertido hoy en algo imprescindible. Y hemos visto la llegada de los SAE, de la monética, de la geolocalización, de los sistemas de seguridad embarcados, de los cinturones, de las apps, de motores y energías más limpios y eficientes, entre otros. A todo esto, debemos añadir el factor humano. Ahora, los conductores son mucho más profesionales, llevan una vida más saludable y tienen una formación específica claramente mejor.

Y, en estas, nos encontramos con una pandemia a nivel mundial que, lo primero que hace, es restringir la movilidad. Para nuestro Sector, eso se traduce en crisis, que a su vez provoca redimensionamiento del mercado y de las empresas, reducción del tamaño de las empresas, incremento de la deuda... Espero que a finales de 2021 veamos los primeros signos claros de recuperación, pero me temo que tardaremos por lo menos cinco años en volver a los niveles normales de actividad que conocíamos hace apenas unos meses.

Si hablamos de segmentos de actividad, el escolar está volviendo a la normalidad. No están existiendo problemas de seguridad en la vuelta al cole, y esa es una gran noticia. Sin embargo, si no es complementado con las actividades escolares u otro tipo de servicios carece de rentabilidad. En cuanto al regular de uso general (incluido el urbano), está soportando una caída de la demanda superior al 50%, mientras que

los servicios discrecionales, por desgracia, no están trabajando ni al 10% de sus posibilidades, e incluso algunas empresas ni siquiera han reiniciado su actividad.

Por todo ello, Confibus entiende que no puede esperar a los acontecimientos, y ha elaborado un Plan de Reconstrucción y Resiliencia, que propone una serie de medidas en aras de mejorar la eficiencia y el servicio. Sin entrar en detalles, entendemos que hay que fomentar el empleo, la digitalización, el servicio público y la transformación ecológica (el 5G será de gran ayuda en este sentido). Tenemos que hacer todo lo posible por mantener la estructura sectorial.

Todos sabemos que las ayudas europeas van a llegar, pero que solo se pueden aplicar, a día de hoy, a proyectos de inversión. No sirven para pagar deudas o financiación. Por eso, es necesario que el Gobierno continúe con las ayudas al sector a llegar hasta el momento en que podamos volver a trabajar con normalidad.

Porque el Sector tiene futuro. De eso no tengo ninguna duda. El papel del autobús ha sido esencial en la movilidad y el bienestar social, y creo que lo será aún más cuando todo esto termine y se reactive el turismo. Por su flexibilidad, capilaridad y respeto por el medio ambiente jugará un papel capital en la recuperación. Estoy convencido.

Casi tanto como de la necesidad de unidad sectorial para seguir adelante, más si cabe en estos momentos. Sembrar discordia no parece lo más recomendable en estos momentos, sino remar juntos, aparcar las diferencias y mirar hacia el futuro con optimismo.

Recuperemos la confianza del viajero, impulsemos el transporte público como solución segura a la movilidad y demos la capacidad de reacción y adaptación a las circunstancias que siempre hemos tenido. Juntos, saldremos también de esta.

☞ **Rafael Barbadillo** es presidente de Confederación de Transporte en Autobús (Confibus).

# 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 GALLEGO ALIAS (TRANSPORTES), SALVADOR HERNÁNDEZ-BORIA (DESARROLLO), ANNA GONZÁLEZ (HOTELERÍA), PABLO GARCÍA DIEGO (EVALU@NET), JOSEP MARQUÉS (OPINIÓN), JOSÉ M<sup>a</sup> SORIA (INDICADORES), BELÉN PÉREZ (EVENTOS), IGNACIO SAMPER (ILUSTRACIÓN), MAMEN MARTINEZ DE QUESADA (DISEÑO) Y ENRIC ARENOS CORTÉS 'QUIQUE' (HUMOR).  
**COLUMNISTAS:** ISABEL ALBERT PIÑOLÉ, Dr. VENANCIO BOTE, ANTONIO CABALLOS, MÓNICA FIGUEROLA, COVADONGA GONZÁLEZ QUIJANO, MANUEL FIGUEROLA PALOMO, ENRIQUE HERNÁNDEZ, JUAN CARLOS MAÑAS, CLAUDIO MEFFERT Y FRANCISCO VÁZQUEZ  
**CONSEJEROS (DIRECTORES):** FRANCISCO VÁZQUEZ Y CLAUDIO MEFFERT

**NEXO**  
editores s.a.

**REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN**  
P<sup>o</sup> REINA CRISTINA 6. 1<sup>o</sup>. 28014 MADRID  
TELÉFONO: + 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 INFORMÁTICA 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) / TODOS LOS 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**

## Un Sector hibernado, pero unido

Las agencias, hibernadas. Al igual que ocurrió en septiembre, tras el fin de una temporada de vacaciones con freno y marcha atrás, superada la *resaca* navideña (con el *plus* de una nevada histórica), llega una durísima cuesta de enero.

Una *cuesta* que se prolongará hasta febrero y marzo, sin que pueda descartarse que incluya a abril, mayo y junio. Y que llega con las agencias exhaustas, después de diez meses de 2020 en los que la facturación se redujo al 10%. Habiendo consumido las reservas e incrementado su endeudamiento, hasta niveles sin precedentes en la historia del Sector.

De la ampliación de los ERTE (y de las prestaciones a los trabajadores autónomos) hasta junio depende el futuro inmediato.

Pero la realidad es que este dopaje del empleo sectorial supone una pérdida de más de la mitad de los ingresos para la gran mayoría de agentes, ya que a la caída del ingreso en nómina debe sumarse la pérdida de incentivos, que es parte esencial de su remuneración.

Una grave merma económica que los agentes comparten con la mayoría de sus proveedores, incluidos grandes transportistas. Téngase en cuenta que la dirección de la compañía Iberia (del presidente a los jefes de área), perciben desde el inicio de la pandemia menos de un tercio de sus ingresos. Ingresos que ya no eran lo que fueron.

¿Y qué decir de las escuálidas prestaciones de muchos profesionales autónomos con contrato mercantil, cuyos ingresos han caído dramáticamente o quedan en paro?...

¿O de los empresarios, que han avalado personalmente créditos y ven peligrar, incluso, el domicilio familiar?

La mezcla de frustración y desesperación que sufren la mayoría de los agentes justifica sobradamente que este comprensible malestar haya salido a la calle a hacerse oír. El problema es que el tamaño de este Sector es el que es.

Y el resultado de estas protestas, aunque sirvan para canalizar su más que justificada frustración, es proporcional a una actividad que tenía 60.000 trabajadores antes de la pandemia, que a diferencia de las grandes industrias, no se concentran en torno a unos pocos y grandes centros de producción, al estar repartidos por toda España.

El Sector ha tenido una constante interlocución con el Gobierno, aunque nuestra ministra pinte más bien poco.

Pese a quienes disparan contra el Asociacionismo, de manera injusta y en un ejercicio de populismo que recuerda más a políticos demagogos que a profesionales del Sector, los agentes deben felicitarlos por contar con unidad asociativa y con unos colectivos como los que tiene. Tanto en los Grupos comerciales, que aportan competitividad a los agentes de viajes independientes, como en las Asociaciones empresariales, que velan y representan al Sector con dignidad.

Precisamente ahora que las agencias hibernan forzosamente —ante la ausencia casi total de ingresos— CEAV y las Asociaciones, al igual que los Grupos comerciales, siguen al pie del cañón, luchando contra los elementos y sin permitirse caer en el desánimo, poniendo lo mejor de sus directivos y gerentes en la defensa de los agentes.

Y decir lo contrario, además de injusto, sería mentir. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

*La travesía en el desierto que va a suponer la primera mitad de 2021, sumada al agotamiento de 2020, es el mayor reto que las agencias han asumido a lo largo de más de un siglo de existencia*

### ▲ CHECK-IN / ESTRATEGIA DE IBERIA

#### Vuela, pero seguro

Iberia se ha unido con Allianz Travel y con Quirón Prevención para ofrecer a sus clientes productos que aseguren una mayor seguridad y tranquilidad. Por un lado, Allianz ofrece una póliza que cubre la anulación, gastos médicos y hospitalarios, traslado o repatriación sanitaria y gastos de prolongación de estancia en destino causados por el Covid-19.

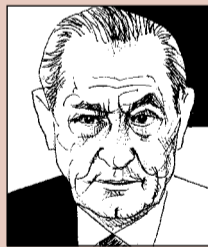
Además, los asegurados cuentan con servicio de teleasistencia médica (en español y en inglés), que está disponible 24 horas del día y 7 días de la semana. Asimismo, Quirón Prevención proporciona asesoramiento personalizado ("sin esperas y a los mejores precios"), para realizar las pruebas PCR. Precio: 90 euros la PCR o 40 euros test de antígenos.

La contratación del seguro se puede formalizar desde la web [www.magroup-online.com/WL/IBA/ES/es](http://www.magroup-online.com/WL/IBA/ES/es), y durante la compra del billete de avión o en el momento del *check-in* previo al vuelo, en la web de Iberia. El cliente puede elegir el tipo de póliza entre tres posibilidades: asistencia, cancelación o ambos. Igualmente, el acceso a las pruebas PCR se podrá realizar solicitando cita previa vía telefónica o por la página web de Quirón Prevención.

Y es que la aerolínea española quiere garantizar que los clientes viajen tranquilos en la campaña de precios que acaban de lanzar. Así, ofrece billetes entre distintas ciudades de la Península desde solo 18 euros por trayecto, a Baleares también desde 18 euros y a Canarias desde 28 euros. En vuelos europeos los precios rondan los 29 euros por trayecto y a América desde 99 euros. Además, todos los billetes tienen flexibilidad para cambio sin coste.

### ★ PERSONAJE DE LA SEMANA / J. José Hidalgo

El presidente de Globalia, Juan José Hidalgo, rompió un año de silencio con unas declaraciones a NEXOTUR en la que rechaza que Air Europa haya sido rescatada por el Estado, al tratarse de préstamos avalado por sus empresas,



que incluyen sus centrales como garantía. Hidalgo ejemplifica el sufrimiento de los agentes de viajes y proveedores, sean corporaciones o pymes, ante una situación crítica, que afecta a todos, al margen de tu tamaño o situación.

### 🔥 LA CHISPA / Quique



### ▼ CHECK-OUT / BUSINESS TRAVEL

#### ¿Tiene futuro el MICE?

Aunque la videoconferencia adquiere protagonismo, los viajes de negocios seguirán siendo necesarios para cerrar acuerdos y negociaciones, según todas las fuentes consultadas, incluyendo las empresas.

**Caída del 95% en la crisis sanitaria.** Los viajes corporativos han sufrido una caída del 95% durante la pandemia, pero se espera alcanzar los niveles anteriores a la crisis en 2023.

**Seguridad sanitaria y confianza.** La clave de la recuperación del MICE está en reestablecer la confianza en las empresas y sus empleados antes y durante sus viajes con protocolos de salud y seguridad. La repercusión de la crisis ha impactado considerablemente tanto en los viajes como en eventos corporativos, paralizándolos y reduciéndolos prácticamente en su totalidad. Sin embargo, los viajes corporativos no desaparecerán.

**Contactos y networking.** De hecho, el viaje de negocios es indispensable para lograr negociaciones o acuerdos que a través de una videoconferencia podrían resultar más complicados de cerrar, y por tanto no son sustituibles por los encuentros *online*.

"Si bien el sector podría tardar un par de años en recuperarse completamente, en ningún caso se espera que la empresa prescindan de los viajes de negocio" según Santiago Montero, CEO de Aervio, una plataforma para gestión de viajes corporativos. No obstante, las compañías están comenzando a revisar sus políticas de viaje y establecer nuevos criterios para justificarlos.

La fortísima caída del viaje de negocios y del MICE es un hecho, pero tiene futuro a medio plazo.

«Estamos completamente sobrepasados / Las reservas serán nulas en la mayoría de destinos / De no llegar ayudas directas, se verán cierres masivos de agencias / Hemos cumplido nuestras expectativas con el Foro Turístico / La gran mayoría de las ventas son entre el 10%-15% del año pasado / Sin test de antígenos, será difícil la recuperación»

## «No parece que vaya a haber ningún signo de recuperación a corto plazo»

José Luis Méndez / Presidente de UNAV

El presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) ha concedido una entrevista a NEXOTUR, donde ha vuelto a advertir de la grave situación que atraviesan las agencias de viajes. Destaca que sin ayudas directas, muchas se verán abocadas al cierre y no visualiza una salida de los ERTE a corto plazo. Por esto motivo, no espera una reactivación hasta verano, cuando cree que gran parte de la población mundial ya estará vacunada.

**P.- ¿Cuál es la situación de las agencias de viajes actualmente?**

**R.-** Francamente, muy mala. Estamos completamente sobrepasados al límite permitido. Son ya muchos meses sin vender y con gastos, y la situación actual es insostenible.

**P.- ¿Se observa algún tipo de signo de recuperación en estos momentos de la pandemia?**

**R.-** Desgraciadamente, no parece que vaya a haber ninguno a corto plazo, y posiblemente hasta la próxima temporada de verano, consideramos que no se observará ningún signo positivo.

**P.- ¿Cuál es el grado de confianza de los viajeros? ¿Han observado algún repunte de las reservas durante la temporada de Navidad?**

**R.-** Con motivo de las restricciones y la temporada de invierno y Navidad, las reservas serán nulas en casi la totalidad de los destinos.

**P.- ¿En qué están insistiendo desde UNAV para favorecer la recuperación del Sector Turístico? ¿Qué están pidiendo?**

**R.-** Seguimos pidiendo suprimir la prueba de PCR, siendo válida la prueba de antígenos. También continuamos demandando ayudas directas a fondo perdido, ICO con hasta 12 meses de carencia y subvención mínima de los intereses. Algo que es completamente necesario es la prolongación de los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) para evitar Expedientes de Regulación de Empleo (ERE) haciéndolos flexibles y sin penalización por reducción de plantilla.

Igualmente, la reducción hasta finales del próximo año 2022 del Impuesto del Valor Añadido (IVA) para incentivar los viajes; establecer corredores seguros y que se establezca una voz única europea para unificar los distintos criterios de los distintos ministerios. Finalmente, también exigimos otorgar ayudas máximas a los autónomos.

**P.- ¿Esperan que lleguen ayudas directas a las agencias?**

**R.-** De no llegar, se verán cierres masivos. Quisiera entender que el Gobierno tendrá la sensibilidad suficiente para invertir más que para gastar en las agencias de viajes que tanto hemos aportado siempre a las arcas del Estado. Estamos seguros de que cuando podamos empezar a ejercer nuestra actividad volveremos a pagar impuestos, seguros sociales, Impuesto de Sociedades (IS), IVA, Impuestos sobre Bienes Inmuebles (IBI), y el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE).

**P.- ¿Qué sensaciones le ha dejado el I Foro de Turismo celebrado en las Canarias? ¿Se han cumplido los objetivos y expectativas?**

**R.-** Pues francamente muy buena. Recuperamos la sensación de viajar y de hacer eventos dentro de la nueva modalidad de prudencia y con todas las medidas de seguridad pertinentes. Igualmente, hemos demostrado que existe y existirá una motivación innata de viajar por diferentes motivos.

Amén de los grandes profesionales que nos hemos dado cita tanto en Gran Canaria como en la sede de Madrid de CEOE/CEIM y que tanto

tienen que transmitir al Sector con los problemas que nos preocupan y posibles soluciones a los mismos. Realmente creemos que sí hemos cumplido las expectativas, por las innumerables felicitaciones tanto de nuestro Sector como

## Gran acogida del Congreso de UNAV

Pues francamente, la acogida del Foro turístico de UNAV ha sido muy buena. Considero que provocamos la recuperación de la sensación de viajar y de hacer eventos dentro de la nueva modalidad de prudencia, y con todas las medidas de seguridad pertinentes. Igualmente, hemos de-

mostrado que existe y existirá una motivación innata de viajar por diferentes motivos.

Todo esto ha sido posible amén de los grandes profesionales que nos hemos dado cita tanto en la isla de Gran Canaria, así como

de CEOE/CEIM y que tanto tienen que transmitir al Sector Turístico con los problemas que nos preocupan y posibles soluciones para los mismos.

Realmente creemos que sí que hemos cumplido nuestras expectativas, en la sede de Madrid

basándonos principalmente en las innumerables felicitaciones tanto de nuestro Sector como del Convención Bureau de Gran Canaria y el Gobierno del Cabildo de Gran Canaria, así como por la enorme participación activa que hemos tenido por parte de los numerosos agentes de viajes que nos han acompañado.



© JOSÉ LUIS MÉNDEZ

por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Organización Mundial de la Salud (OMS); hacer rutas y corredores seguros y ayudas de los fondos europeos para las agencias y empresas del Turismo para salir todos en conjunto. De las situaciones difíciles se sale entre todos, no salvando a parte de unos en perjuicio de otros.

**P.- ¿Cómo valora la introducción de los test TMA en origen además de los PCR? ¿Cree que finalmente se introducirán las ansiadas pruebas antígenos?**

**R.-** De no introducir los test de antígenos será mucho más difícil llegar a la recuperación, a menos que las pruebas PCR sean subvencionadas. Son más caras que los billetes e insisto en que no se puede beneficiar a un sector perjudicando al otro. Carece de sentido que estando todos los países europeos en situaciones de contagios similares se te siga obligando a afrontar un coste excesivo.

**P.- ¿Cree que las nuevas herramientas lanzadas por el Gobierno, como Dataestur o la estrategia Travel Safe tendrán un efecto positivo? ¿Considera que incentivarán los viajes?**

**R.-** Todo lo que se haga en pro del Turismo es bien recibido, pero sin si no se aplica lo comentado en las preguntas anteriores, esto por sí solo no aportará nada.

**P.- ¿En qué situación se encuentra la problemática de los reembolsos con los proveedores?**

**R.-** Seguimos esperando los numerosos reembolsos de las compañías aéreas. Aunque es verdad que algunas ya van reembolsando en un 70%, la gran mayoría siguen haciendo caso omiso y sin devolver, así como cruceristas que van muy lentos y no están siendo cumplidores con sus contratos.

**P.- ¿Qué previsiones tienen para los próximos meses con la llegada de la esperada vacuna? ¿Los viajes podrán llegar a remontar de cierta manera?**

**R.-** A corto plazo, negativas. Si la vacuna va haciendo su efecto y la mayoría de la población se vacuna se entiende que en junio se verá algo de esperanza y se preverá algún tipo de recuperación en la parte de corta distancia, playa y ciudades del centro de Europa.

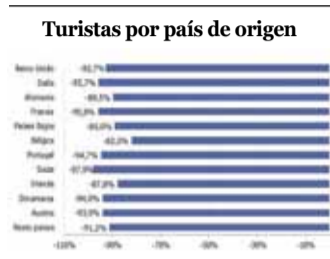
**P.- Todo apunta a que la recuperación podría iniciarse en Semana Santa de 2021, ¿Cuáles son sus sensaciones? ¿Barajan desde UNAV alguna fecha para que el inicio de la recuperación pueda hacerse efectiva?**

**R.-** Básicamente, esperamos que ocurra lo indicado anteriormente. No somos tan optimistas. Muy a nuestro pesar, sin vacuna no hay viajes y hasta junio septiembre no habrá una población vacunada similar al resto de Europa y las agencias con el Turismo de canaria no pueden vivir.

# ESCAPARATE

## Desciende más del 90% las llegadas vía aérea

En noviembre han llegado 547.963 pasajeros de aeropuertos internacionales, un 90,4% menos. El 43% en una compañía 'bajo coste', un 92,3% menos. El 57% en una tradicional, un 88,2% menos. **Pág 48**



## El Turismo caerá cerca de un 75% en el año 2020

La OMT prevé una caída de entre un 70%-75% en llegadas internacionales para 2020. De ser así, el Turismo mundial acumularía 1.000 millones de llegadas menos y una pérdida de 0,9 billones de euros en ingresos. **Pág 8**



## Un 14% menos de afiliados en Turismo en noviembre

Los afiliados en alta laboral vinculados a actividades turísticas han caído un 14,1% en noviembre, con 2.072.088 afiliados a la Seguridad Social. Supusieron el 10,9% del total de afiliados. **Pág 7**

### PRONTUARIO

#### ¿Es cierto lo que está ocurriendo?

**M**IS PREGUNTAS VAN dirigidas a defender el receptor turístico español, aunque todo tiene un tinte político y desde luego humano y sanitario. Corrijanme si no es cierto.

¿Es verdad que a los inmigrantes que vienen en pateras a nuestras playas no se les hace la prueba del Covid-19?

¿Es verdad que en Canarias los alojan en hoteles de cinco estrellas? Ya sé que están cerrados, pero así y todo.

¿Es verdad que los están distribuyendo por la península?

¿Cómo se pagan el viaje? Esta pregunta es más política pero también me gustaría saberla.

¿A quién le puede beneficiar semejante despropósito?

Desde luego a la imagen que damos para atraer turistas o participantes en congresos y ferias no es el más adecuado por decirlo de manera educada.

Los turistas, que son los que nos dejan los beneficios económicos y laborales que tanto necesitamos en nuestra querida España, se les obliga a presentar un PCR negativo antes de embarcar. Si no, les hacen una prueba aquí y con el resultado, o los devuelven a su destino de origen o tendrán que estar en cuarentena. Todo ello es un claro signo de seriedad profesional por nuestra parte. Que el estado cuide a sus ciudadanos y proteja nuestras fronteras Schengen es lo menos que podemos esperar.

¿Y los inmigrantes? Resulta que están todos sanos. Vienen de países donde el control sanitario debe de ser muchísimo más eficiente que el nuestro. ¡Ah, menos mal!

Ahora estoy más tranquilo. Claudio Meffert es director del Consejo Asesor de CONEXO.

# ‘Es mentira que Air Europa haya sido rescatada’, asegura Juan José Hidalgo

‘Air Europa no ha recibido ni un céntimo de dinero público’, afirma el presidente de Globalia

El presidente de Globalia Corporación Empresarial, Juan José Hidalgo, niega tajantemente a NEXOTUR desde República Dominicana que

“haya rescate” de Air Europa y confirma la venta de la aerolínea a Iberia por 500 millones de euros. “Air Europa no ha recibido ni un

céntimo de dinero público”, afirma con rotundidad, aclarando que “es un crédito a seis años, concedido con un interés normal de mercado”.

“Air Europa no ha sido rescatada”, asegura el presidente de la compañía aérea y de Globalia, Juan José Hidalgo, “eso es mentira”. “No hay ningún rescate, Air Europa no ha recibido ni un céntimo de dinero público”, afirma con rotundidad, aclarando que “es un crédito a seis años, concedido con un interés normal de mercado, la mitad como préstamo participativo que está avalado por Globalia y que, como es lógico, tenemos que devolver”.

El fundador, presidente y propietario de la mayoría del accionariado del primer grupo turístico español confirma a NEXOTUR el acuerdo de venta de Air Europa a Iberia, “que lleva mi hijo Javier, por 500 millones de euros, que no se pagarán al contado”. La va-

loración de la empresa se realiza “en función de los resultados de la compañía” y, a raíz del desplome de ingresos causado por la pandemia, “ha habido que descontar las pérdidas” del precio de 1.000 millones fijado entre las partes.

#### El pago no será al contado

Aunque están cerrándose los últimos flecos de la operación, el acuerdo de compraventa —confirmado ahora expresamente por Hidalgo— asegura el futuro de la compañía aérea, aunque se ignoran las intenciones del comprador sobre la continuidad o no de la marca, y consolida el gran hub de Madrid en la T4 de Barajas, objetivo estratégico de Iberia y



Juan José Hidalgo con sus tres hijos Javier, María José y Cristina y la madre de estos, con los editores de NEXOTUR.

del grupo IAG. Hub y slots, especialmente en el largo radio hacia y desde Iberoamérica, en vuelos de

larga distancia, que es la parte más rentable del negocio y un objetivo fundamental para Iberia.

# Soltour y Smytravel crean un operador turístico

Piñero: ‘Esta alianza se enmarca en el objetivo permanente de avanzar en todos nuestros negocios’

Nace un nuevo operador turístico. Smytravel, el turoperador online de Logitravel Group, y Soltour, de Grupo Piñero, han anunciado su unión para consolidar bajo una misma enseña el producto especializado de Soltour y la tecnología de Smytravel para la distribución del producto vacacional y su amplia oferta de destinos a nivel mundial. Esta nueva alianza, nace con una marcada vocación de ofrecer un producto de calidad, dinámico e innovador. “En una industria turística en evolución, Smytravel es el compañero de viaje perfecto para diseñar un producto con la vanguardia tecnológica que demanda el mercado”, ha señalado la vicepresidenta y CEO de Grupo Piñero, Encarna Piñero.

Por su parte, el copropietario y miembro de la familia funda-

dora de Logitravel Group, Javier Andrés, ha destacado que “ambas compañías vamos a complementarnos a la perfección”, porque “Soltour tiene un gran abanico de producto en España y Caribe, que se sumará a nuestro amplio catálogo de productos dinámicos a destinos de todo el mundo y a la tecnología turística más innovadora del Sector”. “Esta alianza nos permite dar el paso definitivo en nuestra firme apuesta por el Turismo Business to Business (B2B); además de configurar un nuevo player en la industria de relevancia internacional”, añade.

#### Avanzar en todos los negocios

Por otra parte, Piñero ha manifestado que “esta alianza se enmarca en el objetivo permanente de avanzar

en todos nuestros negocios”, a lo que añade que “sin duda esta joint venture encaja a la perfección con nuestro firme compromiso con los ejes estratégicos en los que se basa nuestra compañía: digitalización, innovación y desarrollo y sostenibilidad”. En este sentido, insiste en que “se trata de una clara muestra de que queremos seguir formando parte activa y relevante de la evolución del Sector”.

Concretamente, Encarna Piñero se situará a la cabeza del nuevo operador. Asimismo, los principales directivos de ambas entidades, como el CEO de Logitravel Group, Tomeu Benassar, que actuará como director general de la alianza; el responsable de turoperación de Logitravel Group, Diego Rosales; y el director general de Soltour, Javier Castillo, junto con sus equipos, serán los



La vicepresidenta y CEO de Grupo Piñero, Encarna Piñero.

encargados de liderar este proceso de integración. Para ello, ya han comenzado a definir la hoja de ruta, que se hará efectiva tras las pertinentes autorizaciones regulatorias.

# La reactivación del Turismo se producirá en el segundo trimestre de 2021, cuando gran parte de la población esté vacunada

Durante el Foro UNAV se ha concluido que la Ley de Viajes Combinados ha sido desigual, muy garantista para las agencias

Más de 250 profesionales de las agencias de viajes y del Turismo —en su mayoría a través de *streaming*— han asistido al primer Foro Dual UNAV para el Futuro del Turismo. Este

evento de nueva creación ha celebrado su primera edición el pasado 15 de diciembre en Gran Canaria, en concreto en el Hotel Santa Catalina, un histórico establecimiento

construido en 1890 y que desde 2019 forma parte de la marca de lujo de Barceló Hotel Group, Royal Hideaway. Se ha debatido sobre el futuro del Turismo y de las agencias.

"Tenemos que trabajar codo con codo", porque "sólo lograremos superar este momento de dificultad desde la unidad completa del Sector". Así de contundente ha sido el mensaje del presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), José Luis Méndez, en el Primer Foro Dual para el Futuro del Turismo celebrado el 15 de diciembre en el Hotel Santa Catalina de Gran Canaria. El objetivo del evento, que ha reunido a más de 250 profesionales, ha sido convertirse en un posible punto de partida para la reactivación del Sector y poner en valor la importancia de las agencias de viajes durante el próximo 2021. Así Méndez ha pedido la colaboración del gobierno para que dejen trabajar a las agencias de viajes para salir de la crisis, alegando que "una agencia cerrada no genera nada al Estado", mientras que por cada euro que se invierte en Turismo, se generan 1,43 euros para el conjunto de la economía".

Al acto de apertura de este Foro ha asistido el consejero de Turismo del Cabildo de Gran Canaria, Carlos Álamo Cabrera, acompañado del presidente de UNAV, José Luis Méndez. Como ha destacado Álamo, "esperamos con esperanza que las vacunas sea el principio del fin de la crisis sanitaria y la pandemia, por el bien de la salud y del Sector Turístico". Igualmente, ha subrayado que "confiamos que las reflexiones y conclusiones de este foro puedan contribuir también a la mejora de nuestra industria y que, de este modo, la marca Gran Canaria pueda asociarse al inicio de una nueva etapa". "Esperamos que 2021 sea un año trascendental para sentar las bases de la recuperación del sector. Es responsabilidad de todos promover las posibilidades y recursos de Gran Canarias.

Tras la inauguración oficial, el director-gerente del Patronato de Turismo, Pablo Linares Bethen-

court ha realizado una presentación de los recursos turísticos de Gran Canaria. "Gran Canaria es un destino abierto todo el año, con infinidad de valores, como pueden ser su cercanía, su climatología, sus playas, su historia y su compromiso con la sostenibilidad, con un 40 por ciento de su territorio reserva de la Biosfera", ha destacado Linares. "Sus 21 municipios, cada uno con su particularidad, están abiertos para las familias, para los amantes del deporte, para los apasionados del golf y también para los devotos de la gastronomía. Y también, además, es un destino *gay friendly*", asegura, concluyendo que "en definitiva, Gran Canaria ofrece muchas alternativas para una isla única".

## Problemas de solvencia

La primera de las sesiones técnicas ha corrido a cargo del presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Antonio Garamendi, quien ha intervenido desde Madrid vía *streaming* con la charla 'El papel del Turismo en la economía española'. "Antes las agencias tenían problemas de liquidez y ahora son problemas de solvencia", ha subrayado, a la vez que asegura que ahora las empresas están luchando para mantener su viabilidad, por lo que "ahora habrá que hablar de los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) y hasta cuándo tienen que durar". Igualmente, ha insistido en la ampliación de los ICO y en "una política proactiva con medidas adicionales a las que se han tomado". "Las agencias de viajes son una parte importantísima de esta industria, que generan mucha riqueza para nuestro país, y hay que tener sentido de Estado", añade Garamendi.

Del mismo modo, durante el encuentro, que también ha contado con intervenciones desde la sede de CEOE-CEIM en Madrid vía *streaming*,

se ha puesto de manifiesto que será una irresponsabilidad viajar a partir de ahora sin contar con un seguro de viajes. De hecho, para el nuevo tiempo que viene, las aseguradoras han diseñado nuevos productos adaptados a la nueva situación.

Respecto a los reembolsos de los proveedores, las agencias lo único que desean y están buscando, como se ha puesto de manifiesto en el Foro, es recuperar el dinero para sus clientes, ya sea por lo civil o por lo penal. Igualmente, han puesto en valor la importancia de la tecnología para el futuro, coincidiendo en que es y será imprescindible en la nueva etapa, aunque el trabajo de asesoramiento del agente de viajes seguirá siendo determinante. Las resistencias al cambio se han visto superadas por la realidad vivida en los últimos meses.

La nueva realidad va a obligar a cambiar la forma de vender viajes, con nuevas fórmulas, por ejemplo, en la política de cancelaciones o la flexibilidad. Cada grupo de datos, además, requerirá un tratamiento específico y tener un especial cuidado con la nueva situación que conllevan las nuevas modalidades de comercio electrónico, por ejemplo, en lo relativo a la política de privacidad.

## Una recuperación progresiva

Por otra parte, el presidente de DIT Gestión, Jon Arriaga, ha explicado durante el foro que "las puertas se cerraron de golpe, pero no se van a abrir de golpe". Por tanto, considera que "es un momento en el que nosotros debemos estar abriendo las puertas", insistiendo en que hay que trabajar desde ya y no "esperar a la llegada de la vacuna". Además, ha destacado que "la gente no olvida el trabajo de la agencia de viajes y desde el principio la gente se va volcar con ellas". No obstante, la mayoría de los ponentes en una de las mesas sobre el futuro del Turismo, han



El Foro se ha celebrado en el Hotel Santa Catalina en Gran Canaria.

coincido en que la reactivación de la actividad se producirá durante el segundo trimestre del 2021, cuando consideran que gran parte de la población ya habrá recibido la vacuna.

Los grandes representantes del Sector han vuelto a alzar la voz para exigir la modificación de la Ley de Viajes Combinados. Durante el evento se ha concluido que la Ley de Viajes Combinados ha sido desigual, muy garantista para las agencias, y no estaba pensada para situaciones derivadas de una pandemia. "Nunca se pensó que fuese tan perjudicial y esto hay que cambiarlo", critica Méndez. Finalmente, se ha puesto en valor el asociacionismo. Los allí presentes creen que ahora es el momento de unir fuerzas y apoyar a las Asociaciones para que insistan al Gobierno en la necesidad de ayudas directas al Sector y en concreto a las agencias de viajes.

Otro de los temas tratado en el encuentro ha sido el de la sostenibilidad. Así, se ha destacado que todas las empresas, también las del Sector Turístico, han de adoptar medidas orientadas a la sostenibilidad. UNAV apuesta clara y decididamente por abanderar

la sostenibilidad en las agencias y, en lo posible, también contribuir a la sostenibilidad del Sector. Propone 100 actuaciones concretas para mejorar la sostenibilidad en el sector. Y es que, como destaca la Asociación decana del Sector, la sostenibilidad puede ser una gran oportunidad de futuro para las agencias de viajes, por su capacidad de prescripción de los destinos.

En el foro también se ha destacado que se precisan en el momento actual ayudas directas al Sector, porque el mercado no existe y hay que tomar medidas para suplir ese mercado. Es necesario que las empresas puedan adecuar su estructura de gastos a la situación que estamos viviendo para poder seguir manteniendo sus organizaciones.

Como han puesto de relieve, España es el único país de Europa que va a la contra e incrementa la presión fiscal en un tiempo de emergencia empresarial. Lo único que se va a conseguir es ahogar a las empresas, lamentan. Se requiere también una labor de dignificación del conjunto de la industria ante la sociedad, para que se conozca su trabajo y sea reconocido, y no vuelva a ser ninguneado, concluyen.



Momento de la inauguración del primer Foro Dual UNAV para el Futuro del Turismo.



Han participado más de 250 profesionales, en su mayoría a través de *streaming*.

# Las agencias de viajes dan un paso al frente por la modificación de la Ley de Viajes Combinados

Defienden que los bonos nos solucionaron los problemas de las agencias de viajes minoristas, sino que sirvieron de escudo para los organizadores

Las agencias de viajes quieren poner fin a la actual Ley de Viajes Combinados. Este periódico avanzó que el gabinete jurídico de Grupo GEA estaba preparando un informe, que

ahora han hecho público. Así, incluye numerosas demandas a tener en cuenta por las autoridades. Como explica la directora general de GEA, Sara Fernández, "creemos que

es fundamental que el planteamiento de una reforma nazca del colectivo que, a día de hoy, es el responsable de soportar la mayor carga en caso de conflicto con el viajero".

Las agencias de viajes se han cansado de la inacción por parte de las autoridades competentes ante los problemas que provoca la Ley de Viajes Combinados y han pasado a la acción. Como publicó NEXOTUR, el gabinete jurídico de Grupo GEA ha elaborado un informe con propuestas para hacerla más justa y adecuada a los momentos que estamos viviendo. Este documento ha sido enviado a CEAV, quien lleva meses luchando para regular la Ley. "Creemos que es fundamental que el planteamiento de una reforma nazca del colectivo que, a día de hoy, es el responsable de soportar la mayor carga en caso de conflicto con el viajero", destacó la directora general de GEA, Sara Fernández.

Las agencias de viajes minoristas proponen la reforma del artículo 161, que sostiene que "los organizadores y los minoristas de viajes combinados responderán frente al

viajero del correcto cumplimiento de los servicios de viaje incluidos en el contrato". Así, desde el Sector alegan que la Directiva (UE) 2015/2302 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2015, establece en su artículo 13.1 que "los Estados miembros garantizarán que el responsable de la ejecución de los servicios de viajes incluidos en el contrato de viajes combinados sea el organizador, con independencia de que estos servicios vayan a ser ejecutados por el organizador o por otros prestadores de servicios de viaje".

Del mismo modo, el informe al que ha podido tener acceso NEXOTUR demanda que se defina con claridad qué debe entenderse por insolvencia. Esto se debe a que consideran que "a nivel de la UE carece de sentido que a los organizadores y minoristas se les exija una garantía frente a la insolven-

cia, que en España se extienda más allá a nivel autonómico, cuando la actual crisis ha puesto en evidencia los numerosos incumplimientos de los transportistas aéreos y marítimo de pasajeros".

## Armonización europea

Además, desde el gabinete jurídico de Grupo GEA apuntan que el artículo 165 del Real Decreto Legislativo 1/2007, en su redacción actual, contempla la garantía frente a la insolvencia y la responsabilidad contractual, por lo que salvo mejor criterio, infringe lo dispuesto en el artículo 4 de la Directiva europea, que defiende que los Estados miembros no podrán establecer "disposiciones más o menos estrictas que den a los viajeros un nivel diferente de protección". Así, critican que existe en la UE la exigencia de un nivel de

armonización que España ha roto, al conferir a nuestros ciudadanos mayor protección que al resto de los europeos perteneciente a la UE.

Por otra parte, como se desprende del informe no están conformes con el Decreto-ley 11/2020, de 1 de abril de 2020, que estableció la posibilidad de ofrecer un bono con validez de un año, y si el cliente no lo utilizaba podía pedir el reembolso, en el plazo de un año a contar desde que se alzase el estado de alarma. Señalan que "no solucionó los problemas de las agencias de viajes minoristas, sino que sirvió de escudo para los organizadores, hoteleros y compañías aéreas, entre otros".

Finalmente, el documento elaborado por el gabinete jurídico de Grupo GEA apunta que "tampoco existe en nuestro país una normativa que sirva para luchar contra el intrusismo, máxime ahora con la digitalización". Por ello, las agen-



Proponen reformar el artículo 161.

cias creen que "sería preciso que la organización de viajes combinados por supuestas entidades no lucrativas, con carácter excepcional, que en muchos de los casos supone un fraude de ley, se legisle incluyendo exigencias concretas y no genéricas, huyendo de fórmulas genéricas".

## NUESTRA TRAYECTORIA, NUESTRA MEJOR GARANTÍA



### TEN PRESENTE TU FUTURO

Con Grupo GEA obtienes:

**Rentabilidad**

**Innovación**

**Exclusividad**

**Asesorías especializadas**

25  
años

www.grupogea.com  
952 37 66 55

# ASÓCIATE A GEA

## Lastra: 'Las agencias somos las más necesitadas'

"Somos el sector más duramente castigado por la crisis del coronavirus". Así resume el recién ratificado presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla (Aevis), José Manuel Lastra, cómo ha sido el 2020 para las agencias, un año que deja una caída de la facturación cercana al 80%. "Esta cruda realidad nos acredita como el sector más necesitado", añade.

## Las agencias venden un 70% menos de billetes

Las ventas aéreas de las agencias de viajes continúan dejando tasas negativas. Según los últimos datos sobre el BSP publicados por la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), las agencias solo han vendido 483.880 billetes de avión en el mes de noviembre. Esto supone una caída del 70,7% respecto al mismo mes del año anterior, cuando la cifra fue de 1,6 millones.

## Destinos españoles, por la promoción turística

Representantes políticos de Madrid, Barcelona y Sevilla coincidieron durante el Tourism Innovation Summit en la necesidad de iniciar estrategias conjuntas para promocionar las ciudades españolas como destinos turísticos en mercados emergentes. Así, el presidente de Turismo de Barcelona, Eduard Torres, destacó que "ahora más que nunca la unión hace la fuerza".

## Castilla y León anuncia ayudas a las agencias

La directora general de Turismo de Castilla y León, Estrella Torrecilla, aprovechó el evento 'Travel Meeting CEAV Castilla y León: Viajando Seguros', organizado por CEAV y FECLAV, para anunciar la concesión de ayudas directas a las agencias de viajes y la implementación de bonos con un 30% de descuento en productos turísticos de Castilla y León.

# Las agencias de viajes rechazan el plan del Gobierno central e insisten en que necesitan recibir ayudas directas

CEAV considera indispensable la activación de un plan de promoción que genere confianza en los mercados internacionales

El Plan de Refuerzo para la hostelería, el Turismo y el comercio presentado a finales de año por el Gobierno español es "insuficiente" para el Sector. Como denuncia

el presidente de CEAV, Carlos Garrido, "es necesaria la aprobación de un paquete que incluya ayudas directas para el Sector más afectado por la crisis". Por su parte, para la

ministra de Energía, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, esta medida sirve para "darles oxígeno para transitar durante estos meses mientras salimos de la pandemia".

Una vez más las nuevas medidas de apoyo al Turismo vuelven a llenar de descontento y frustración al Sector Turístico. En Navidades, la ministra de Turismo, Reyes Maroto, presentó el Plan de Refuerzo para la hostelería, el Turismo y el comercio, unas soluciones que han sido calificadas como "insuficientes" por el presidente de CEAV, Carlos Garrido. Este insiste en sus exigencias durante toda la pandemia, señalando que "es necesaria la aprobación de un paquete que incluya ayudas directas para el Sector más afectado por la crisis".

Como medida más destacada, Maroto ha anunciado que las



Carlos Garrido

agencias de viajes podrán utilizar los créditos del Instituto de Crédito Oficial (ICO) para reembolsar a los clientes los viajes cancelados por el Covid-19. Para Maroto, esta medida sirve para "darles oxígeno para transitar durante estos meses mientras salimos

de la pandemia". Así, pese a que para el Ejecutivo es una medida beneficiosa para el Sector, ya que también va acompañada de un nuevo tramo de la línea de avales dotada con 500 millones de euros y un 90% de garantía del Estado, Garrido ha criticado que "los ICO no son suficientes para recapitalizar". Además, esos créditos tendrían que

ser devueltos en el futuro por las propias agencias, algo que podría ser complicado para las mismas debido a la grave crisis de liquidez que están afrontando.

### El Sector pide otras soluciones

Del mismo modo, entre otras múltiples cuestiones, este Plan incluye el aplazamiento en el pago de las cotizaciones a la Seguridad Social, de la que se podrán beneficiar empresas y autónomos. El tipo de interés de los aplazamientos será del 0,5% y el impacto ascenderá a 205 millones de euros. Asimismo, han apostado por aumentar la reducción en la tributación por el sistema de módulos en el IRPF del 5% actual al 20% con carácter general para

el año 2020. Sin embargo, para el caso de la hostelería y el Turismo, esa reducción en la tributación por módulos llegará al 35%.

Lo que las agencias consideran importante para la supervivencia es alargar los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) por fuerza mayor hasta que la situación se estabilice, así como eliminar la cláusula de mantenimiento del empleo; reducir el IVA para las agencias de viajes y modificar la normativa de Viajes Combinados. Igualmente, de cara a evitar la confusión actual en cuanto a las distintas normativas, desde CEAV se insta al Gobierno a contar con el Sector en la toma de decisiones en cuanto a medidas restrictivas en las fronteras (cuarentenas, requisitos sanitarios, etc.),

en especial con la facilitación de pruebas de antígenos de los viajeros.

Desde la Confederación insisten en dar confianza a los turistas a la hora de viajar, por lo que consideran indispensable la activación de un plan de promoción que genere confianza en los mercados internacionales y que presente a España como destino seguro que adopta todas las medidas necesarias para prevenir el Covid-19. "También resulta de suma importancia que el Gobierno, las Comunidades y el Sector consensuen medidas de promoción para que las personas vuelvan a viajar, cuando las restricciones de viajes se suavicen, introduzcan bonos turísticos nacionales, programas sustitutorios del Programa del Inmerso, seguros Covid en destino, etc", finalizan.

## CEAV y sindicatos retoman negociación del Convenio para que no pierda vigencia

Tendrán que ceder en algunas pretensiones para llegar a un acuerdo lo antes posible

Tras más de nueve meses de parón, CEAV y los sindicatos, entre los que se encuentran el Sindicato Profesional de Viajes (SPV), han vuelto a retomar el Convenio Colectivo. Según informa la gerente de CEAV, Mercedes Tejero, a este periódico, el objetivo es "cerrar el Convenio, con vigencia desde el 1 de enero de 2019 hasta la fecha que decidamos, sin incrementos salariales, para que siga vigente", ya que "si no se renueva, dejaría de tener contenido". A este respecto, ambas partes confirman que, aunque ya se está en conversaciones, a partir de enero se retomarán de manera oficial las negociaciones.

Paralelamente, ya han llegado a un acuerdo, en un procedimiento de mediación en el SIMA, sobre el hecho de que los permisos retribuidos establecidos en el Convenio deben



Mercedes Tejero

empezar a disfrutarse en días laborables. Desde SPV creen que, de hacerse en días festivos, "dejarían de ser retribuidos, ya que serían días libres de cada persona y, por lo tanto, las empresas no estarían concediendo realmente ese día como permiso".

En resumen, cuando haya que utilizar un permiso retribuido, siempre empezarán el primer día laborable que esté programado y habrá que añadir todos los días no laborables que coincidan durante la duración del permiso, excepto en el de matrimonio, que serán los 16 días naturales establecidos en el Convenio.

En este sentido, al ser preguntados por el consenso en los permisos retribuidos, desde SPV señalan a este periódico que "este tema no es por el Convenio, sino por los pronunciamientos judiciales". Y es que tanto el Tribunal de Justicia de la Unión

Europea (UE), como diversas sentencias de la Audiencia Nacional y del Tribunal Supremo, ya se han pronunciado sobre este asunto. "Ahora le tocaba al Sector Turístico y, antes de la celebración del juicio y ante una eventual sentencia que obligara a reconocer este asunto, los agentes sociales del Sector han llegado a un acuerdo amistoso", señalan.

### Regulación teletrabajo

Finalmente, Tejero ha explicado a este diario que también están trabajando para "ver si se puede incluir alguna regulación en el tema del teletrabajo". Según destaca, el objetivo es que "las empresas puedan concretarlo internamente". Finalmente, todo apunta a que ambas partes tendrán que ceder en algunas de sus insistencias para llegar a un acuerdo lo antes posible. Desde la gerencia de CEAV confían en llegar a un acuerdo en el mes de febrero.

## OMT estima que el Turismo mundial caerá más del 70%

La Organización Mundial del Turismo (OMT) prevé una disminución de entre un 70%-75% en llegadas internacionales para 2020. De ser así, informan que el Turismo mundial acumularía 1.000 millones de llegadas menos y una pérdida aproximada de 0,9 billones de euros en ingresos procedentes del Turismo internacional. Esto se traduciría en una pérdida económica de 1,6 billones de euros en el Producto Interior Bruto (PIB) mundial, volviendo a los niveles de 1990. Gran parte de estas pérdidas corresponde al periodo enero-diciembre, cuando llegaron 900 millones menos de turistas y se perdieron 762.000 millones.

Según OMT, Europa ha registrado descensos menores del 72% y el 76% en septiembre y octubre, en comparación con otras regiones del mundo, debido a la ligera recuperación que se dio en julio y agosto. Cabe destacar que Europa es la región en la que una mayor



Zurab Pololikashvili

cantidad de destinos (el 91%, a 1 de noviembre de 2020) han aliviado las restricciones de viaje, especialmente entre países ubicados en la zona Schengen. En el extremo opuesto, en Asia y el Pacífico, ha continuado habiendo reducciones de casi el 100% en septiembre y octubre.

### Enfoque coordinado

Ante esta situación tan dispar de restricciones, el secretario general de OMT, Zurab Pololikashvili, ha advertido que "es esencial aplicar un enfoque coordinado para aliviar y levantar las restricciones a los viajes cuando resulte seguro hacerlo". "De esta forma, no solo se abrirán destinos de nuevo para el Turismo, sino que contar con normas claras y coherentes entre países contribuirá sobremanera a recobrar la confianza en los viajes internacionales e impulsará la adhesión de los consumidores", añade.



# Nautalia asegura que el cierre temporal de sus agencias 'no es una mala noticia'

Consideran que 'el minorista y el vacacional van a tener oportunidades'

Nautalia Viajes considera lógico el cierre de sus agencias de viajes durante la temporada de Navidad. Utilizarán estas semanas de "vacaciones",

para cargar fuerzas, ya que creen que desde los meses de abril o mayo habrá una reactivación de la demanda turística en nuestro país.

Pese al reciente anuncio de Nautalia de que cerrará el 85% de sus agencias entre el 21 de diciembre y el 18 de enero, desde la compañía apuntan a NEXOTUR que "no hay que verlo como una mala noticia". Fuentes cercanas han explicado que van a aprovechar un periodo cargado de festividades para otorgar descanso a sus empleados. Asimismo, señalan que "va a ser un periodo de baja demanda", debido a las restricciones impuestas en España durante la temporada de Navidad, por lo que consideran que es un buen momento para ofrecer un periodo de desconexión tras muchos meses de actividad frenética de los agentes.

Los trabajadores en plantilla podrán disfrutar de los días vacacionales que le resten de 2020. Y tal y como avanzan desde la agencia a este periódico "una vez se les acaben



Rafael García

esos días de vacaciones, entrarán en un ERTE al 100%. Ahora, toda la plantilla se encuentra bajo esta regulación al 70%.

La división minorista de Wamos ha apostado desde el principio por mantener abiertas todas sus agencias para responder a cualquier necesidad de sus clientes en tiempos en los que los viajes cancelados por el Covid-19 han sido una de las principales problemáticas. Siguiendo con este compromiso mantendrá alrededor del 15% de sus agencias operativas como servicios mínimos.

Por otra parte, una vez finalice este parón de actividad, desde Nautalia aseguran que volverán con mucha más fuerza y se muestran realmente optimistas respecto al futuro. "Estamos en el principio del fin", señalan, considerando que "esperamos que a partir de abril, mayo todo vaya mucho mejor", debido principalmente

a la llegada de la vacuna. De hecho, aunque aún no avanzan las futuras novedades, aseguran que ya están trabajando de manera independiente en idear una oferta adecuada a las necesidades del viajero postCovid-19.

### Ganas de viajar

Finalmente, consideran que "el minorista y el vacacional van a tener oportunidades" y serán unos de los primeros en salir del atolladero causado por la pandemia, porque "la gente tiene muchas ganas de salir y tras casi un año sin poder viajar, la necesidad va a ser muy grande". No obstante, también auguran un buen futuro al los viajes de empresa. Asimismo, pese a que creen que la crisis económica afectará a los bolsillos de muchas familias, también señalan que "hay muchos sectores que han salido beneficiados", y "aunque habrá muchísima concentración, con menos oferta", confían en que haya demanda.



La naviera está terminando su Plan de Viabilidad.

## El Sector celebra los avances por la recuperación de Pullmantur Cruceros

Gran alegría en el Sector de las agencias ante los avances de Pullmantur Cruceros durante las últimas semanas en pro de su recuperación. El presidente de CEAV, Carlos Garrido, ha señalado a NEXOTUR que "nos alegra muchísimo y era importantísimo que se haya podido reconducir su situación", ya que era un proveedor muy importante para las agencias españolas. Hace meses, CEAV envió un burofax a la naviera advirtiéndole de la necesidad de reembolsar los viajes cancelados. Desde ese momento, Garrido asegura que la comunicación "siempre ha sido fluida y teníamos su compromiso de que iban a devolver".

Y ahora todo apunta a que se va a poder reconducir la problemática de los reembolsos. En un comunicado, la crucerista española informó en diciembre que procedería a los reembolsos antes de que finalizase 2020 para los pasajeros que solicitaron la devolución a través del Programa de reembolso o crédito para un futuro crucero.

La naviera ha señalado que se encuentra en la recta final del diseño de su Plan de Viabilidad para poder garantizar su futuro. Igualmente, está trabajando en una flota más moderna, que se adapte a las necesidades de su producto y de sus pasajeros con el fin de poder ofrecer una experiencia de máxima calidad.



**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



# Apoyos a la Candidatura de Eugenio de Quesada al Premio Hermestur

Comentarios publicados en el portal de la Asociación Española de Profesionales de Turismo (AEPT)

La candidatura de Eugenio de Quesada al Premio Hermestur "ha sido presentado por un grupo de profesionales del Sector, que tengo el honor de coordinar", afirma Claudio Meffert, "como reconocimiento a los 30 años que lleva el director de NEXOTUR trabajando, con seriedad y rigor, para el Turismo Español", en los que "ha apostado y apoyado al Sector y su Asociacionismo, tanto a través de los diversos periódicos impresos y digitales que creó y dirige, como por su activa pertenencia a grandes Organizaciones del Sector Turístico, la Comunicación y la Cultura". "El curriculum vitae del candidato, publicado en la website del Premio Hermestur ([www.aept.es](http://www.aept.es)) habla por sí mismo", apunta Claudio Meffert, quien invita "a añadir comentarios u opiniones que sobre el candidato", que cuenta con más de un centenar publicadas, emitidas por personalidades del Sector Turístico español.

Todos los profesionales del Sector Turístico que lo deseen (sean o no miembros de la Asociación Española de Profesionales de Turismo, AEPT), pueden votar por su candidato favorito al Premio Hermestur 2020, haciendo clic en el enlace: <http://hermestur.aept.org/node/94> y cumplimentando un sencillo cuestionario electrónico, en la web de la AEPT.

Eugenio de Quesada, nombre periodístico de José Eugenio Martínez de Quesada (59 años de edad, nacido en Jaén, casado y con cuatro hijos), editor y periodista español, es presidente del Grupo NEXO, director general de la empresa matriz Nexo Editores y de sus filiales Nexopublic y Nexotel, siendo director del periódico semanal NEXOTUR y del digital diario Nexotur.com, así como de los periódicos 'Conexo', 'Nexobús', 'Nexotrans' y 'NexoHotel', y en la Plataforma Digital de Información Turística del Grupo NEXO.

Inició su larga trayectoria profesional en 1976 como director de revistas especializadas, ligándose al Turismo en 1986 con la creación y dirección de la revista 'Agenttravel', siendo director de Proyectos y Nuevas Publicaciones del Grupo Editorial Tecnipublicaciones; asumiendo en 1987 la dirección de 'CCI, Congresos, Convenciones e Incentivos' y de varias revistas hoteleras (como 'Plaza Magazine' y 'Tryp Magazine'), creando en 1998 el periódico NEXOTUR (con 1.200 ediciones publicadas y un cuarto de siglo de trayectoria como semanario sectorial) y el primer diario digital de Turismo en España en 2000.

**Claudio Meffert**  
Director Consejo Asesor Grupo NEXO

"Una personalidad activa y emprendedora, que cuenta con un amplio bagaje intelectual y empresarial y unas habilidades poco comunes en los campos de las relaciones humanas e institucionales, caracterizan a Eugenio de Quesada y lo hacen merecedor del premio Hermestur".

**Jesús Miranda Hita**  
Inspector General de las Naciones

*Unidas (ONU) y ex Subsecretario del Ministerio de Fomento (Gobierno de España)*

"Qué mejor ejemplo de esfuerzo asociativo que el de Eugenio de Quesada, cuya gran labor al frente del Grupo NEXO mantiene al sector informado y unido. He participado en numerosos eventos presididos por él y organizados por NEXOTUR (CIMET, Futuralia, TurNexo, Nexo-Business...), en los que he tenido la oportunidad de conocer y compartir mesa con los grandes profesionales del sector, siempre de la mano de Eugenio, que con esa amabilidad y sonrisa te invita a rodearte de grandes personas. Es de alabar su obra 'Análisis de actualidad del Turismo y de Agencias de Viajes', testimonio de los hitos más importantes en nuestro sector en los últimos 25 años", con 5.000 artículos.

**Sara Fernández**  
Directora General del Grupo GEA

"Hay gente que escribe sobre la historia y otros que hacen la Historia. En el caso de Eugenio de Quesada se dan las dos circunstancias. No solo ha sido fiel relator de la Historia del Sector, sino que ha sido un actor destacado de la misma. Por esos motivos, considero que es acreedor al premio Hermestur. Aparte de sus cualidades profesionales, están también las personales, de las cuales doy fe, pues tengo la inmensa suerte de contar con su amistad desde hace ya muchos años".

**Juan José Oliván**  
Presidente del Grupo AIRMET

"Impecable y amplia trayectoria, reconocida por todo el Sector."

**Abilio Álvarez**  
Directora General del Grupo AVASA

"Por su trayectoria profesional y su buen hacer".

**Nicolás Pérez-Domper**  
Director General de MundiGea

"Brillante trayectoria en defensa del Sector de Agencias de Viajes".

**José Más Cardona**  
Director Gerente de Transvia Tours

"Aunque todos los candidatos son grandísimos profesionales en el ámbito turístico Español, con reconocida trayectoria y prestigio, mi voto es para Eugenio de Quesada. Le conozco hace más 30 años, tanto en lo profesional, como en lo personal, y de él cabe destacar muchas virtudes... Es una buena persona, amigo de sus amigos, un gran profesional, independiente, moderado, entusiasta, con una gran capacidad para poner en marcha grandes proyectos... Además, tiene una larga trayectoria personal y profesional, basada en la constancia, el respeto y el trabajo. Mil enhorabuena por este reconocimiento a la excelencia turística. Que gane el mejor."

**José Luis Santos**  
Director General del Grupo Hoteles Santos



El presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada.

"Por su gran trayectoria y aportación al Sector Turístico".

**Elena Cermeño**  
Directora General de RTV y FC Hoteles

"Eugenio es un gran profesional, con una intensa y siempre creativa carrera dentro del Sector Turístico".

**Rubén Domínguez**  
Director General del Gran Hotel Conde Duque

"Doy mi voto a Eugenio por ser un excelente profesional de la información que destaca por su gran labor de apoyo a las agencias de viajes independientes y, en general, al mundo del Turismo".

**Juan Luis de Lucas**  
Director General del Hotel Claridge

"Es un reconocimiento a su gran



labor como emprendedor turístico y su notable contribución a la adaptación a los cambios del Sector, en los que siempre le ha gustado participar, como el pionero que es".

**Pepe Menguiano**  
Director de los Paradores de Turismo de Cáceres y Trujillo

"Excelente profesional de intachable bagaje y gran emprendedor".

**Anselmo de la Cruz**  
Director General de Hospedium Hotel Group y ex Presidente de TransHotel

"Eugenio es incansable y abnegado trabajando en y por nuestro sector y realizando una gran labor desde el Grupo NEXO, desde hace muchos años. A pesar de ello, siempre tiene tiempo para ayudarte si le necesitas. ¡Chapeau!".

**Rosa María Deza**  
Directora de Congresos del Madrid Convention Bureau

"Creo que merece este reconocimiento, por su incansable apoyo a nuestro Sector (siempre en la sombra) a través de CONEXO. Sus publicaciones son de gran calidad y siempre ha estado dispuesto a publicar todas las noticias, sin discriminación, y sin desmerecer a todos los actores que forman parte de este sector".

**Isabel Rodríguez Llanes**  
Directora General de la Agencia de Eventos y Congresos Meridiana

"Eugenio de Quesada es un profesional transversal en su trabajo. Querido y valorado en el Sector Turístico. Desde los años '80 lleva a cabo una labor de difusión del conocimiento y de comunicación en múltiples tareas. Además en 2020 ha sido considerado uno de los profesionales más influyentes del Turismo en nuestro país".

**Fernando Garasa**  
Directora General de Sergestur

"Eugenio lleva 30 años dedicado a la Información Especializada para las Agencias de Viajes, con una inequívoca orientación hacia la Agencia Independiente, apoyando a los Grupos Comerciales y al Asociacionismo empresarial. Es director desde hace más de un cuarto de siglo (tras fundar y dirigir 'Agenttravel' en 1986) del Periódico Semanal NEXOTUR (que creó en 1995) y, desde hace dos décadas, está al frente del Digital Diario Nexotur.com, decano de la Prensa Turística digital (fundado en 2000). Es vicepresidente de las Asociaciones Españolas de Editores y de Periodistas Especializados, así como de la Mesa del Turismo, veterano 'lobby' sectorial del que es miembro decano y vicepresidente, entre otros organismos y entidades. En definitiva, toda una vida dedicada al Turismo, en general, y a las Agencias de Viajes en particular".

**Eva Pérez Torres**  
Directora Comercial del Antiguo Convento de Bobadilla

"Gran profesional y una gran persona que merece un reconocimiento por toda su trayectoria y dedicación al Sector".

**Eva Rollado**  
Directora General de Suites Viena Plaza de España

"Me parece un candidato muy acertado y una persona destinada para este premio, debido a su continua e inequívoca dedicación al Turismo y la Hostelería españoles, habiendo contribuyendo mucho a estos sectores con sus editoriales, su periodismo y las numerosas actividades que impulsa. Todo ello fundamenta mi sentimiento positivo hacia su candidatura".

**Matthias Sass**  
Director General de Operaciones de Hotel, Adeje (Canarias)

"Su trayectoria profesional es impecable, al igual que el conocimiento que atesora y su compañerismo, que hace crecer a las personas de su alrededor y al propio Sector".

**Iñaki Armada**  
Subdirector del Hotel Conde Duque

"Eugenio es un excelente profesional con una calidad humana inigualable y una trayectoria en el Sector que aportado mucho valor al Turismo, estando siempre disponible para todo lo que de él se necesite".

**Nakary Pérez**  
Bachelor Degree International Hotels Management de Vatel

"Como asociado al Grupo GEA, considero que Eugenio de Quesada siempre ha sido un buen aliado a nuestro Sector".

**Juan Santa Bárbara**  
Director General de Viajes Santa Bárbara

"Un gran profesional que bien merece este reconocimiento".

**Francesc Ferrer**  
Gerente de FerFrans Viatges

"Por su profesionalidad, trayectoria y rigor informativo".

**Esther Creus**  
Directora Comercial de Viajes Veleró

"Ejemplo de excelencia profesional, esfuerzo asociativo y valores humanos en el Turismo".

**José Ramón Rubira**  
Fundador y Director Gerente de Viatges RipoJet

"Gran profesional".

**José Miguel Losada Varela**  
Director Regional de IAG7 Viajes y Grupo Airmet-Cybas

"Personas como Eugenio de Quesada, hacen que el mundo de la Hostelería y el Turismo sean mundos apasionantes. Profesionales como Eugenio nos quienes nos transmiten su entusiasmo por esta profesión tan maravillosa".

**Carlos González Moreno**  
Experto en Gestión de Establecimientos Turísticos

"Tengo la satisfacción de que mi nombre aparezca en el staff del primer número del Periódico Semanal NEXOTUR, hace un cuarto de siglo, como parte del nutrido Equipo dedicado a determinar y analizar minuciosamente los contenidos, tras varios días de cotejar, archivos, etc. ¿Te acuerdas, Eugenio? Sé por lo que pasó para hacer realidad el Semanario del Sector y, antes de esto, el Directorio NEXOTUR para Agentes de Viajes. Y por lo que luchó y sigue luchando desde hace 32 años al frente del Grupo NEXO. Yo lo sigo hace dos décadas desde esta isleta de República Dominicana".

**David Carlos Noel**  
Editor de Golf Semanal (República Dominicana)

"Por su excelencia como profesional y su incansable apoyo al sector de eventos a través de CONEXO, que actualmente se edita junto a NEXOTUR".

**Rosana Debellis**  
Secretaría de Organización del Congreso Nacional de Hostelería Hospitalaria

## Las agencias pierden cerca de 9.000 empleados

Los afiliados en alta laboral vinculados a actividades turísticas han caído un 14,1% en noviembre, con 2.072.088 afiliados a la Seguridad Social. Supusieron el 10,9% del total de afiliados. Las agencias son las que registran un menor descenso con 8.876 trabajadores menos, aunque empeoran los datos obtenidos en el mes de octubre, cuando el descenso fue de 8.095.

## Costa Cruceros se prepara para reiniciar operaciones

Fincantieri ha entregado a Costa Cruceros el nuevo Costa Firenze, un hecho que para el Group CEO de Costa Group y Carnival Asia, Michael Thamm, "es una señal de esperanza para el reinicio del Sector Turístico y de cruceros". "Este barco muestra de la forma más tangible la intención del Grupo de reiniciar nuestras operaciones", añade. El barco navegará en el Mediterráneo en 2021.

## Europa pide aliviar la tasa de 'slots' hasta el 40%

La Comisión Europea ha adoptado una nueva propuesta sobre los requisitos de uso de franjas horarias en los aeropuertos para la temporada de programación del verano de 2021. Demanda que el porcentaje de uso de las franjas horarias se rebaje del 80% al 40%, complementándolo con la introducción de condiciones destinadas a garantizar que se utilice de manera eficiente.

## Enaire vuelve a reducir las tasas aéreas en 2021

Por cuarto año consecutivo, Enaire ha decidido reducir sus tasas de navegación aérea para contribuir "a la recuperación del tráfico aéreo, aminorar los costes de las compañías aéreas y ayudar a la reducción de los precios de los billetes para los usuarios finales de los vuelos". La tasa de ruta peninsular se rebaja de 51,08 euros en 2020 a 45,44 euros en 2021, un 11% menos.

# Fenollar: 'Los clientes van a encontrar un socio de viajes innovador y robusto'

Continúan esperando el préstamo del SEPI, que podría ser determinante en el acuerdo

El acuerdo de fusión entre las divisiones de viajes de Barceló y Globalia sigue adelante pese a la pandemia. Ambas han ratificado la alianza, para "impulsar el Turismo, que es clave en nuestro país", porque "juntos, seremos más fuertes y podremos atender mejor a los clientes y daremos más tranquilidad a los proveedores", coinciden. Para el CEO de Ávoris, Vicente Fenollar,



Vicente Fenollar

gracias a esta fusión, "nuestros clientes van a encontrar en 2021 un socio de viajes más innovador, sostenible y robusto". Y es que, las aerolíneas Evelop y Orbest quedan también dentro de la operación.

Fenollar lo ve como "un momento especialmente relevante para todos los que formamos parte de esta gran empresa, lleno de oportunidades y para el que contamos con el

mejor equipo posible". Así, con una facturación anual de 4.000 millones, contarán con 6.000 empleados y más de 1.500 puntos de venta, teniendo una presencia clave en la creación de producto a través de sus diferentes marcas de turoperación. Estarán presentes en la distribución al cliente final, tanto en salidas de ámbito vacacional como de empresa, con un modelo omnicanal.

Pese a la voluntad de ambas partes por continuar hacia adelante, aún están esperando el espaldarazo

de la Sociedad Española de Participaciones Industriales (SEPI). Como publicó NEXOTUR, el pasado noviembre, ambas solicitaron un préstamo de 240 millones de euros al organismo para cerrar la operación. Fuentes cercanas a la operación confirmaron a este periódico que "hemos pasado los primeros filtros", haciendo referencia al plan de viabilidad presentado.

Las mismas fuentes aseguraron que la expectativas son positivas, ya que "la SEPI tenía 1.000 millones

para ayudar a empresas estratégicas, que estuvieran afectadas por la pandemia, que fuera viables antes de su llegadas y que pudieran presentar un plan de viabilidad, y nosotros consideramos que estamos dentro de estos supuestos". Sin embargo, aclaran que "no se trata de un rescate", sino que "es únicamente una financiación". Asimismo, destacan que "una vez aprueben esos 240 millones habrá que ver con qué condiciones", añadiendo que "tendremos que sentarnos a hablar".

En 2021...

¡Algo MUY BUENO está a punto de llegar!



Nuevo Buscador del grupo DIT Gestión  
Para las páginas webs de las agencias de viajes



Mucho más que un grupo de gestión

Solicita información escribiendo a:

[info@ditgestion.com](mailto:info@ditgestion.com)

# La práctica totalidad del sector del autobús prevé que la situación de 2021 será mala o muy mala

Las pérdidas de facturación en 2020 se estiman en más de 4.000 millones de euros, según Confibus

El transporte en autobús ha sido uno de los sectores más castigados por la crisis provocada por el Covid-19, con pérdidas de facturación en 2020 por encima de 4.000 mi-

llones de euros, estando en riesgo más de 30.000 empleos y un tercio de las empresas, según datos de Confibus. Y para 2021 más del 96% de los empresarios del Sector

creen que la situación será mala o muy mala. Además, los empresarios del sector del autobús no confían en recuperar la facturación de su empresa en 2021.

La Confederación Española de Transporte en Autobús (Confibus) ha puesto en marcha una serie de breves encuestas *online* entre sus asociados, bajo el título 'Barómetro impacto COVID-19: Perspectivas 2021', con el objeto de analizar en profundidad la situación que atraviesa el tejido empresarial del Sector del autobús, sus inquietudes y, en este caso concreto, conocer qué necesitan las empresas, cuáles son sus perspectivas para el recién estrenado 2021 y qué medidas se deberían poner en marcha en este difícil momento de incertidumbre que atravesamos por el Covid-19.

Confibus recuerda que el transporte en autobús ha sido uno de los sectores más castigados por la crisis del Covid-19, con pérdidas de facturación en 2020 por encima de 4.000 millones de euros, estando en riesgo más de 30.000 empleos y un tercio de las empresas.

En esta quinta edición, más del 96% de los empresarios del Sector creen que la situación de 2021 será mala o muy mala. Además, los empresarios del sector no confían en recuperar la facturación de su empresa en 2021: un poco más del 42% cree que esta recuperación podría llegar en 2022 y casi el 58% la ve más allá de 2022.

Por su parte, las principales medidas que están implementando las empresas del Sector para recuperar la confianza del usuario son: el incremento de las labores de limpieza y desinfección (88,5%), el incremento de las medidas de seguridad (73,1%), la introducción de nuevas tecnologías (50%) y el control de aforos (23,1%).

En lo que respecta al empleo del sector del transporte en autobús, ninguna empresa cree que su plantilla aumentará en 2021. El 50% opina que se mantendrá igual el número de trabajadores, frente a la otra mitad que cree que se reducirá (principalmente hasta en un 25%).

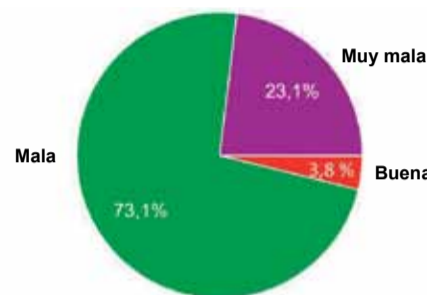
## Principales retos

Los principales retos que deberán hacer frente las empresas del sector para adaptarse a la nueva realidad son: la financiación (57,7%), la adaptación a los cambios en los hábitos de consumo (53,8%), la gestión de personas (42,3%) y la digitalización (42,3%), entre otros. Sobre las medidas que los empresarios planean aplicar en el próximo año, destacan tres medidas clave: solicitar Fondos del Plan de Recuperación (53,8%), la financiación o refinanciación de deuda (53,8%) y la reconstrucción operativa (42,3%). Hasta el momento, las

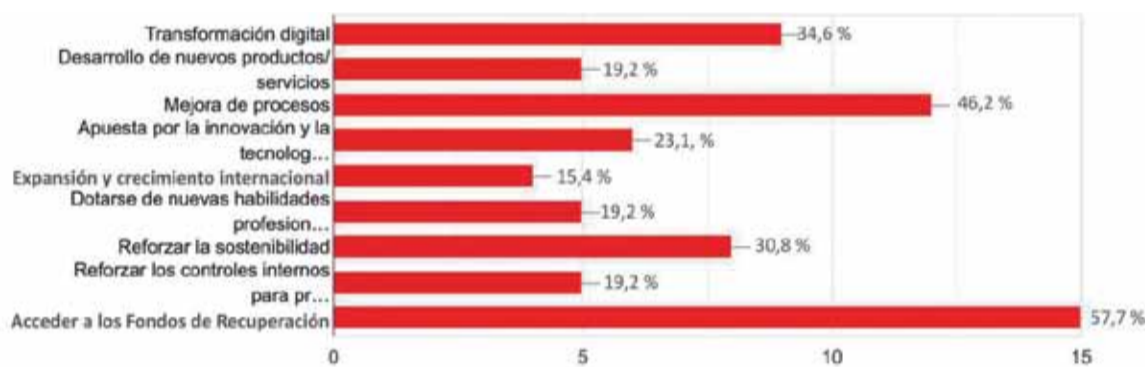
¿Cómo califica la situación actual de tu empresa?



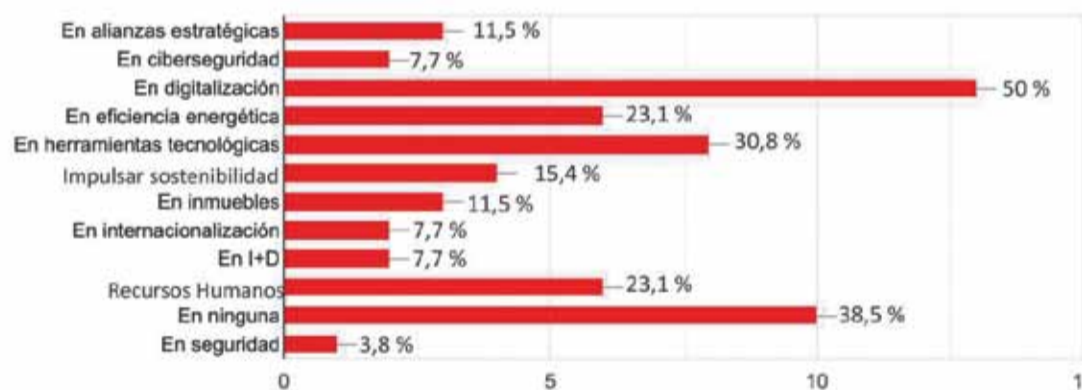
¿Cómo crees que será la situación en 2021?



¿Cuáles son tus prioridades estratégicas para los próximos 12 meses? (Respuesta múltiple)



¿En qué áreas tienes previsto invertir? (Respuesta múltiple)



Valora el impacto que han tenido en tu empresa las siguientes medidas económicas



Fuente: Barómetro impacto Covid-19: Perspectivas 2021 de Confibus.

© NEXOTUR

únicas medidas adoptadas por la Administración que los empresarios valoran son los ERTE y los avales del ICO (aunque en este caso por muy estrecho margen).

De acuerdo con los datos obtenidos, de las diez políticas palanca

que establece el Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia que guiará la ejecución de los fondos europeos, los empresarios del Sector están especialmente interesados en participar en: la modernización y digitalización

del tejido empresarial (69,2%), la transición energética justa e inclusiva (34,6%) y la Agenda urbana y rural y lucha contra la despoblación (30,8%). De acuerdo con lo que indican los empresarios del transporte en autobús, las principales priori-

dades en el ámbito económico del Gobierno Central en los próximos 12 meses deberían ser: la simplificación administrativa (73,1%), la eficiencia del gasto público (53,8%) y la reforma de la Administración (23,8%). Sobre la inversión pública en el ámbito del transporte en los próximos años, los empresarios creen que los principales ejes en los que debería situarse la inversión pública en el ámbito del transporte en los próximos años son: el fomento del transporte público (76,9%), el turismo en autocar (73,1%), la movilidad sostenible (65,4%) y los carriles bus (61,5%).

## Situación crítica

En relación con esta quinta edición del 'Barómetro impacto COVID-19: Perspectivas 2021', el presidente de Confibus, Rafael Barbadillo, destaca que "la situación a la que se enfrenta el sector es crítica, y sin el apoyo del Gobierno no se podrá garantizar la supervivencia de muchas de nuestras empresas". "Desde Confibus, queremos llamar la atención, una vez más, sobre la casi nula atención que han tenido las peticiones del sector del autobús en los Presupuestos Generales del Estado para 2021", explica a la vez que añade que "se han presentado una serie de enmiendas a los Presupuestos que no han prosperado".

Igualmente, la Confederación ha solicitado al Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana que incluya entre las líneas maestras de su Plan de Recuperación, medidas para que el autobús pueda acogerse a los fondos europeos, habida cuenta de la importancia del Sector para la movilidad de nuestro país y en la línea con las medidas propuestas por la Confederación en su Plan para la Recuperación y Resiliencia del Sector. "Seguiremos trabajando para conseguir el apoyo necesario para asegurar la continuidad de nuestra actividad", asegura Barbadillo, quien afirma que "queremos agradecer también la labor de todos los que componen este tejido empresarial por su incansable esfuerzo demostrado desde el comienzo de la crisis sanitaria".

Algo más del 80% de las empresas consultadas en la V Edición del Barómetro son pymes frente a algo menos del 20% que son grandes empresas (más de 250 trabajadores). El transporte discrecional/turístico es el sector de actividad al que más se dedican los encuestados (88,5%), seguido por el transporte regular de uso especial (65,4%), el transporte regular de uso general (38,5%) y el transporte urbano (34,6%).

## Expedia pone en valor el papel de la tecnología

"La innovación tecnológica ha jugado un papel muy relevante este año y es un factor clave para construir un ecosistema turístico más eficiente y sostenible a partir de 2021 y en los años venideros". Así ha destacado el presidente de Travel Partners Group de Expedia Group, Cyril Ranque, los retos que ha de afrontar el Sector Turístico para recuperarse de la crisis.

## Aplicación para asistir al turista durante su viaje

Assis es una nueva *app* multiplataforma y multilinguaje que conecta al cliente final con su viaje de manera constante, creando una relación simbiótica a través de su asistente virtual ([www.assis.travel](http://www.assis.travel)). Se inspira en resolver los problemas usuales de la experiencia turística. Creada por expertos en turismo, geolocaliza al cliente para evitar pérdidas en aeropuertos y excursiones.

## Kiwi se convierte en socio estratégico de Airasia.com

Airasia.com presenta su nueva aplicación con vuelos a más de 3.000 destinos impulsados por Kiwi.com como socio estratégico. Con su nueva visión, airasia.com se transforma y pasa de ser una aerolínea digital a una plataforma de estilo de vida integral. Complementando los productos que ofrece, Kiwi.com proporcionando vuelos a más de 3.000 destinos.

## El consumidor recuerda los anuncios de viajes

El 30% de los consumidores recuerda los anuncios de viajes que ha visto por televisión en estos meses, según el 'Digital Consumer Survey 2020' elaborado por Nielsen Media en colaboración con Dynata. Algo similar ha ocurrido en páginas web y redes sociales, donde los anuncios son recordados por el 27% y el 19% de la audiencia, respectivamente.

# Travelport mejora la comunicación agencia-hotel con un filtro de búsqueda

Toothman: 'Esta iniciativa también ayuda a los clientes a ganar confianza en los viajes'

Los agentes conectados a la API de Travelport cuenta con una nueva función, Stay Safe. Un filtro de búsqueda que permite a los hoteles destacar que se han

suscrito a las iniciativas de seguridad pertinentes. Así, destaca que está haciendo todo lo posible para respaldar los esfuerzos que promueven la seguridad.

Travelport ha incorporado la nueva función Stay Safe para agentes de viajes conectados a su API, para facilitar que los agentes de viajes compartan información relevante con los viajeros a la hora de reservar un hotel. Se trata de un nuevo filtro de búsqueda que permite a los hoteles destacar que se han suscrito a las iniciativas de seguridad pertinentes. "Agregar una forma para que los hoteles se comuniquen con las agencias de viajes, para compartir esta información con sus clientes, es una manera simple pero importante para que Travelport haga que el flujo de trabajo de la agencia sea más eficiente y menos frustrante", ha destacado el director

gerente de ventas de Travelport, Jason Toothman.

En este sentido, Toothman ha apuntado que "la información que los viajeros desean sobre las propiedades que están considerando para estancias en hoteles ha cambiado en el transcurso de 2020". Por este motivo, indica que "esta iniciativa también ayuda a los clientes a ganar confianza en los viajes", señalando que "uno de los imperativos clave en el Sector en este momento es garantizar que se sientan seguros mientras viajan". Finalmente, ha querido destacar que "a medida que nuestra industria se recupere de los impactos de la pandemia global, Travelport



Stay Safe es un nuevo filtro.

está haciendo todo lo posible para respaldar los esfuerzos en toda la industria de viajes que promueven la seguridad de los viajeros".

# La tecnología va a jugar un papel clave en la reactivación del sector

La seguridad en los aeropuertos frente al Covid-19, clave para la confianza de los pasajeros

Según una encuesta de Resilience First, que ha buscado averiguar qué es lo que inspiraría más confianza en los viajes aéreos, la solución tecnológica mejor valorada por el 50% de los pasajeros sería un programa completo de pruebas de la Covid-19 antes del vuelo, seguida de una experiencia sin contacto en el aeropuerto, con un 25%. Estos resultados se dieron a conocer en un panel de expertos en innovación aeroportuaria con la colaboración de Resilience First e Intel. Dirigido por el presidente de la Civil Aviation Authority, Sir Stephen Hillier, el evento contó con la participación del CEO y cofundador de Beabloo, Jaime Portell, que dejó ejemplos de cómo se está aplicando la tecnología para reactivar la confianza en el sector.

"La tecnología ha utilizado rápidamente la inteligencia para optimizar los espacios y proteger a pasajeros y trabajadores en los aeropuertos", asegura Portell. "El papel de la tecnología aquí es guiar al pasajero en su experiencia por el aeropuerto con información, inteligencia y protección



Los mensajes sobre seguridad tienen un interés 300% más alto.

automática", continúa, a la vez que destaca que "hemos visto que el interés de la audiencia por los mensajes que hablan de seguridad es 300% más alto que cualquier otro mensaje que podamos compartir con ellos".

En este sentido, hay soluciones tecnológicas diseñadas específicamente para los espacios físicos como oficinas, tiendas, aeropuertos, supermercados y farmacias, entre otros, para cumplir con todas las medidas de prevención y mejorar la seguridad

del sector. De hecho, Beabloo ha presentado recientemente Interaction Care, una solución tecnológica, validada por marcas como Microsoft e Intel, que permite proteger los espacios físicos y evitar la propagación de la Covid-19. Interaction Care se basa en la sensorización de los espacios físicos y ofrece un sistema de protección e identificación de situaciones de riesgo. Ya se encuentra operativa en Istanbul Grand Airport y Riyadh Airport.



Durante la inactividad han trabajado entre bastidores rediseñando.

## Princess Cruises expande a toda su flota MedallionClass

En 2021 Princess Cruises volverá al servicio incluyendo en la totalidad de su flota la tecnología MedallionClass Experience, que ofrece una serie de características nuevas que aprovechan las tecnologías sin contacto mejorando y personalizando significativamente la experiencia de los clientes, además de apoyar los nuevos protocolos de salud. La tecnología a bordo se está expandiendo a medida que la transformación de los propios barcos ha continuado durante la pausa. Y así, Coral Princess, Diamond Princess, Emerald Princess, Grand Princess, Island Princess, Majestic Princess y Sapphire Princess volverán como barcos MedallionClass junto con el nuevo Enchanted Princess.

El dispositivo portátil OceanMedallion™ reemplaza la tarjeta de cruceo tradicional y se combina con la innovadora tecnología integrada impulsada por Internet de las cosas (IoT) para ampliar de forma significativa las opciones sin contacto y la personalización a bordo de los buques Princess MedallionClass™. Así incluye embarque y desembarque sin contacto; entrada sin llave en el camarote; compras y comercio completamente sin contacto; formación en seguridad simplificada; alimentos, bebidas y artículos al por menor a la carta entregados en cualquier lugar a bordo; solicitudes de *room service* a través del *chat* de dispositivo móvil; juegos y apuestas basados en la ubicación; y contenido de entretenimiento a través de dispositivos inteligentes.

Los barcos de Princess Cruises con tecnología MedallionClass también ofrecen wifi en el mar,

con el nombre de MedallionNet™. Esta tecnología sirve para que los clientes puedan mantenerse conectados y puedan compartir recuerdos de sus vacaciones con facilidad. MedallionNet ofrece una conectividad sin precedentes que es rápida, ilimitada y asequible, para que los clientes puedan ver sus películas, programas, juegos y música favoritos, además de conectarse a redes sociales y establecer *videochat* desde cualquier lugar del barco.

### Reinventar y simplificar

"La innovación nos está permitiendo combinar la orientación de expertos en salud pública con las incomparables capacidades libres de contacto del OceanMedallion honrando nuestro compromiso con la salud y la seguridad, mientras continuamos reinventando y simplificando la experiencia todos juntos", asegura la presidenta de Princess Cruises, Jan Swartz. "Durante este tiempo de inactividad hemos trabajado entre bastidores rediseñando nuestra operación para dar a los clientes el máximo control de sus vacaciones de cruceo, así como para activar la experiencia Princess MedallionClass en todos nuestros barcos".

OceanMedallion™ conecta a los clientes y la tripulación con una plataforma experiencial IoT a través de una red de sensores y lectores que ayudan a reconocer a las personas en todo el barco. Facilita así extraordinarias capacidades sin contacto que incluyen un servicio altamente personalizado y entretenimiento interactivo, al tiempo que reduce el contacto entre los clientes y la tripulación tanto a bordo como en los puertos.

## Tecnoturis identifica las necesidades de sus agencias

Tecnoturis ha realizado una encuesta a más de 1.500 agencias para "identificar cuáles eran las necesidades y si nosotros se las cubriamos", explica su CEO y socio, Jesús Juárez. Los resultados sobre la plataforma del grupo que dirige han sido más que satisfactorios, según destaca. Los encuestados destacan sobre todo "el ahorro de tiempo al trabajar siempre dentro del mismo entorno".

## Iberia acaba el 2020 con el 40% de la oferta de 2019

En diciembre Iberia ha incrementado su oferta hasta representar el 40% de la prevista en 2019. Sin duda, estos datos siguen siendo muy negativos, pero si nos fijamos en que en verano operó apenas una cuarta parte de la capacidad prevista antes del Covid-19, estos resultados son positivos, en un año caracterizado por las numerosas repatriaciones y cancelaciones.

## España, en la agenda de los mercados emisores

Expedia Group revela que los principales mercados emisores para España no han perdido el interés por el destino. Según informan, en las últimas 12 semanas han notado incremento en la intención de viajar por parte de la mayoría de los países para el mes de enero. De la cifra total, casi el 50% de la búsquedas proviene de Reino Unido, Francia, Estados Unidos y Alemania.

## Mallorca, primer destino Unwto. Quest en Europa

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha otorgado a la Fundación Mallorca Turismo (FMT), organismo dependiente del Consejo de Mallorca, el certificado Unwto. Quest, una distinción que destaca la calidad y la excelencia de liderazgo en los destinos turísticos del mundo. De esta manera, Mallorca se ha convertido en el primer destino turístico europeo en conseguirlo.

# El 2020 se marcha dejando una odisea de confusión y restricciones para el Sector

La normativa 'se han ido contradiciendo y ha creado una gran confusión en el Sector'

El Sector de las agencias de viajes español acaba de despedir el peor año de su historia. El recién finalizado 2020 ha estado cargado de restricciones que han

limitado completamente su actividad. Miran hacia este 2021 con una gran esperanza por la llegada de la vacuna, para que se produzca una recuperación.

"El peor año del Sector, en el que las agencias no hemos podido facturar". Así define el presidente de CEAV, Carlos Garrido, el 2020 que acaba de llegar a su fin. Pese a que destaca que "enero y febrero eran meses de crecimientos", porque "llevábamos tres años consecutivos creciendo", "en un tiempo mínimo, todo cayó en picado". Así, explica a NEXOTUR que "desde que empezaron las primeras restricciones a China y se suspendieron las primeras ferias como la Mobile World Congress, todos pensábamos que esto duraría semanas o meses". "Pero desgraciadamente la sucesión de malas noticias de restricciones, prohibiciones, cuarentenas etc, han ido empeorando cada vez más la situación, lo que ha producido una caída del sector de los viajes a cero", añade.

En este sentido, desde el inicio de la pandemia, las agencias han tenido que lidiar con constantes restricciones que han limitado su actividad. Primero fue la declaración del Estado de alarma el 14 de marzo, que desaconsejaba viajar salvo por razones inaplazables, al mismo tiempo que impedía que las agencias de viajes con establecimiento pudieran estar abiertas al público. Acto seguido, el Gobierno comenzó a adoptar medidas más duras para limitar la movilidad, como cerrar las fronteras interiores terrestres. Asimismo, se prohibieron los vuelos comerciales entre cualquier aeropuerto en el territorio nacional con Canarias y Baleares, así como el desembarco de buques en ambas islas, lo que cerró los viajes turísticos hacia sendos archipiélagos y, por lo tanto, reducía el rango de actividad de las agencias.

Así, con todas estas restricciones en vigencia, se declaró la suspensión de apertura al público de establecimientos de alojamiento turístico en España y que afectaba a las agencias receptoras. Este hecho coincidió con que la gran mayoría de países establecieron restricciones para los viajeros españoles, lo que impedía la realización de viajes ya vendidos y comenzó a agravar la problemática

de los reembolsos de los proveedores hacia las agencias. No obstante, Bruselas decidió tomar cartas en el asunto y estableció un listado de terceros países cuyos residentes quedaban exentos de las restricciones de viaje a la Unión Europea (UE), una resolución que días después fue sometida a modificaciones.

### Verano poco efectivo

Con estas limitaciones, las agencias afrontaron un verano en el que los ciudadanos pudieron viajar y hubo una cierta reactivación, aunque fue muy limitada, ya que solo tuvieron actividad algunos destinos nacionales. El propio Garrido explicó que pese a que después del confinamiento, aunque muy tímidamente, "se estaban empezando a hacer las primeras reservas", los numerosos brotes provocaron que se haya vuelto "a producción cero con lo que eso conlleva".

Pasado el verano, el Ejecutivo estableció la obligación de presentar una PCR negativa para la entrada en España. Pese a que fue valorado positivamente por el Sector Turístico, comenzaron a pedir que se permitieran también los test de antígenos, alegando que son más baratos y rápidos. Pese a las insistencias, las recomendaciones de Bruselas y las pruebas fehacientes de su validez, hasta la fecha el Gobierno solo ha autorizado las pruebas de Amplificación Mediada por Transcripción (TMA). Asimismo, algunas Comunidades autónomas, como Canarias, comenzaron a aplicar sus propias soluciones, lo que dejó un escenario de incertidumbre.

En este contexto, Carlos Garrido explica a este periódico que "todas estas normativas se han ido contradiciendo unas a otras y ha creado una gran confusión en el Sector", lamentando que la gente "no sabe si puede salir de la Comunidad o hacia el extranjero, qué requerimientos hay en cada país...". Además, considera que este escenario de confusión se ve agravado porque "las páginas web del Ministerio de Sanidad y del Ministerio de Exte-



Se ha limitado la actividad del Sector.

riores no están siendo actualizadas". Por este motivo, reclama que hay que trabajar para "dar un poco de confianza y de certidumbre".

### Esperanza por la vacuna

Finalmente, este mes de diciembre también ha venido cargado de restricciones, debido principalmente a la aparición de la nueva cepa de Covid-19. Esto ha provocado que se apliquen medidas excepcionales limitando los vuelos directos y buques de pasaje entre Reino Unido y los aeropuertos y puertos españoles. Además, se han establecido criterios para la restricción temporal del acceso por vía terrestre al espacio Schengen a través del puesto de control de personas con el territorio de Gibraltar.

No obstante, este último mes del año también ha traído la vacuna, la esperanza del Sector para que se produzca una recuperación de la actividad turística durante 2021. Como publicó NEXOTUR, el pasado domingo, el Gobierno inició la campaña de vacunación en España. No obstante, debido a que primero se vacunará a grupos prioritarios que, a priori, no reactivarán los viajes, no se espera una "vuelta a la normalidad" hasta mínimo la temporada de verano. El máximo representante de CEAV espera que 2021 "sea el año de la recuperación y la esperanza", deseando que llegue "lo antes posible".

## Molas pide 'acuerdo con Reino Unido sobre corredores aéreos'

El presidente de la Mesa del Turismo, Juan Molas, considera que el acuerdo entre la Unión Europea (UE) y Reino Unido sobre el Brexit deja un escenario "menos perjudicial" que hace unos meses. Así lo ha transmitido a NEXOTUR, a la vez



Juan Mola

que ha valorado positivamente que los turistas británicos puedan venir a España con el Documento Nacional de Identidad (DNI) hasta primeros de octubre y que luego se permitan las llegadas de hasta 90 días de duración solo presentando el pasaporte. No obstante, defiende que "lo mejor hubiera sido que no se hubieran movido de Europa". Igualmente, la ministra de Turismo, Reyes Maroto, ha destacado que "la buena noticia es que hay acuerdo". "Aunque tenemos que ver la letra pequeña, no hemos visto nada que haga prever efectos negativos", ha añadido.

En este sentido, además de estas dos medidas de alivio, Bruselas y Reino Unido han acordado que los ciudadanos con permiso de residencia, trabajadores fronterizos o visitantes sanitarios puedan viajar solo con el DNI hasta el 31 de diciembre de 2025. Igualmente, ha pactado mantener una conectividad continua y sostenible en el transporte aéreo, por carretera, ferroviario y marítimo. Así, se incluyen disposiciones para garantizar que la competencia entre los operadores de la Unión Europea y del Reino Unido se desarrolle en igualdad de condiciones, de modo que no se menoscaben los derechos de los pasajeros, de los trabajadores, ni la seguridad del transporte.

Para el presidente de la Mesa del Turismo, la parte más positiva es "el tema de IVA". Como publicó NEXOTUR, el HM Revenue and Customs (HRMC) de Reino Unido ha confirmado la eliminación del IVA cobrado en las vacaciones a través del Sistema de Margen de Tráfico (TOMS) en viajes fuera de territorio británico a partir del 1 de enero. Según explica Molas a este periódico, esta medida "va a beneficiar a la compra de sus reservas hacia España", y en especial "al Turismo de lujo". Opina que destinos como Barcelona, Sevilla o Má-

laga van a verse muy beneficiados gracias a esta aplicación.

Por otra parte, Juan Molas ha destacado dos puntos importantes que se deberían tener en cuenta para paliar los efectos del Brexit en España. En primer lugar, cree que el Ejecutivo español debe actuar para "establecer un acuerdo bilateral con Reino Unido sobre corredores aéreos, siempre que vaya en consonancia con lo acordado con la Unión Europea". Alega que cerca de 18 millones de turistas británicos llegaron a España en el 2019 y esta situación podría tener un fuerte impacto en algunos destinos, como Canarias, ya que, según señala, "hasta el 31 de diciembre, uno de cada dos británicos que iba de vacaciones, iba a Canarias".

### Fidelizar al turista británico

De igual manera, apuesta por que España trabaje para "proteger que los británicos se mantengan fieles", destacando la gran cifra de gasto que representan para nuestro país. De hecho, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el desembolso total de los viajeros británicos en España en el pasado año 2019 fue de 17.986 millones de euros. El gasto medio fue de 995 euros por persona, con una media diaria de 135 euros. A este respecto, la ministra Maroto ha destacado que "vamos a centrar los esfuerzos en recuperar la confianza y en la fidelización del destino".

Finalmente, pese a que recientemente Molas criticó "la poca atención al Sector Turístico del presidente Sánchez" durante la pandemia, en el tema Brexit confía en el compromiso por parte del Gobierno para proteger al Sector Turístico. "Cuando uno tiene en cuenta que en 2019, el Turismo representó el 12,4% del Producto Interior Bruto (PIB), y que este año ha caído 8,5 puntos, se exige al gobierno que tome las medidas adecuadas y que se valore este Sector, sin menospreciar a otros". Y es que, para el líder de la Asociación esta caída de la actividad turística, significará "la llegada de una crisis económica y social".

# Los viajes de 72 horas sin cuarentena podrían reactivar el 'business travel'

Reactivar los viajes de negocio es crucial para el Sector, como destaca WTTC



El alcalde de Madrid con el galardón.

## Madrid, mejor destino de Turismo de reuniones

Madrid recibe por segundo año consecutivo el premio World's Leading Meetings & Conference Destination. *Panorama / Pág. 15*

## TAG empieza el año con nuevas incorporaciones

Travel Advisors Guild (TAG) incorpora en este 2021 a Viajes Gulliver y NL Viajes como nuevos asociados. *Panorama / Pág. 13*

## Se crea Extremadura Convention Bureau

Extremadura Convention Bureau articulará y promocionará el Turismo MICE. *Panorama / Pág. 16*

## AEC cumple su primer año con 40 asociados

En un año 40 empresas se unen a la Asociación Empresarial de Catering (AEC). *Panorama / Pág. 18*

La Agencia de Seguridad Aérea de la Unión Europea y el Centro Europeo para la Prevención y el Control de Enfermedades (EASA/ECDC) han unido fuerzas para pedir una exención de la cuarentena para las personas que viajen por menos de 72 horas. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) cree que esta medida podría indicar el regreso de

los viajes de negocios internacionales y proporcionar un impulso económico significativo. Aunque como matiza su presidenta, Gloria Guevara, "esperamos persuadir a la EASA y al ECDC de que se centren en las pruebas en la salida, en lugar de en el punto de entrada, para reducir la posibilidad de transmisión a bordo de aviones". *Panorama / Pág. 8*



## La primera IBTM World virtual reúne 'online' más de 8.300 profesionales

El primer IBTM World Virtual se ha cerrado con cerca de 13.000 reuniones de negocios y casi 8.300 profesionales de reuniones y eventos. De los compradores que asistieron, el 30% eran nuevos en la cartera de la feria. Además han asistido

más de 700 expositores, con una media de más de 19 reuniones con compradores durante el transcurso de la feria. Los organizadores han informado de una calificación promedio de calidad de la reunión de 4,6 sobre 5. *Panorama / Pág. 6*



La calificación promedio de calidad de la reunión ha sido de 4,6 sobre 5.



Incorpora algunos contenidos y servicios digitales.

## Ifema vuelve a la actividad en el primer trimestre con Estampa

Ifema trabaja a toda máquina para volver a la normalidad y recuperar el ritmo de actividad previo a la crisis sanitaria. Y es que el primer trimestre de este año retoma su actividad. El primer evento, en marzo con la convocatoria de Estampa, Feria de Arte Contemporáneo. La novedad en 2021 llegará con

la incorporación a muchas de las ferias de algunos contenidos y servicios digitales, que vendrán a complementar y a enriquecer la oferta presencial de la feria, dado los buenos resultados contrastados durante la experiencia de las ferias telepresenciales que Ifema ha celebrado durante la crisis sanitaria. *Panorama / Pág. 3*



Para el cierre de 2020 se apunta una fuerte caída, según DBK.

## En 2019 la facturación agregada de recintos feriales creció un 9%

La facturación agregada de recintos feriales alcanzó los 700 millones de euros en 2019, un 9% más que en 2018, según el Observatorio Sectorial DBK de Informa. Las favorables expectativas que presentaba el sector

al inicio de 2020 se han visto truncadas por el Covid-19, que ha obligado a la cancelación o aplazamiento de la mayor parte de los eventos. Así, para el cierre de 2020 se apunta una fuerte caída. *Panorama / Pág. 4*





**Date de alta en Conexo.net**

Diario online de Congresos, Reuniones e Incentivos

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



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



# CONEXO

## PROLOGUISTAS DE LA OBRA

- Tomo I:** **Joan Gaspart**  
Presidente del Consejo Empresarial de Turismo de CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales)
- Tomo II:** **Olga Bohera**  
Presidenta de los Capítulos Internacional y Español de AIPET (Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos)



**2**  
tomos



**2 volúmenes | 724 páginas | PVP: 18€ (+ Gastos de Envío)**  
**Solicite los libros efectuando el pedido a: [Suscripciones@Nexotur.com](mailto:Suscripciones@Nexotur.com)**



# PANORAMA

✓ COLUMNA

**Si quieres triunfar...**

**I**NVÉNTATE UNA PALABRA, pero no una palabra cualquiera, una que tenga un significado de empoderamiento, de superación, de resiliencia. Una de esas palabras que cuando la analizas te dices a ti mismo "eso, eso lo quiero para mí".

Seguro que habéis acudido a varias sesiones de trabajo en las que el conferenciante principal es un renombrado y prestigioso motivador de gestión de equipos de trabajo, adaptación al nuevo medio, integración de tecnología en metodologías actualizadas y demás acciones a las que tanto hemos recurrido en los últimos tiempos, y a mitad de su intervención, da a conocer una nueva palabra formada por las sílabas de distintos términos, aglutinadas en un todo, por ejemplo, recientemente conocí el término *Phygicall* (*Physical + Digital + all*) que viene a ser como que lo físico y lo digital es un todo, en relación a que la convivencia de la experiencia física y digital irán de la mano en el futuro gracias a la enorme incursión de la tecnología en nuestro día a día.

O aquella otra que conocí en una sesión de motivación y liderazgo que decía que los nuevos jefes deben ser "GEFES" (*GEneradores de FELicidad*) acuñando un nuevo término para los líderes de equipos de trabajo, en base a la demostrada teoría de que cuando haces tu trabajo de manera feliz, eres más productivo.

Busca tu palabra, no es fácil, pero puede ser divertido. Lo primero es buscar un término actual, por ejemplo *INFLUENCER* y luego separarla a tu gusto hasta dar con el significado que buscas que podría ser *INductor de FLUjos para vENCER*.

Aunque ninguna tan buena como la que hace poco tiempo recibí por una de las redes sociales para definir el año 2020, que es difícil de pronunciar, pero muy elocuente de lo que ha sido el que probablemente sea el peor año de nuestras vidas profesionales, creo que es algo así como *LPMQTP-HDLGP*.



**David Abreu**

Presidente OPC Madrid

## Ifema vuelve al 'face to face' el primer trimestre de 2021 con la feria Estampa

Seguirá una amplia lista que se celebrará con todas las medidas y sistemas de seguridad

**El primer trimestre de este año Ifema retoma su actividad. El primer evento, en marzo con la convocatoria de Estampa, Feria de Arte Contemporáneo. La nove-**

**dad en 2021 llegará con la incorporación a muchas de las ferias de algunos contenidos y servicios digitales, que vendrán a complementar y a enriquecer la oferta presen-**

**cial de la feria, dado los buenos resultados contrastados durante la experiencia de las ferias telepresenciales que Ifema ha celebrado durante la crisis sanitaria.**

Ifema trabaja a toda máquina para volver a la normalidad y recuperar el ritmo de actividad previo a la crisis sanitaria. Todo su esfuerzo va dirigido a la programación presencial de sus ferias y, como consecuencia, a volver a ser uno de los grandes actores de dinamización empresarial y de la reactivación económica de la ciudad de Madrid gracias al importante impacto que Genera el Turismo de negocios.

Las esperanzadoras noticias que se van sucediendo están proyectando luz para recuperar paulatinamente la actividad de un sector clave para la recuperación de la economía. Así el pistoletazo de salida se producirá en marzo de 2021 con la convocatoria de Estampa, Feria de Arte Contemporáneo, a la que le seguirán en ese mismo mes la gran cita del aceite de oliva WOOE, World Olive Oil Exhibition, las distintas ferias que integran la Semana de la Educación (AULA, Foro de Posgrado y Formación Continua, Congreso RED Interdidac y Expoelearning), así como la pasarela MBFWMadrid, que previsiblemente se celebrará en marzo aunque aún pendiente de fechas definitivas.

### Nuevos proyectos

También en el mes de abril se sucederán las ferias que engloba la Semana Internacional del Regalo (Intergift, BisutexyMadridjoya), además de Expodental Scientific Congress, que recibirá una notable participación de profesionales extranjeros, Antik Passion ALMONEDA Expofranquicia; Mulafest, y MotorMeetings by Motortec, el nuevo proyecto de Ifema para el sector de la posventa de automoción, que servirá de enlace a la



La primera convocatoria será en marzo con la Feria de Arte Contemporáneo.

próxima celebración de Motortec; convocatorias todas que volverán a dar vida a los distintos sectores económicos que representan. Por su parte, el mes de mayo recupera también la normalidad con la convocatoria del gran evento de la edificación y soluciones para la construcción, ePower&Buildi ng, que reúne los salones Veteco, Construtec, Bimexpo, Archistone, Matelec, Matelec Lighting y Matelec Industry, además de Genera, Feria Internacional de Energía y Medio Ambiente, que se celebrará en paralelo; ARCOLisboa; el evento referente en digitalización para empresas, DES-Digital Enterprise Show, y la gran cita de la industria turística mundial, Fitur, Feria Internacional del Turismo, que este año se celebra bajo el prisma de la recuperación económica tan necesaria para este sector vital para la economía, y que este año de forma excepcional cambia sus fechas al mes de mayo. Cierra por el momento la agenda del mes, una incondicional del calendario de Madrid para los amantes del arte y

las antigüedades, como es Feriarte Edición Especial, que también salva su convocatoria anual pasando al mes de mayo.

### Amplia programación

Junio confirma también una amplia programación. Se celebrarán el Salón del Vehículo de Ocasión y Seminuevo; el Foro de Medioambiente y Sostenibilidad, FSMS, que incluye las convocatorias de TECMA, Foro de las Ciudades y SRR; TRAFIC, Salón Internacional de la Movilidad Segura y Sostenible; Eco Living Iberia y Organic Food Iberia, que se celebran en paralelo, así como Iberzoo+ Propet, que cuenta con una importante presencia internacional y Gamergy -actualmente celebrando su edición especial *online*-. Ya en julio, se podrá disfrutar de una nueva edición, también excepcional por su cambio de fechas y por sus contenidos, de ARCOMadrid, que decidió su traslado a julio para ofrecer las mayores garantías de movilidad y seguridad a las galerías, coleccio-

nistas y visitantes internacionales que acudirán a esta gran cita con el arte contemporáneo, que cumple su cuarenta aniversario.

La lista de confirmaciones con las que trabaja Ifema para la vuelta del verano cuenta, hasta el momento, con las convocatorias de septiembre de las ferias Momad, Digicom y Promogift, que se unen en esta edición para reforzar sinergias entre ambos sectores; la Semana Internacional del Regalo (Intergift, Bisutex y Madridjoya), 100x100 Mascota, y la pasarela MBFWMadrid. Le siguen en octubre, grandes citas económicas como Fruit Attraction, esta vez ya presencial, lo que Generará un importante despliegue de asistencia de países y regiones, así como de profesionales del sector hortofrutícola internacional; seguido de Liber, 1001 Bodas, Estampa, Salón Look; BIT Media, dedicado a la tecnología audiovisual profesional.

Por su parte noviembre llega con SIMO Educación, Feriarte, la pasarela de moda baño Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida, y C&R, del sector de la climatización y refrigeración. En diciembre vuelven las más esperadas convocatorias para el público General como son Antik Passion Almoneda Navidad y Juvenalia. Citas todas a las que se irán añadiendo también espectáculos, conciertos y eventos de ocio a lo largo del año.

La novedad en 2021 llegará con la incorporación a muchas de las ferias de algunos contenidos y servicios digitales, que vendrán a complementar y a enriquecer la oferta presencial de la feria, dado los buenos resultados contrastados durante la experiencia de las ferias telepresenciales que Ifema ha celebrado durante la crisis sanitaria.

## Premio OPC Madrid a la Profesionalidad 2020

Ifema es uno de los grandes baluartes de Madrid como la mejor capital del mundo para ser destino MICE y atrae muchísimo trabajo e inversión financiera. El galardón reconoce el trabajo desarrollado por la institución en el sector MICE, lo que contribuye al posicionamiento de Madrid como mejor destino de congresos del mundo y el de Ifema como mejor centro de convenciones del mundo en los World MICE Awards.

La Asociación de Empresas de Organización Profesional de Congresos de Madrid y Centro, OPC Madrid, ha entregado a Ifema el Premio a la Profesionalidad 2020 por su trabajo y trayectoria como lugar de referencia para la celebración de grandes congresos y convenciones, tanto nacionales como internacionales.

La entrega ha tenido lugar en su cena anual, que este año, por el SARS-CoV-2, ha sido a la hora del

almuerzo, en el Palacio de Negrlejo, a orillas del Jarama.

### Cena anual y entrega de premio

La directora de Ifema Convenciones y Congresos, Belén Mann, ha sido la encargada de recoger el premio y poner de manifiesto la labor de la institución para atraer a Madrid grandes congresos de relevancia internacional. Esta actividad MICE ha contribuido

a posicionar a Madrid, según los últimos rankings internacionales, como mejor destino de congresos del mundo, así como a manifestar la capacidad y versatilidad de los recintos de la institución, Feria de Madrid e Ifema Palacio Municipal, para acoger eventos de todo tipo. El pasado 2019, la actividad de Ifema contribuyó a generar más de 39.300 empleos en la región, así como un impacto económico de más de 5.100 millones de euros.

# Gran caída de ingresos en recintos feriales y palacios de congresos tras alcanzar su máximo en el año 2019

Se esperaba una gran crecida del Sector durante el año 2020, mermada por la crisis provocada por la pandemia

La facturación agregada de recintos feriales alcanzó los 700 millones de euros en 2019, un 9% más que en 2018, lo que superó el máximo histórico de la serie

-de 2008-. Las favorables expectativas que presentaba el sector al inicio de 2020 se han visto truncadas por el Covid-19, que ha obligado a la cancelación

o aplazamiento de la mayor parte de los eventos programados desde mediados de marzo. Así, para el cierre de 2020 se apunta una fuerte caída.

Según el Observatorio Sectorial DBK de Informa (filial de Cesce), líder en el suministro de Información Comercial, Financiera, Sectorial y de Marketing en España y Portugal, el volumen de negocio generado por los recintos feriales y palacios de congresos alcanzó los 700 millones de euros al cierre de 2019, lo que supuso un 9,4% más que la cifra registrada en el ejercicio anterior, en el que había aumentado un 11,3%. De este modo, tras seis años de crecimiento sostenido, los ingresos del sector alcanzaron un nuevo máximo histórico, superando al anterior, que se produjo en el año 2008.

## Expectativas truncadas

El crecimiento económico y el buen comportamiento de la actividad empresarial, junto con las inversiones en renovación y modernización de las instalaciones y la mejora de la gestión de los recintos y palacios son los principales factores que en los últimos años han impulsado la demanda del sector.



En el sector operan unas 150 entidades gestoras de recintos feriales y palacios de congresos.

Los recintos feriales generaron unos ingresos totales de 540 millones de euros, cifra que se situó un 10,2% por encima de la alcanzada en el ejercicio anterior. Así, este tipo de instalaciones supusieron

más de tres cuartas partes de los ingresos del sector.

Por su parte, los palacios de congresos obtuvieron un volumen de negocio de 160 millones de euros, tras crecer un 6,7% en 2019.

Las favorables expectativas que presentaba el sector al inicio de 2020 se han visto truncadas por el Covid-19, que ha obligado a la cancelación o aplazamiento de la mayor parte de los eventos progra-

mados desde mediados de marzo. Así, para el cierre de 2020 se apunta una fuerte caída del conjunto de la actividad y los ingresos del sector.

## Alta concentración

En el sector operan unas 150 entidades gestoras de recintos feriales y palacios de congresos, en su mayor parte de titularidad pública y dedicadas a la explotación de una única instalación. En octubre de 2020 se contabilizaban 44 recintos feriales con una superficie superior a los 5.000 metros cuadrados, existiendo además otros de menor tamaño. El número de palacios de congresos era de alrededor de un centenar, excluyendo los asociados a hoteles y los integrados en recintos feriales.

La estructura presenta una alta concentración en las principales entidades por el gran tamaño de las instalaciones que gestionan. Las cinco primeras entidades reunieron cerca del 70% del total de ingresos en 2019, participación que se situó en el 76% al considerar a los diez primeros.

# Las nuevas habilidades y una alta productividad pueden impulsar la revolución de los eventos híbridos

Los eventos híbridos no son el enemigo, sino todo lo contrario: pueden generar más audiencia y más internacional, además de ser más sencillo el conseguir ponentes al no necesitarse la presencialidad física. La exitosa transición de la industria de los eventos a las experiencias híbridas se basará en mejoras en la forma en que los organizadores presentan el contenido y atraen nuevos talentos digitales, según Neil MacDougall, Presidente de la Asociación Británica de Private Equity y Venture Capital (BVCA).

El Covid-19 ha provocado que muchos organizadores pasen de los eventos presenciales a los eventos en línea como forma de conservar parte de su actividad en el año 2020. Una encuesta de etc.venues realizada a principios de este año reveló que el 73% dará a sus audiencias la opción de asistir física o digitalmente una vez que se hayan levantado las actuales restricciones a los eventos masivos.

## Futuro brillante

A la luz de su inversión en Events-Case, MacDougall predice un futuro brillante para las experiencias virtuales e híbridas, a condición de que se aumenten los valores de

producción y se atraigan nuevos talentos digitales.

"Mi predicción para los eventos online e híbridos es que habrá una mayor inversión en contenido, específicamente en dirección y producción. Me parece que se necesita mucha más mentalidad de difusión audiovisual, ya que si el contenido es bueno, atraerá a las audiencias y generará patrocinios, lo que hará que los ingresos de las entradas por asistente sean menos importantes. Sin embargo, para conseguirlo, la industria de los eventos tendrá que aportar más conocimientos y trabajar mucho más estrechamente con sus proveedores de tecnología".

Una de las ventajas más significativas de los eventos híbridos frente a los puramente presenciales es la comodidad que se ofrece a los organizadores y a los asistentes. Además de destacar la facilidad de garantizar la presencia de los ponentes, que ya no tienen que desplazarse a un lugar físico,

MacDougall cree que la industria puede aprender mucho de otros casos en los que la tecnología ha mejorado tanto la experiencia del consumidor final como la forma en que se gestiona.

"Un evento virtual o híbrido inteligente puede llegar a más

estos cursos se han vuelto híbridos o en línea. Se necesitan nuevas habilidades para impartir las clases, pero son más convenientes para la persona que se está formando y también para la organización que paga la factura".

La BVCA tiene experiencia directa en eventos virtuales ya que ha cambiado todo su calendario -incluyendo desayunos, conferencias, foros y recepciones- de experiencias presenciales a virtuales tras el inicio de la pandemia provocada por el Covid-19.

"Lo más interesante del análisis de la BVCA es que el servicio al cliente, especialmente para eventos pequeños y medianos, puede ser muy exitoso. También está claro en los últimos eventos que no todas las plataformas tecnológicas funcionan a la perfección. EventsCase ha demostrado que pueden albergar grandes eventos como el Farnborough Air Show y proporcionar una experiencia sin problemas, además de ser ágil y orientada al cliente".

La tecnología de eventos está preparada para unos cuantos años, ya que los organizadores buscan complementar sus nuevos conocimientos sobre la gestión de experiencias online con lo que ya saben sobre la organización de eventos físicos. Hablando de las áreas en las que los proveedores pueden ayudar en el desarrollo de reuniones virtuales e híbridas, MacDougall plantea la importancia de cumplir con los requisitos "periféricos" así como con aspectos más grandes y prominentes como el *networking*.

## Networking

"Los nativos tecnológicos están acostumbrados a ver rápidamente quién está en línea, interactuando de una manera más casual debido a su uso de las redes sociales y aplicaciones de mensajería. Tal vez podríamos verlos seleccionando horarios en los que están disponibles para chatear, como en el caso de Calendly. ¿Por qué no crear foros donde la gente pueda comentar lo que acaba de ver en una sesión o pedir la opinión de un experto? Este tipo de características aún no se han implementado, pero eso es en parte lo que hace que la tecnología de eventos sea un espacio emocionante para monitorear".





---

# TU OFICINA DE CUATRO ESTRELLAS

**TRABAJA COMO SI ESTUVIERAS EN CASA  
CON LOS BENEFICIOS DE UN HOTEL.**

Servicios incluidos:

- Disponible de 7:00h 19:00h.
- Sala de uso privado hasta 6 personas.
- Pantalla de 24" + mesa + silla.
- Teclado + ratón.
- Wifi.
- Agua + Nespresso.
- Desayuno.
- Parking.
- Gimnasio.

Precio por persona

**35€ IVA incluido.**

\* Promoción sujeta a disponibilidad del hotel.

\*\* Consultar con el equipo del Madrid Marriott Auditorium la posibilidad de compartir la sala.

MADRID MARRIOTT AUDITORIUM HOTEL & CONFERENCE CENTER  
AVENIDA DE ARAGÓN 400, 28022, MADRID

MEMBER OF MARRIOTT BONVOY™

[www.madridmarriottauditorium.com](http://www.madridmarriottauditorium.com) | email: [info@marriottauditorium.com](mailto:info@marriottauditorium.com) | +34 914004400 | [f](#) [@](#) [t](#) @HOTELAUDITORIUM



MARRIOTT  
MADRID AUDITORIUM

# La industria global MICE se reúne en IBTM World Virtual 2020, con cerca de 8.300 profesionales

IBTM World 2021 tendrá lugar en Fira Gran Via en Barcelona del 30 de noviembre al 2 de diciembre de 2021

El primer IBTM World Virtual se ha cerrado con cerca de 13.000 reuniones de negocios y casi 8.300 profesionales de reuniones y eventos. De los compradores que asistieron, el 30% eran nuevos en la

cartera de IBTM. Además han asistido más de 700 expositores de todo el mundo, con una media de más de 19 reuniones con compradores durante el transcurso de la feria. Los organizadores han informado de

una impresionante asistencia del 92% a las reuniones programadas previamente, y una calificación promedio de calidad de la reunión tanto de los expositores como de los compradores invitados de 4,6 sobre 5.

Éxito rotundo del IBTM World Virtual en su primera edición *online* por la pandemia de nuevo coronavirus SARS-CoV-2, que se ha celebrado entre los días 8 y 10 de diciembre. El evento se ha cerrado con cerca de 13.000 reuniones de negocios y casi 8.300 profesionales de reuniones y eventos. De los compradores que han asistido, el 30% han sido nuevos en la cartera de IBTM.

Han participado además más de 700 expositores de todo el mundo, cada uno de los cuales ha llevado a cabo una media de más de 19 reuniones con compradores durante el transcurso de la feria. Los organizadores han destacado la impresionante asistencia del 92% a las reuniones programadas previamente, y una calificación promedio de calidad de la reunión tanto de los expositores como de los compradores invitados de 4,6 sobre 5.

"El London Convention Bureau ha estado encantado de exponer en IBTM Virtual 2020 y debo felicitar al equipo por su excelente ayuda y apoyo", ha comentado sobre la experiencia en IBTM World Virtual 2020, la directora del Sector Turístico de London & Partners, Barbara Jamison. "Han respondido rápida y eficazmente a cualquier pregunta y también nos han proporcionado una serie de plataformas creativas para promocionar Londres entre los compradores registrados", añade, a la vez que destaca que "la tecnología ha sido fácil de usar y ha permitido a nuestro equipo que se ocupa de nuestros mercados en Asia Pacífico, EMEA y América del Norte y del Sur interactuar con clientes en varias zonas horarias".

Para la compradora de ETSI, Emmanuelle Wurffel, "como comprador alojado, disfruté mucho de esta edición *online* de IBTM tan especial". "Hice 38 citas en tres días con hoteles, centros de conferencias y oficinas de convenciones", asegura, mientras destaca que "la plataforma ofrecida durante IBTM World Virtual fue excelente: fácil de usar y la idea de enviar la tarjeta de presentación fue una ventaja y compartir la pantalla para mostrar mis diapositivas fue fácil y rápido". Emmanuelle continúa diciendo que "ha sido muy productivo, ya que la persona con la que estaba hablando estaba verificando instantáneamente la disponibilidad del espacio para reuniones y las habitaciones".

## Programa completo

IBTM World Virtual ha presentado un programa repleto de contenido en vivo y bajo demanda con 87

sesiones, cuatro conferencias magistrales y más de 95 oradores que han cubierto una variedad de temas diseñados para ayudar a los profesionales de reuniones a mirar hacia un futuro más brillante a medida que nuestra industria se reconstruye y se recupera después de la pandemia.

Se han llegado a ver más de 1.400 horas de contenido en vivo y bajo demanda, y el contenido ha estado disponible para ver durante dos semanas después del evento, para aquellos que se registraron para asistir. Además, en el evento de este año se ha presentado IBTM TV, patrocinado por MeetEngland y Monaco Convention Bureau, una plataforma en vivo y bajo demanda que transmitía contenido de oradores expertos directamente a las pantallas de los asistentes. Ha incluido una variedad de sesiones de panel, conferencias magistrales, informes de tendencias y ceremonias de premios.

Otra novedad de este año ha sido un programa de contenidos a medida para aquellos que realizan eventos experienciales en el flujo de experiencias excepcionales, y los compradores se han beneficiado de contenidos diseñados específicamente para ellos con IBTM

Inspire Masterclass, una pista separada a pedido con sesiones para asociaciones, corporaciones y agencias. Inspire Masterclass ha sido patrocinado por la Organización de Turismo de Corea.

## Participación relevante

El evento *online* ha reunido a algunos de los destinos y proveedores más grandes y conocidos del mundo con compradores hospedados de primer nivel de algunas de las corporaciones, asociaciones y agencias más importantes del mundo. Los expositores han incluido la Oficina de Turismo de Singapur, la Oficina de Visitantes y Convenciones de Tokio, la Oficina de Convenciones de Adelaida, Tourism Vancouver, Destination DC, The Carlton Tower Jumeirah, Visit Portugal CVB, Rhodes Bay Hotel & Spa y Bruges Meeting & Convention Center.

Además, como han destacado los organizadores, han asistido compradores de todo el mundo, incluidas asociaciones como: Sociedad Europea de Urología, Asociación de Instituciones Financieras del Desarrollo en Asia y el Pacífico (ADFIAP), Confederación Mundial de Terapia



Se ha cerrado con cerca de 13.000 reuniones de negocios.

Física, Sociedad Internacional de Ecoturismo. Y han participado también importantes corporaciones como IBM, Michelin, Dell, Boston Consulting Group, Real Madrid CF, Deloitte, Cook Medical, NIKE, Leroy Merlin, BBVA Francia, Puma Brasil, Mundipharma International Limited, Hyundai, HORIBA Medical y Schlumberger.

Al comentar al cierre de IBTM World Virtual 2020, el director de eventos de IBTM World Virtual, David Thompson, ha subrayado que "este año ha sido un gran desafío para la industria de reuniones y eventos, por lo que ha sido fan-

tástico unirme con IBTM World Virtual, para compartir nuestras experiencias del año, nuestros aprendizajes, hacer conexiones valiosas, escuchar a los expertos de la industria y, por supuesto, continuar haciendo negocios". "Estamos encantados con los comentarios de los compradores y expositores, especialmente con respecto a la calidad de las reuniones y las oportunidades comerciales generadas", concluye. Además, se ha anunciado la fecha de IBTM World 2021, que tendrá lugar en Fira Gran Via en Barcelona del 30 de noviembre al 2 de diciembre de 2021.

## IBTM World Trends Report 2021 busca comprender el impacto total que ha tenido la Covid-19 en el Sector

Turner: 'La industria ha tenido la oportunidad de reiniciarse y volver a imaginar cómo será su nueva normalidad'

Una edición más IBTM ha dado a conocer su Informe Anual de Tendencias Mundiales IBTM, que subraya el rol que la industria de reuniones y eventos debe desempeñar para *reconstruir mejor* el Sector, a raíz de la pandemia global de Covid-19 causada por el nuevo coronavirus SARS-CoV-2. El IBTM World Trends Report de este año busca comprender el impacto total que la Covid-19 también ha tenido en la industria, como pronóstico de lo que se avecina en 2021. Con más de 60 fuentes, el informe integral analiza diferentes industrias, ubicaciones geográficas y tendencias de los consumidores, y entrelaza esta información con el desempeño de nuestra propia industria para establecer una imagen de 2021 en las reuniones globales y industria de eventos.

Como destaca el autor del informe, Alistair Turner, "desde una posición de relativa fortaleza, crecimiento, prosperidad e innovación, la Covid-19 ha diezmado la

industria en 2020, provocando una gran disrupción a nivel económico, político y, a menudo, profundamente personal. El informe de este año busca comprender cómo se ha visto afectada la industria, de modo que se puedan recopilar conocimientos para el futuro". "Del mismo modo, la industria ha tenido la oportunidad de reiniciarse y volver a imaginar cómo será su 'nueva normalidad', abordando las principales tendencias como la sostenibilidad, la tecnología, la seguridad y la diversidad como áreas en las que la industria puede aprovechar la tragedia para cambiar su trayectoria y hacer las cosas mejor en el futuro", añade.

## 'Control de temperatura'

Para el director de eventos de IBTM World Virtual, David Thompson, "el Informe de Tendencias Mundiales IBTM no solo ofrece una lectura informativa y perspicaz, sino que también actúa como un 'control de temperatura'



Con más de 60 fuentes, el informe integral analiza diferentes industrias.

sobre el estado de nuestra industria y nuestro lugar dentro del mundo". "A raíz de la pandemia mundial, este informe se siente más importante que nunca a medida que avanzamos hacia una recuperación sólida y sostenible", sostiene.

Además de evaluar el impacto de Covid-19, el informe incluye un análisis económico global para 2020; una inmersión profunda en las megatendencias globales que

incluyen seguridad, sostenibilidad, bienestar, diversidad e inclusión; una exploración de la economía de la experiencia virtual; un análisis de la industria individual; un examen del desempeño de reuniones y eventos por sector; y un análisis regional. El informe se ha compilado utilizando datos clave de la industria, estudios de casos y entrevistas con expertos líderes, tanto dentro como fuera de la industria.

## Colombia, destino MICE en plena expansión

Colombia ha sido uno de los protagonistas indiscutibles del ITBM World Virtual en Barcelona al llamar la atención de empresas de 13 países, como España, Turquía, Alemania, Francia, Brasil, Reino Unido, Rusia y Estados Unidos. Así, Colombia, que mantiene los encuentros ya confirmados y las medidas biosanitarias, sigue apostando por su MICE.

## Canarias, más de 40 citas en IBTM World Virtual

Turismo de Canarias presentó su gran oferta turística en la feria IBTM World Virtual. El certamen ha propiciado unas 10.000 reuniones *online*. La Consejería de Turismo, Industria y Comercio participó, a través de Promotur, en más de 40 citas virtuales para que el comprador de producto MICE conociese la oferta de Canarias, haciendo hincapié en las medidas que ha adoptado.

## San Sebastián ha estado en IBTM World Virtual

Representantes del departamento de Congresos y Eventos de San Sebastián Turismo han participado en la IBTM World virtual de la mano de Basquetour y acompañados de cuatro empresas asociadas: Kursaal, Basque Destination, Inbasque y hotel de Londres. La delegación euskera ha disfrutado de una importante agenda de citas en esta feria profesional.

## Burgos se promociona en el feria IBTM World

La Oficina de Congresos de Burgos ha participado, entre los días 8 y 10 de diciembre en la IBTM World, una de las ferias más importantes del MICE a nivel mundial, que este año es un evento virtual por la pandemia. La representación burgalesa ha disfrutado de más de 20 reuniones con OPC para promover la actividad MICE de la entidad y de la ciudad burgalesa.

## BCB logra cinco posibles nuevos congresos para Barcelona en IBTM

El Barcelona Convention Bureau (BCB), de Turisme de Barcelona, ha cerrado la edición de la IBTM con un balance de 35 reuniones y cinco posibles nuevos proyectos para Barcelona en el ámbito corporativo. Así, durante tres días que ha durado la feria de congresos, el equipo del BCB ha mantenido diversos encuentros con clientes internacionales de todos los ámbitos del Turismo de reuniones como agencias, asociaciones, *event planners*, con el objetivo de recuperar los congresos en Barcelona tan pronto como se puedan volver a celebrar de manera presencial.

Los mercados que han mostrado más interés por Barcelona, sobre todo en el ámbito corporativo, han sido Estados Unidos y Latinoamérica, éste último considerado como mercado emergente. Además de las reuniones personales y de equipos, se ha podido participar en el programa de conferencias que se ha organizado donde se han abordado algunas cuestiones clave que afronta la industria actual, como la tecnología, la gestión de la crisis, la sostenibilidad y las tendencias futuras.



Fira Barcelona.

De cara al 2021, si la situación lo permite, están previstos 30 grandes congresos en Barcelona, entre los cuales destaca el MWC, el ISE, el European Respiratory Society (ERS) y el Seafood Expo Global.

Bajo el paraguas del BCB de Turisme de Barcelona, ha participado el Baix Llobregat Convention Bureau, el Consorcio de Promoción Turística del Penedés; el Sitges Convention Bureau, y la Diputación de Barcelona. También han participado el CCIB, Fira de Barcelona y Hotel Renaissance Barcelona como Miembros de Turisme de Barcelona.

## Turismo de Italia se alía con IBTM Events en una alianza anual

Turismo de Italia ha comunicado una alianza anual con IBTM Events que incluye los eventos IBTM World Virtual 2020 (el evento recién finalizado en diciembre); IBTM Asia Pacífico 2021; IBTM Americas 2021 e IBTM World 2021. Así, Italia ha sido uno de los líderes del principal evento global de la industria reuniones, incentivos, congresos y eventos (MICE), con más de 30 años de historia.

Durante la última feria IBTM World Virtual, los compradores del evento se reunieron con 23 empresas italianas de las siguientes siete regiones: Tirol del Sur, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Piamonte, Puglia y Veneto.

### Agenda en línea

El evento ha proporcionado una agenda en línea para cada delegado, que pudo organizar hasta un total de 30 citas y reuniones a medida entre provee-

dores y compradores. Además de un mayor protagonismo en los diversos eventos de IBTM, la alianza incluye una serie de webinarios y un blog temático sobre Italia y el MICE.

En esta última edición, las sesiones de conferencias en vivo y los foros de IBTM World Virtual abordaron algunos de los problemas urgentes del Sector, como la recuperación de la pandemia del nuevo coronavirus SARS-CoV-2 causante de la Covid-19; tecnología; gestión de crisis; sostenibilidad; futuras tendencias...



Palazzo Dei Congressi, Roma.

## Turisme Comunitat Valenciana presente en IBTM World por el MICE

Turisme Comunitat Valenciana ha estado presente en la Feria IBTM World de Barcelona, junto con cinco *convention bureau* de la zona, como son Alicante, Costa Blanca, Benidorm, Gandía y Valencia. Los *convention bureau* participantes se han citado con más de un centenar de operadores turísticos MICE internacionales en estos tres días tan fructuosos.

El secretario de Turisme, Francesc Colomer, ha recordado lo "importante" que es estar en el IBTM para promocionar la Comunitat en cuanto a su esplendor MICE, y ha resaltado también que dicho Sector es uno de los más castigados por el SARS-CoV-2. Colomer ha explicado que el MICE está resurgiendo a pesar de esos problemas, con eventos presenciales e híbridos (semipresenciales), y que la Comunitat quiere mostrar al mundo cómo de preparados están para acogerlos, por las medidas higiénicas sanitarias y más factores que hacen de esta zona un enclave MICE muy a tener en cuenta para ferias y congresos.

## Más de 1.000 reuniones de Atout France en la feria IBTM World

Este año, 50 socios de Atout France han asistido a la feria IBTM World para presentar su oferta MICE, entre ellos 12 de la región Provence Alpes Cote d'Azur, 10 de la región Nueva Aquitania, 11 de París, pero también de Córcega, Toulouse, Estrasburgo, Montpellier, Lyon, Angers, Normandía, Lille, Grenoble, así como hoteles de cuatro y cinco estrellas, Palaces de France, y la compañía aérea Air France.

Bajo la coordinación de Atout France, durante el evento han tenido lugar 1.074 reuniones con profesionales de la industria de todo el mundo, en las



que los intercambios comerciales y el *networking* han sido los comunes denominadores. Las reuniones de trabajo han tenido lugar durante los dos primeros días del evento y cada expositor francés ha tenido una media de 21 encuentro en total. Por su parte, el tercer día se ha dedicado enteramente a conferencias y foros en

directo, en los que se abordaron algunos de los problemas a los que se enfrenta la industria en la actualidad, como la tecnología, la gestión de crisis, la sostenibilidad, etc. Durante esta edición virtual del IBTM World, ha sido clave la capacidad de las empresas de conectarse con las personas adecuadas, de obtener información clave sobre la industria MICE y, por supuesto, de participar en oportunidades de *networking* sin precedentes durante estos tres días.

En palabras del responsable de Turismo de negocios en Atout France en España, Segolene Noual, "la tendencia durante la feria virtual es que los Buyers quieren reanudar la actividad con los eventos y están listos para cuando se permitirá viajar de nuevo". "Tienen fechas a partir del verano 2021 y 2022 para ir a París, Burdeos, Lyon o Niza", concluye.



Madrid no duerme.

## Madrid promociona su Turismo de reuniones en IBTM World

El Área Delegada de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, a través de Madrid Convention Bureau (MCB), ha participado en IBTM World. El encuentro anual reúne a todos los agentes que intervienen en este segmento turístico: desde agencias a asociaciones, grandes empresas, organizaciones profesionales de eventos corporativos, etc.

Para ofrecer una visión más completa del destino Madrid y dar protagonismo a los integrantes de su sector turístico, la capital está acompañada por 12 empresas

asociadas a Madrid Convention Bureau. Se trata de las agencias de viaje especializadas (DMC) AIM Group International, ITB Events y TA Spain; los hoteles Aloft Madrid Gran Vía, Eurostars Madrid Tower, Princesa Plaza Madrid, Puerta América y Mandarin Oriental Ritz Madrid; los centros de exposiciones y reuniones Ifema e Ifema Palacio Municipal de Congresos; la empresa de catering Palacio del Negralejo; y la sede especial Stadium Wanda Metropolitano-Centerplate ISG.

## Región de Murcia estrena emblema e imagen en la feria IBTM World

La Región de Murcia promocionó su oferta de reuniones, incentivos, congresos y eventos (MICE) durante la XXXIII edición de la feria IBTM World. La Consejería de Turismo, Juventud y Deportes, junto a las Oficinas de Congresos de Murcia y de Cartagena, promovieron la visibilidad y el posicionamiento de la nueva imagen MICE de la Región ("ready to meet you"), así como sus instalaciones, sus servicios y su oferta adicional, así como calidad de la Región en el Sector en sí e indirectos, como la hostelería y la naturaleza o el encanto turístico de su litoral.

La participación en esta feria ha permitido más de una treintena de contactos corporativos, reactivando el MICE, como con la campaña del nuevo spot promocional que puede ver aquí. En 2019 Murcia, Cartagena y Águilas acogieron 1.318 eventos MICE que atrajeron a un total de 183.652 asistentes.

# Los viajes de 72 horas sin cuarentena podrían reactivar el 'business travel' internacional

Las directrices de EASA / ECDC recomiendan la exención de cuarentena para viajes de estancia corta

Los viajes de negocios internacionales podrían reiniciarse si se asegura un acuerdo para salvaguardar viajes de hasta 72 horas libres de cuarentenas, dice el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC).

La recomendación conjunta para la exención de estadía corta proviene de la Agencia de Seguridad Aérea de la Unión Europea y el Centro Europeo para la Prevención y el Control de Enfermedades

(EASA/ECDC) y es bien recibida por WTTC, que representa al sector privado global de Viajes y Turismo. Reactivar el *business travel* es crucial para el Sector, como destaca la presidenta de WTTC.

La Agencia de Seguridad Aérea de la Unión Europea y el Centro Europeo para la Prevención y el Control de Enfermedades (EASA/ECDC) han unido fuerzas para pedir una exención de la cuarentena para las personas que viajen por menos de 72 horas, una medida que el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) cree que podría indicar el regreso de los viajes de negocios internacionales y proporcionar un impulso económico significativo.

La propuesta también está siendo estudiada activamente por el gobierno del Reino Unido, según el Informe del Global Travel Taskforce, del cual WTTC es un contribuyente clave, que fue preparado para el Departamento de Transporte. El WTTC está de acuerdo con EASA/ECDC, quienes han pedido que los viajeros no sean considerados automáticamente como de alto riesgo de posiblemente propagar la infección.

Sin embargo, las recomendaciones se quedan cortas, ya que no abordan el reemplazo de las cuarentenas por un régimen de prueba a la salida, y las cuarentenas causan un daño incalculable al

sector mundial de viajes y turismo que ya está en dificultades.

## Crucial para el Sector

Para la presidenta y directora ejecutiva de WTTC, Gloria Guevara, "la reactivación de los viajes de negocios internacionales es crucial para impulsar la recuperación económica global, ya que el año pasado, los viajes de negocios internacionales entrantes a través de Europa representaron 111,3 mil millones de dólares (99,8 mil millones de euros), mientras que representó más de 272 mil millones de dólares". "Las directrices propuestas por EASA/ECDC para eximir a los pasajeros de las cuarentenas por viajes de 72 horas o menos serían un paso significativo en la dirección hacia la reactivación generalizada de los viajes de negocios", asegura Guevara.

"Las aerolíneas, los hoteles y una vasta infraestructura de negocios dentro del sector global de viajes y turismo dependen en gran medida de los viajes de negocios", explica la presidenta de WTTC,

quien considera que "la pérdida de viajes de negocios internacionales deja a las aerolíneas especialmente expuestas, particularmente en rutas de corto alcance y transatlánticas altamente competitivas, que dependen de ellas para la mayor parte de sus ganancias".

"Si bien damos la bienvenida a todas las iniciativas que podrían conducir a la reactivación de los viajes internacionales, esperamos persuadir a la EASA y al ECDC de que se centren en las pruebas en la salida, en lugar de en el punto de entrada, para reducir la posibilidad de transmisión a bordo de aviones. Hay que reducir las barreras innecesarias para viajar", matiza Guevara. "Estas medidas ayudarán a garantizar la reanimación a largo plazo del sector global de viajes y turismo, que, según el Informe de impacto económico 2020 de WTTC, durante 2019, fue responsable de uno de cada 10 puestos de trabajo (330 millones en total), y obtuvo un 10,3% contribución al PIB mundial y generó uno de cada cuatro de todos los nuevos puestos de trabajo", concluye.



Viajero de negocios, en el aeropuerto con maleta.

Las pautas de EASA/ECDC consideraron la probabilidad reducida de infección para aquellos que viajan por períodos cortos (es decir, aquellos que esperan regresar dentro de las 72 horas o menos) y donde los contactos con la población local son limitados y evitan cualquier interacción social. Sugiere que dichos viajeros no

deben someterse a cuarentenas y / o pruebas de Covid-19 a menos que muestren algún síntoma del virus. Sin embargo, continuó recomendando que todos aquellos que viajen deben asegurarse de cumplir con las reglas locales de distanciamiento social, para protegerse a sí mismos y a quienes los rodean, en todo momento.

## El 'duty of care' y lo eco se perfilan como los nuevos retos para los gestores de viajes de negocios

La elección de aerolíneas, hoteles, alquileres de coches y otros servicios ligados con los viajes estará sujeta a criterios ecológicos y de seguridad

La pandemia provocada por el Covid-19 está cambiando el rol y las responsabilidades de los gestores de viajes de negocios, que se enfrentan ahora a nuevos retos para afrontar una nueva realidad, según revelan investigaciones de SAP Concur. Proteger la salud y la seguridad de los empleados, así como primar comportamientos más sostenibles y ecológicos pasan a estar entre sus prioridades.

Garantizar la salud y la seguridad del viajero como requisito previo a la hora de hacer un viaje de negocios se ha incrementado enormemente. El 51% de los gestores de viajes de negocios aseguran que se primará la seguridad a la hora de aprobar la elección de aerolíneas, hoteles, alquileres de coches..., así como servicios complementarios (aplicaciones y herramientas, sitios web...) relacionados con los viajes. Además, el 41% se plantea implantar exámenes sanitarios obligatorios antes de realizar un viaje, así como facilitar el acceso

a equipos de protección personal durante el mismo (32%).

El *duty of care*, o deber de protección de los empleados en los viajes de negocios, se está redefiniendo. Durante la pandemia, el 38% de los gestores de viajes de negocios admitieron que sus empresas no estaban totalmente preparadas para garantizar la seguridad durante el viaje en ausencia de pautas gubernamentales o para que sus empleados pudieran regresar a sus casas en caso de cuarentena (34%). Para hacer frente a este problema, uno de cada tres gestores (32%) asegura que se realizará un seguimiento estrecho de los viajes de los empleados.

## Seguridad biosanitaria

Asimismo, según el estudio de SAP Concur más de uno de cada tres gestores de viajes de negocios (36%) afirma que su empresa va a implementar soluciones y servicios para garantizar el *duty of care* en un futuro cercano, mientras que el 33%

revela que su compañía implementará estas políticas o tiene intención de revisar las actuales a largo plazo.

Primar la sostenibilidad, así como comportamientos ecológicos en las empresas también está entre las prioridades de los gestores de viajes de negocios. Este criterio ya pesa en el 45% de las decisiones, a la hora de elegir una aerolínea, un hotel, el alquiler de coche, así como cualquier servicio complementario asociado a un viaje de negocios. Aunque uno de cada cuatro gestores de viajes asegura que su organización aún no ha implementado políticas sostenibles, tienen planes de hacerlo en los próximos 12 meses. Además, también señalan la necesidad de disponer de herramientas adecuadas para dar visibilidad al impacto de los viajes en el medio ambiente, como por ejemplo las emisiones de carbono.

"La pandemia ha traído nuevos retos para los gestores de viajes de negocios", explica el *head* de SAP Concur para el Sur de Europa y África Francófona, João Carvalho.



Una gestora de viajes de negocios.

"A su labor de organización y gestión de los viajes se suman ahora las necesidades de garantizar la salud y seguridad del viajero, del deber de protección, así como primar la sostenibilidad", continúa. "En este sentido la tecnología es su principal aliado, ya que facilita el acceso a toda la información necesaria para

cumplir con los nuevos requisitos, así como la capacidad de comunicarse en tiempo real con los viajeros", señala. "Con la adopción de soluciones integradas *end-to-end* de viajes y gastos, las empresas podrán crear un enfoque más saludable, seguro y ecológico de los viajes de negocios en el futuro", concluye.

# MARRIOTT AUDITORIUM NEWS



## BIENVENIDOS A UN ESPERANZADOR 2021

Hemos entrado en una nueva etapa vital que todos empezamos a imaginar con las máximas ilusiones, anhelos y esperanzas. Como cada vez que cruzais el umbral del Madrid Marriott Auditorium, sabedores que algo nuevo va a ocurrir; una nueva historia, una nueva emoción en lo que, para muchos, es vuestro auténtico 'teatro de los sueños'. Ese al que siempre vuelves... porque sabes que jamás te defraudará.

Nuestro hotel sigue liderando sueños, siendo ese punto de encuentro de negocio y ocio; de quienes lo escogen como escenario ideal para sus reuniones de trabajo... y de los que confían encontrar en él ese calor de hogar –¡su otro hogar!– cuando vienen a la Capital para disfrutar de ella, de su historia, de su patrimonio, de su cultura, de su ambiente, de su gastronomía...

Cada espacio, cada rincón del Madrid Marriott Auditorium invita al despertar de los sentidos; porque aquí los sueños se gestan por la noche entre las sábanas de sus acogedoras habitaciones, al cerrar los ojos... para hacerse realidad nada más abrirlos y afrontar con ilusión los retos de un nuevo día. Y más allá de la escenografía material que arropa el establecimiento lo que realmente le da vida es el factor humano; el de un personal dispuesto siempre a solucionar cualquier problema, a ayudaros en todas vuestras peticiones, a haceros más agradable la estancia. Así ha sido siempre... y así lo seguirá siendo, porque es una de nuestras señas de identidad.

Afrontamos un nuevo año con ganas y mucha energía, deseosos de seguir reencontrándonos para empezar a gestar nuevas historias, nuevas sinergias. Y estamos preparados para acogeros en nuestra 'casa' que es también la vuestra, porque así nos lo habéis hecho sentir. Queremos seguir siendo los anfitriones de vuestros sueños y pondremos el alma en conseguirlo. Gracias por seguir confiando en nosotros y... ¡Bienvenidos a un esperanzador 2021!



[www.madridmarriottauditorium.com](http://www.madridmarriottauditorium.com)

[www.principefelipecongresscenter.com](http://www.principefelipecongresscenter.com)



## CADA SALÓN UNA SORPRESA, UNA ILUSIÓN

Un espacio ejecutivo, de esos en los que las ideas surgen solas y los encuentros siempre son del más alto nivel. Un lugar perfecto para celebrar tu evento y disfrutar de un servicio que alcanza la excelencia... Así es el Madrid Marriott Auditorium.

Llegó al hotel trajeado como de costumbre –sobrio azul marino, corbata a juego y camisa blanca– maletín en mano y la mente puesta en su próxima reunión de empresa –una las tantas que jalonan su apretada agenda ejecutiva– cuando, de pronto, nada era lo que debería ser. Aquel interminable pasillo que tantas veces había recorrido aparecía alfombrado de rojo y por él desfilaban mujeres engalandas con llamativos vestidos de etiqueta y hombres que lucían elegantes *smokings*. Una pasarela de lo más *fashion* en lujoso peregrinaje hacia el Auditorium, buque insignia de un establecimiento que ese día acogía una prestigiosa entrega de premios. Su cara de sorpresa lo decía todo... Y es que el Madrid Marriott Auditorium es mucho más que un hotel.

Versátil, funcional y con el mejor equipo tecnológico para que tu evento sea un éxito sin precedentes; porque tú te lo mereces todo. Con capacidad máxima de hasta 2.000 butacas, este espectacular espacio es la principal seña de identidad de un hotel ideal para todo tipo de Meetings, Incentivos, Conferencias y Eventos. ¡Existe un evento para cada tipo de cliente! Un referente internacional en el sector MICE por la diversidad de espacios, tecnología y especialización del personal que destaca por su versatilidad, como la de acoger grandes ceremonias.

Aunque, con ser la punta del iceberg MICE, el Auditorium no es ni mucho menos la única opción. El hotel cuenta nada menos que 56 salas –25 de ellas con luz natural– para celebrar todo tipo de eventos, amplias galerías para convenciones, exposiciones y ferias... y salones personalizados según las necesidades de cada cliente. Así, tan pronto puede montar una carpa gigante para almuerzos o cenas en el exterior como una convención bajo estrellas creadas para la ocasión o una gran fiesta. En Madrid Marriott Auditorium los deseos se cumplen. Tu evento, siempre a tu medida.

La gran experiencia avala a este Conference Center que, año tras año, sigue abriendo sus puertas para demostrar que todos y cada uno de los eventos tienen su propio éxito, un test perfecto para constatar que, cara al recién estrenado 2021, seguirá siendo referencia MICE en un destino *top* de negocios y convenciones como es Madrid. Empezando por una impecable ubicación estratégica: entre el Aeropuerto de Madrid-Barajas Adolfo Suárez, el Recinto Ferial de Ifema y el centro de una capital única para gozar del equilibrio perfecto entre ocio y negocio. Elegancia, vanguardista diseño y una clara apuesta por la digitalización y las nuevas tecnologías hacen que cada evento en el Madrid Marriott Auditorium sea garantía de éxito.

El ejecutivo del traje azul marino, con la sorpresa del momento aun brujuleando por su mente, se acomodó en su habitación, reflexionó y se dio cuenta que había escogido bien. Aquel era un hotel especial.



[www.madridmarriottauditorium.com](http://www.madridmarriottauditorium.com)

[www.principefelipecongresscenter.com](http://www.principefelipecongresscenter.com)





## EN FORMA, COMO EN MI PROPIA CASA



Un lugar donde el cuerpo y la mente están en perfecta simbiosis, donde cada esfuerzo tiene siempre su recompensa y donde el deporte es el resultado de una ecuación entre la mejor maquinaria y el tiempo invertido en ti mismo. Lo inmortalizó el poeta romano Décimo Junio Juvenal a finales del siglo I de nuestra era... y sigue vigente veinte después, en nuestro 'futurista' siglo XXI: *'Mens sana in corpore sano'*. Para mantener viva la llama de este adagio, Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center pone al servicio del cliente un completísimo Fitness Center que supone el mejor lugar de relax antes o después de la jornada laboral; con un gimnasio dotado de una variada gama de equipamientos. Un servicio más –y no menos importante! – de los muchos que ofrece nuestro hotel. Estar fuera de casa no significa que no podamos mantener un estilo de vida saludable. Y tras las Navidades, volver a la actividad laboral implica también cuidar nuestro cuerpo.

¡Todo a disposición de los más deportistas! Desde los que están empezando hasta lo más expertos... Hay lugar para todos. 17 puestos cardiovasculares, aparatos de fuerza con máquinas especialmente diseñadas para actuar sobre los principales grupos musculares, gran variedad de peso libre, desde mancuernas de 28 kilo-

gramos hasta estación *multipower* y de poleas... Y los usuarios más exigentes que practiquen *crossfit* podrán utilizar una estación de trabajo funcional en la que buscar –o, por lo menos, intentarlo– sus límites, llevando a cabo entrenamientos de absoluta calidad.

Pero, más allá de un *self-service* físico, y como cada persona es diferente, también existe la posibilidad de disponer de un personal *trainer* que adaptará la metodología del entrenamiento a cada cuerpo. Todo ello, sin renunciar a la tan necesaria y desestresante relajación física y mental que cada uno de nosotros busca cuando se aloja fuera de su hogar. Este momento de 'culto al cuerpo' también alcanza una nueva dimensión en el Madrid Marriott Auditorium gracias a su servicio de masajes descontracturantes y drenantes o tratamientos faciales y corporales que dejarán como nuevo. Llevar una vida sana no tiene por qué ser aburrido y hacer ejercicio libera endorfinas que dan energía y positivismo. Por ello, el gimnasio y la actividad física son el perfecto complemento a un *lifestyle healthy* gastronómico, también disponible en nuestro hotel. La temida 'cuesta de enero' afecta igualmente a nuestro cuerpo tras el *impasse* navideño, saldado con algún que otro kilo de más. Un buen momento para volver para aplicar el sabio consejo de Juvenal: *Mens sana in corpore sano*.

[www.madridmarriottauditorium.com](http://www.madridmarriottauditorium.com)

[www.principefelipecongresscenter.com](http://www.principefelipecongresscenter.com)



## COMER ES UN PLACER

El **súmmum** de la experiencia culinaria está en el Madrid Marriott Auditorium. Los sabores se conjugan creando un edén en el paladar, pero, ¿hablamos de las texturas? ¿Y los aromas? Una experiencia en sí misma que solo se puede vivir en primera persona y tan solo existe una palabra que lo defina: delicioso. La gastronomía era, es y seguirá siendo, uno de los platos fuertes en la oferta experiencial de este establecimiento. Y se pone de manifiesto en dos espacios distintos pero complementarios. El **Buffet Madrid**, fundamental para coger energía al comienzo de cada jornada –laboral o de ocio–, es una zona de restauración en la que disfrutar del desayuno más *healthy*, desde deliciosos smoothies a zumos naturales y cocina en vivo; lo mejor de la gastronomía española preparada al momento. ¿El hambre apremia? Empieza el día con energía en este espacio. Y como el *atrezzo* también cuenta para arropar el buen comer, el Buffet Madrid envuelve al comensal en un ambiente único, con murales fotográficos que nos sumergen en la más pura esencia de la capital, en un espacio con más de mil metros.

Al cerrar sus puertas –a las 11.00 h de la mañana– toma el relevo gastronómico el **Champions Bar**, un lugar donde las alegrías se ven multiplicadas en cada partido, ubicado también en la planta baja del hotel. Como su nombre sugiere, entramos aquí en una nueva dimensión emocional para cualquier almuerzo o cena informal amenizados por los eventos deportivos de más actualidad. Para ello cuenta con nueve televisiones estratégicamente situadas para poder ver diferentes eventos al mismo

tiempo, además de una pantalla de 86 pulgadas. ¡Imposible perderse una jugada!

Así, entre goles y canastas, entre *sets* y *touchdowns*, las tentaciones para el paladar van de la cocina americana más auténtica –hamburguesas, nachos, fajitas, quesadillas, ensaladas, sandwiches, pizzas...– a típicas tapas españolas, sibaríticas hamburguesas Wagyu, u opciones más *healthy*, veganas y vegetarianas. Delicioso hasta para los paladares más exigentes, para los que buscan la perfección en cada bocado. Es el espacio perfecto para un distendido break a media jornada, intercambiando opiniones, o en las veladas, para una relajante y animada tertulia maridada con *Gin Pink*, *God Father*, *Irish Gold*, *Melon Soor* o *Watermelon Margarita*, antes del retiro a la habitación para un merecido descanso. Tentador, ¿verdad? Pues se avecinan aún interesantes sorpresas...



[www.madridmarriottauditorium.com](http://www.madridmarriottauditorium.com)

[www.principefelipecongresscenter.com](http://www.principefelipecongresscenter.com)



## Amadeus y AXA Partners ofrecen seguros al viajero de negocios

Este nivel de alta asistencia incluye soluciones médicas y de asistencia de AXA Partners por toda Europa.

A partir de ahora las empresas y a los viajeros de negocios que utilizan Amadeus Cytric Travel & Expense podrán suscribirse y beneficiarse de un alto nivel de asistencia, gracias a las soluciones médicas y de asistencia de AXA Partners. El proyecto se implantará inicialmente en toda Europa.

Juntos, AXA Partners y Amadeus ofrecerán un enfoque integral de la asistencia sanitaria y de los viajes de negocios para cubrir el viaje del cliente de principio a fin.

Mientras que Amadeus cytric Travel & Expense facilitará la planificación, reserva y servicios de viaje y la gestión de gastos, los Socios de AXA complementarán el servicio con servicios sanitarios a medida, incluyendo cobertura global de asistencia médica, gestión de riesgos durante el viaje y seguro de viaje.

# Travel Advisors Guild incorpora en 2021 a Viajes Gulliver y NL Viajes como nuevos asociados

Uno de los puntos claves del plan estratégico se basa en un crecimiento ordenado de los asociados

Desde su fundación, Travel Advisors Guild (TAG) siempre ha creído que las agencias de viajes que la formaran deberían tener una marcada profesionalidad derivada del conocimiento y saber hacer de su equipo humano, además de una constatada experiencia técnica, solvencia y prestigio en el sector.

Travel Advisors Guild dio su aprobación por unanimidad a que Viajes Gulliver y NL Viajes pasasen a ser miembros de pleno derecho de la asociación, el pasado 1 de enero 2021, considerando la sólida y reconocida trayectoria empresarial de las personas que representan ambas agencias. Ambas empresas conectan con la visión estratégica del conjunto, y sin duda, contribuirán a hacer de TAG una asociación todavía más sólida y fuerte.

Viajes Gulliver, fundada en 1979 y ubicada en Valencia, está dirigida por José Tarazona, con el objetivo de ofrecer un asesoramiento único y altamente cualificado. Sus más de 40 años de experiencia en el Sector les avalan. Especializada en la atención a las empresas, ha

ido evolucionando a lo largo de su existencia con el objetivo de prestar el mejor servicio a sus clientes.

### Expertos en eventos y MICE

Son expertos en la organización de todo tipo eventos corporativos, ferias, congresos, incentivos, etc..., así como vacacional a medida de alta gama, generando valor y aportando las mejores soluciones para que se consiga el máximo resultado de satisfacción.

NL Viajes, fundada en 1990, por Carmen Varela y Ramón Juntádez, ambos con gran experiencia en el sector de viajes, está ubicada en Madrid, y más de 30 años después, esta empresa familiar sigue trabajando con el mismo enfoque que en sus inicios, con un equipo multidisciplinar y estable de profesionales de muy amplia experiencia, y con la continua garantía de ofrecer el mejor servicio, realizando todas las gestiones relativas a la organización de viajes de empresa, vacacionales, incentivos, congresos, eventos etc. de



Viajes Gulliver y NL Viajes comparten la misma filosofía de TAG.

manera completamente integral y personalizada y con un alto nivel de conocimiento y experiencia en Travel Design y MICE.

Como destaca el *managing director* de Travel Advisors, Javier Zuazola, "estamos muy orgullosos y satisfechos por la incorporación de agencias de tan reconocido prestigio, que comparten nuestra misma filosofía". "Uno de los puntos claves del plan estratégico, se basa en un crecimiento ordenado de los asociados, donde para poder acceder a ser

miembro es imprescindible que le sea cursada previamente una invitación por parte del Consejo Directivo una vez evaluadas las condiciones exigidas", explica Zuazola. Todo ello, asegura, "ayuda a ser una asociación profesional donde prima más la calidad, que la cantidad, teniendo siempre claros nuestros principales valores: compromiso, implicación, transparencia, innovación y confianza en el futuro, porque somos una asociación distinta, donde de la confianza... nos une".

# American Express Global Business Travel GBT firma nuevo acuerdo de acceso al contenido NDC con Lufthansa

Las tarifas Light y precios flexibles de Lufthansa estarán disponibles para los clientes de GBT en Neo sin coste adicional

American Express Global Business Travel (GBT) ha alcanzado un nuevo acuerdo global de contenido NDC con las aerolíneas del Grupo Lufthansa, que incluyen Austrian Airlines, Lufthansa, Swiss y Brussels Airlines. Las tarifas Light y precios flexibles del Grupo Lufthansa estarán disponibles para los clientes de GBT en Neo sin coste adicional.

Este acuerdo permite que los clientes de GBT tengan acceso sin coste adicional a todo el contenido NDC de las compañías aéreas del Grupo Lufthansa a través de los sistemas de distribución globales (GDSs). El acuerdo aplica a todos los canales de reserva con acceso al contenido NDC a través de los GDSs, incluyendo las herramientas *online* de autorreserva (OBT).

Como afirma el *chief revenue officer* de GBT, Michael Qualantone, "GBT ha vuelto a asumir una posición de liderazgo en cuanto a acuerdos de distribución y en beneficio de sus clientes". "Al trabajar juntos, GBT, las aerolíneas del Grupo Lufthansa y los GDS hemos dado un importante paso para ofrecer a los viajeros de negocios un acceso a todo el contenido NDC de una manera que les facilita la contratación y la comparación, permitiendo que GBT siga ofreciendo

el servicio que exigen nuestros clientes y minimizando las tarifas y los costes", asegura. "Veremos que el contenido que provee NDC es nuevo e innovador y que a la vez mejora la experiencia del viajero. Podemos decir que estamos trabajando junto con las aerolíneas del Grupo Lufthansa y los GDSs para llevar ese nuevo contenido a nuestros clientes y viajeros", concluye.

### Herramientas virtuales

Este acuerdo significa que el contenido NDC de las aerolíneas del Grupo Lufthansa estará disponible a través de los GDSs en las herramientas *online* de autorreserva (OBT) y a través de los asesores de viajes. Los viajeros pueden acceder a las tarifas y contratar, reservar, cambiar o cancelar sin problemas a través del canal que prefieran.

Una vez que GBT, las aerolíneas del Grupo Lufthansa y los GDS integren sus plataformas tecnológicas, los clientes de GBT tendrán acceso a la gama de ofertas más completa del Grupo Lufthansa. La primera etapa de implementación se centrará en las tarifas Light y los precios flexibles, que estarán disponibles en Neo, la herramienta de reservas *online* propiedad de GBT, desde principios de 2021

sin costes adicionales. GBT y las aerolíneas del grupo Lufthansa seguirán trabajando para mejorar la experiencia del viajero en todos los canales y ofrecer nuevo contenido NDC a sus clientes. Los *travel managers* que quieran acceder a estas ofertas deberán consultar con su proveedor de OBT el calendario de implementación del contenido NDC en el GDS.

"Estamos satisfechos de que las aerolíneas del Grupo Lufthansa estén adoptando un enfoque colaborativo para encontrar soluciones de distribución de contenido que beneficien a toda la cadena de valor", añade Qualantone. "Nuestro objetivo sigue siendo ofrecer valor añadido a nuestros clientes, acceso a mejores tarifas y mejorar la experiencia de compra, dentro de un entorno escalable que ofrece reservas y otros servicios", explica, a la vez que asegura que "GBT y las aerolíneas del Grupo Lufthansa buscan ofrecer un impacto positivo enfocando su estrategia NDC en añadir valor al cliente". "Especialmente, en el escenario actual, nuestros objetivos como empresas del sector viajes nunca han estado más alineados", concluye.

El *senior vicepresident sales* del Grupo Lufthansa Network Airlines y director comercial de Lufthansa



El contenido que provee NDC es nuevo e innovador.

Airline, Heike Birlenbach, afirma que "este acuerdo de NDC con GBT fomenta la venta directa y beneficia a nuestros clientes corporativos". "Juntos, ofrecemos acceso a las ofertas más atractivas de NDC, además de mejorar la experiencia *end-to-end* de nuestros productos más innovadores para nuestros socios a lo largo de la cadena de valor", señala. "Así, las aerolíneas del Grupo Lufthansa y GBT crearán un valor tangible y facilitarán el camino para seguir colaborando en el futuro", concluye.

El *senior vicepresident revenue management & distribution* del Grupo Lufthansa Network Airli-

nes y director comercial de Swiss, Tamur Goudarzi Pour, añade que "nuestro acuerdo con GBT es un hito importante en la entrega de contenido NDC a clientes corporativos". "Nos complace que GBT se una a nosotros para fomentar la diversidad en cuanto a distribución y poder satisfacer las necesidades de GBT de trabajar codo con codo con sus socios", comenta. "De hecho, este acuerdo demuestra que estamos duplicando nuestra estrategia de NDC a largo plazo, incluso en el escenario actual, cuando la creación de valor añadido para el cliente a través de la tecnología resulta aún más crucial", concluye.



MICE de Castilla y León.

## Castilla y León, territorio innovador que apuesta por el Turismo MICE

Madrid ha disfrutado de la presentación de Castilla y León MICE, que pretende liderar la iniciativa de Turismo MICE desestacionalizador de dicha Comunidad. La federación OPC España continúa de esta manera apoyando las propuestas de valor para la difusión del MICE de sus territorios. En este sentido, se ha presentado en Madrid la iniciativa liderada por Castilla y León en la que ha participado el viceconsejero de Cultura, Raúl Fernández Sobrino, bajo el lema 'Castilla y León MICE'.

Esta jornada profesional ha tenido por objetivo la promoción del Turismo congresual y de reuniones en esta Comunidad autónoma y está dirigida a un grupo de sociedades médicas y científicas de la capital, con el fin de impulsar la promoción y comercialización del turismo de reuniones, como producto turístico profesional, especializado y diferenciado en Castilla y León. A la presentación, celebrada en un entorno MICE, en el Palacete de los Duques de Pastrana en Madrid se han sumado diferentes Convention Bureau de España.

### Trabajo coordinado

Durante la presentación, Fernández Sobrino ha destacado "el protagonismo del Turismo de reuniones y eventos como uno de los productos turísticos clave dentro del Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2019-2023", valorando muy positivamente "el trabajo coordinado que se está realizando entre la Consejería de Cultura y Turismo y los Convention Bureau y Departamentos MICE de la Comunidad, como eje de actuación clave en la presente legislatura, que tiene como objetivo final el desarrollo de la marca MICE Castilla y León, que va a posicionar y potenciar el turismo de reuniones en Castilla y León". El Turismo MICE, de efecto desestacionalizador, es la industria en la que Castilla y León centra sus esfuerzos con el objetivo de desarrollar la marca MICE Castilla y León.

# Gran Canaria destaca como uno de los destino de Turismo MICE más seguro del mundo

Reunió a destacadas figuras de la industria turística y Turismo MICE en un evento presencial

El Patronato de Turismo y el Convention Bureau de Gran Canaria han posicionado la isla como destino MICE más seguro, en el marco de la edición nacional de Iberian MICE Forums que ha reunido del 14 al 17 de diciembre a algunos de los principales actores de la industria de Reuniones y Eventos. "Lo primero para poder reactivar el sector MICE es estar preparado como destino", ha destacado el director gerente del Patronato de Turismo, Pablo Llinares, en la mesa redonda 'Protocolos en eventos y viajes de incentivo frente a la Covid-19'. "Ahora mismo Gran Canaria tiene unos datos muy buenos", prosigue, a la vez que subraya que "esto nos permite ser un destino seguro a la hora de recibir viajes de incentivos o de congresos, además de todos los protocolos que hemos reactivado durante este tiempo: distancias de seguridad, el uso de la mascarilla, la desinfección... todo está completamente protocolarizado por el Gobierno de Canarias y estos protocolos han sido asumidos por todas las empresas del sector turístico".

"Las Islas Canarias son sin duda uno de los ecosistemas más seguros para realizar eventos, ya que nuestro clima permite acciones al aire libre y el hecho insular, si bien nos ha aislado del turismo, también nos ha protegido de la pandemia", ha explicado el responsable de Promo-

ción del Gran Canaria Convention Bureau, Sergio Maccanti. "Nunca hemos dejado de realizar eventos de todo tipo, deportivos, sociales, corporativos, siempre con los aforos controlados", concluye.

### Encuentros profesionales

Los Iberian MICE Forums son encuentros profesionales del sector MICE, que se caracterizan por su agenda de citas *one-to-one* y *networking* entre compradores y proveedores de toda la cadena de valor de los eventos y viajes de incentivos y por sus sesiones formativas. Como ejemplo de aplicación de las medidas sanitarias necesarias para llevar a cabo un evento seguro, todos los participantes de esta edición presencial en Gran Canaria se han realizado un test de antígenos antes de volar, cortesía de Seguros InterMundial.

Los organizadores de eventos, agencias de incentivos, proveedores y distintos Convention Bureau nacionales presentes en el encuentro, han trabajado además en la elaboración de un manifiesto conjunto sobre seguridad jurídica, sanitaria y crisis reputacional que se publicará próximamente. Entre las conclusiones de la jornada los ponentes han destacado la necesidad de trabajar bajo el modelo de un *lobby* nacional de Turismo que represente la fuerza del sector en España, así como la



Mesa Iberian MICE Forums Gran Canaria.

necesidad de establecer un marco normativo homogéneo para todos los países de la Unión Europea.

El Iberian MICE Forum Gran Canaria ha destacado por el alto nivel de los *event planners* asistentes, así como por la presencia de importantes nombres de la industria turística nacional como Iberia, la Asociación de Agencias de Incentivo I'M+, la Mesa del Turismo y Grupo InterMundial entre otros. El encuentro ha contado con una sesión motivacional impartida por Álvaro Vizcaíno, autor del libro autobiográfico 'Solo' en la que se basa la película del mismo nombre. Tras caer por un acantilado en una de las zonas más inaccesibles de

Fuerteventura, Álvaro luchó durante 48 horas por sobrevivir sin comida ni agua, con la cadera rota por varios sitios y una terrible herida en la mano. Experiencia de la que Álvaro destaca la gestión del miedo en momentos de crisis y la capacidad de superación del ser humano, extrapolable a la situación actual.

Durante el programa social del evento, los asistentes también han podido disfrutar de la isla a bordo de un catamarán en Maspalomas, una gincana para descubrir el barrio colonial de Vegueta y elegantes cenas en los hoteles Seaside Palm Beach, Lopesan Villa del Conde y el Santa Catalina, a Royal Hideaway Hotel.

# Alicante revalida la 'Q' de Calidad en Turismo MICE que otorga el ICTE

Así, el ACB demuestra que Alicante es un buen destino ferial-congresual, ideal para citas congresuales

Durante la mesa de certificación del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) celebrada el día 27 de noviembre, se renovó la certificación de la 'Q' de Calidad Turística al Alicante Convention Bureau (ACB), departamento de promoción del Turismo de congresos, convenciones e incentivos del Patronato Municipal de Turismo y Playas de Alicante, tras pasar la auditoría el pasado día 10 de noviembre. Desde el Patronato de Turismo, la vicealcadesa Mari Carmen Sánchez, ha señalado que "estamos de enhorabuena porque con esta revalidación se demuestra que el Turismo de congresos en esta ciudad son de calidad, el asesoramiento que otorgamos es francamente útil y seguimos trabajando para atraer cada vez más congresos a esta ciudad".

Este año, marcado por la pandemia, ha provocado que los indicadores no se hayan podido medir y comparar con años anteriores debido a la paralización casi en su totalidad de la actividad MICE, tanto en Alicante como en el resto del territorio nacional e internacional.

Sin embargo, la empresa certificadora ha valorado muy positivamente objetivos y proyectos gestionados por el ACB, como son la campaña de verano de las visitas guiadas gratuitas, organizada en los meses de julio y agosto, así como también la campaña de otoño de Alicante Destino Náutico, que ha permitido contratar a seis empresas de guías turísticos y Turismo activo y que han tenido una gran aceptación.

La edil de Turismo ha recordado que "en el Sector del Turismo no solo se trata de tener una amplia oferta, sino de alcanzar la excelencia y, además, este año cumpliendo con todas las medidas del protocolo sanitario que se nos exigen".

### Alcanzar la excelencia

A pesar de la escasa actividad MICE durante este año, el ACB ha estado colaborando en la preparación de diferentes candidaturas para congresos que ya han sido presentadas oficialmente, estando en estos momentos a la espera de su



Auditorio de Alicante.

resolución final. Una de estas candidaturas ya ha sido confirmada en Alicante, se trata del Congreso de la Asociación Nacional de Cirujanos que se celebrará en el Auditorio ADDA, certificado con la 'Q' del ICTE, entre el 26 y 28 de octubre del año 2023 con una asistencia prevista de 1.300 cirujanos.

Por otra parte, el ACB en su empeño de incentivar la calidad y el buen hacer de sus asociados ha estimulado la adhesión de los

membros del ACB al código ético de Turismo de la Comunidad Valenciana. Según palabras de la Vicealcadesa y Concejal de Turismo, Mari Carmen Sánchez, la apuesta de la ciudad por la calidad con la renovación año tras año de la 'Q' de Calidad Turística del ACB desde 2010, junto con las certificaciones Q del Museo MARQ y el Auditorio ADDA, este último certificado recientemente, posiciona como un destino MICE de calidad.

# Madrid se consolida como mejor destino de Turismo de reuniones frente a París, Dubai o Las Vegas

La capital gana, por segundo año consecutivo, el premio de la categoría World's Leading Meetings & Conference Destination

Madrid se afianza como destino de referencia para el Turismo de reuniones a nivel mundial. La capital recibía a finales de 2020 el premio de la categoría World's Leading Meetings & Conference Destination, en la

27ª edición de los premios World Travel Awards, los galardones más destacados de la industria turística que se celebraron en Moscú en una gala virtual. Un nuevo premio que vuelve a demostrar la profesionali-

zación, la competitividad y la calidad de la capital en este segmento, así como la confianza de la que goza entre los profesionales del Sector Turístico MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions).

La ciudad de Madrid revalida por segundo año consecutivo el premio de la categoría World's Leading Meetings & Conference Destination de la 27ª edición de los premios World Travel Awards. Se consolida así como el mejor destino para la organización de encuentros profesionales de todo el mundo, frente a ciudades como París, Dubai, Singapur o Las Vegas. Un nuevo premio que vuelve a demostrar la profesionalización, la competitividad y la calidad de la capital en este segmento, así como la confianza de la que goza entre los profesionales del Sector Turístico MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) que participan en estos premios anuales reconocidos como sello de excelencia del Turismo.

Con este ya son tres los galardones que ha obtenido el Turismo de reuniones madrileño a lo largo de este año. A principios de noviembre la capital recibió, por tercer año consecutivo, el premio al mejor destino de reuniones de Europa (Europe's

Leading Meetings & Conference Destination) en la edición regional de los World Travel Awards. Y, hace tan solo unos días, Madrid también fue elegida como Mejor Destino MICE de Europa en la primera edición de los World MICE Awards.

## Grandes activos

Madrid es un destino líder para el turismo de reuniones gracias a su oferta única y especializada para este segmento compuesta por grandes activos entre los que destacan sus centros de reuniones y exposiciones, como Ifema, sus singulares sedes especiales, una amplia planta hotelera o su excelente conectividad y conexiones internas. Todo ello, junto a otros aspectos como la profesionalización del sector turístico madrileño, la seguridad del destino o su amplia agenda cultural y de ocio complementaria, convierte a Madrid en la mejor elección para celebrar cualquier evento profesional.

Todos estos reconocimientos suponen un gran impulso para la ca-

pital que, a través del Área Delegada de Turismo del Ayuntamiento y Madrid Convention Bureau (MCB), continúa trabajando tanto para recuperar la confianza de organizadores y profesionales de sector MICE, a los que traslada permanentemente todas las protocolos implementados por Madrid para ser uno de los destinos más seguros del mundo, como para seguir garantizando la excelencia en los servicios, las propuestas innovadoras que ofrece el turismo de reuniones madrileño y la dedicación de sus profesionales, aspectos que se han convertido en unas de las principales señas de identidad de la capital.

Para demostrar su compromiso absoluto con el sector, se están poniendo en marcha nuevas acciones de promoción y comunicación en las que las más de 200 empresas asociadas a Madrid Convention Bureau tienen un protagonismo especial. Un impulso a la colaboración público-privada por la que siempre se ha apostado y que se pretende promover ahora más que nunca.



El alcalde, con el galardonado a Madrid.

Las grandes líneas de actuación que se llevarán a cabo próximamente se han definido en un plan estratégico de posicionamiento y promoción de la ciudad que reactive y refuerce el sector dada la crisis provocada por la pandemia de Covid-19. En una primera fase, la actividad promocional estará centrada en el mercado nacional y de cercanía, así como en el mercado asociativo. Otra de las

líneas maestras serán las acciones formativas para los socios de Madrid Convention Bureau. Además, se continuará haciendo hincapié en la creación y difusión de herramientas para que los organizadores profesionales internacionales de reuniones y eventos conozcan las adaptaciones realizadas por Madrid para ser un destino de confianza en el que llevar a cabo sus proyectos.

# Mallorca trabaja para afianzarse como destino MICE

Se celebra la IV Mallorca Loves MICE, evento que ha reunido hosted buyers de eventos nacionales

El Turismo de Congresos e incentivos es uno de los productos prioritarios para Mallorca, que antes de la irrupción de la crisis del Covid-19 se estaba posicionando como uno de los principales destinos MICE. El sector ha ido mostrando un crecimiento escalonado y continuo, especialmente desde la inclusión de Mallorca como destino de grandes congresos y con el añadido del Palacio de Congresos al portafolio de la isla. Cabe destacar también la alta especialización y larga trayectoria de los profesionales en la isla, un entorno natural privilegiado y unas excelentes instalaciones adaptadas a las diferentes necesidades del sector MICE.

Las previsiones para 2020 eran excelentes, tanto por parte del sector asociativo como del corporativo. El reto, ahora, es replantear las estrategias más adecuadas frente a la coyuntura actual existente. Para la isla resulta fundamental la coordinación y el trabajo en equipo, iniciativa pública y privada, para beneficiar el sector MICE en concreto y a la totalidad del sector turístico, en el sentido más amplio.

Bajo criterios irrenunciables de sostenibilidad social, económica y medioambiental, el tejido turístico

de la isla, tanto en su vertiente pública como privada, se muestra cohesionado para ofrecer el mejor de Mallorca en el ámbito MICE.

## Mallorca loves MICE

El Palau de Congresos de Palma albergó el pasado 4 de diciembre la IV edición de Mallorca Loves MICE, evento de referencia para profesionales del Turismo de reuniones, incentivos, congresos y eventos, creado con el fin de fortalecer el potencial que la isla tiene en este segmento.

El evento tuvo lugar de forma presencial y, adaptándose a la coyuntura actual, también se ha retransmitido en *streaming* a través de la plataforma Zoom de manera gratuita, fomentando la creación de alianzas entre la iniciativa pública y privada en Mallorca, cuyos principales actores podrán compartir estrategias dirigidas a posicionar Mallorca como destino MICE de primer nivel para eventos de gran formato en el ámbito internacional.

Concretamente, un total de 20 *hosted buyers*, entre los que se encuentran agencias y organizadores de eventos con sede en territorio nacional, han asistido al Mallorca

Loves MICE, quienes han podido conocer de primera mano el potencial de los proveedores de la isla.

La jornada arrancó a las 10:00 horas con las entrevistas a los *partners* y expositores del evento. A las 11:00 horas, el *conseller* de Turismo y Deportes y director de la Fundación Mallorca Turismo (FMT), Andreu Serra, inauguraba el evento, para dar paso a las intervenciones y mesas redondas que este año se han centrado en el "nuevo futuro" del sector MICE.

El *past president* del Foro MICE y director general corporativo de *beon*.Worldwide, Luis Gandiaga, ha invitado a la audiencia a identificar con él nuevas fórmulas de reconstrucción para abordar el contexto presente y futuro de manera flexible, realista y colaborativa. A continuación, el director de Responsabilidad Social Corporativa de Meliá Hotels, Tomás Franquet, y la directora general de AnySolution, Dolores Ordóñez, han intervenido en la mesa redonda sobre sostenibilidad a 360 grados como estrategia ganadora de posicionamiento y *revenue* para el destino y las empresas alineadas, y en la necesidad y virtud de adaptarse al nuevo medio y al nuevo negocio, aportando más valor al cliente y ca-



Un total de 20 *hosted buyers* han asistido al Mallorca Loves MICE.

pitalizando formación y *knowhow*. El encuentro ha finalizado con la intervención de la *coach* de alta dirección Cristina Beascochea.

Continuando con el objetivo de poner en valor los conceptos de seguridad, sostenibilidad y calidad de Mallorca, mostrando un destino seguro y preparado para la recuperación del Sector Turístico, tal como establece el recién aprobado Plan de Actuación 2021 de la FMT, la entidad ha estado presente también el día 4 de diciembre en el webinar 'Claves

para la recuperación del sector turístico en la era post-Covid'.

El Consell Insular, representado por la Directora de Turismo del Consell de Mallorca, Lucía Escribano, junto con Sien Consulting y Avante Medios ha ofrecido un webinar dirigido a empresarios y destinos turísticos que busquen soluciones ante el panorama actual. En él se ha hablado de las claves para aprovechar al máximo los avances tecnológicos, implantarlos en el sector y conseguir una recuperación más rápida y eficiente.

# Extremadura Convention Bureau impulsará el Turismo MICE con colaboración público-privada

El director general de Turismo, Martín Simón, ha anunciado la creación de este club de producto

Se crea el club de producto Extremadura Convention Bureau, que agrupará a palacios de congresos y otros espacios para la celebración de reuniones profesionales e incentivos, alojamientos, OPC, restaurantes,

empresas de actividades complementarias y servicios turísticos. En el que trabajarán las Administraciones públicas y las empresas para articular y promocionar el Turismo MICE. Seguirá el modelo de los

otros cuatro impulsados por la Dirección General de Turismo: Birding in Extremadura, Ruta del Queso de Extremadura, Ruta del Aceite de Extremadura y Ruta del Ibérico Dehesa de Extremadura.

El director general de Turismo, Francisco Martín Simón, ha anunciado a finales de diciembre la creación del club de producto Extremadura Convention Bureau, en el que trabajarán las Administraciones públicas y las empresas para articular y promocionar el Turismo MICE (acrónimo en inglés de Reuniones, Incentivos, Convenciones y Eventos) en la región. Este nuevo club ha sido demandado por el Sector Turístico en cuatro jornadas profesionales celebradas en las últimas semanas en Plasencia, Cáceres, Mérida y Badajoz y en el webinar 'V Jornada Profesional de Turismo MICE Extremadura: avance de resultados y hoja de ruta', que ha contado con la participación de unos 150 asistentes.

Esta iniciativa, según ha explicado Martín Simón en el encuentro virtual, agrupará a palacios de congresos y otros espacios para la celebración de reuniones profesionales e incentivos, alojamientos,

organizadores profesionales de congresos (OPC), restaurantes, empresas de actividades complementarias y servicios turísticos.

## Generador de ideas

El director general de Turismo ha señalado que Extremadura Convention Bureau será "un lugar donde encontrar toda la información para organizar eventos, congresos o incentivos en la región". "La clave del éxito de un club de producto como este es el aprovechamiento de las sinergias entre las empresas, la suma de esfuerzos y la capacidad de generar ideas para crear experiencias turísticas, innovadoras y de calidad", afirma.

Este nuevo club de producto seguirá el modelo de los otros cuatro impulsados por la Dirección General de Turismo, en el que colaboran entidades públicas y cerca de 400 empresas: Birding in Extremadura (especializado en

el turismo de observación de la naturaleza y las aves), Ruta del Queso de Extremadura, Ruta del Aceite de Extremadura y Ruta del Ibérico Dehesa de Extremadura.

Martín Simón ha asegurado que "vamos a darle una proyección clara a Extremadura Convention Bureau porque el Turismo MICE tiene futuro en Extremadura". "Es necesario articular toda la cadena de valor del sector y focalizarnos en este tipo de turista de negocios, que busca la calidad, la excelencia y que gasta una media de 208 euros diarios, frente a los 146 euros diarios del turista de sol y playa, por lo que los beneficios están claros", ha añadido.

El director general de Turismo también ha hecho un repaso de las acciones realizadas recientemente para promocionar Extremadura como destino de Turismo MICE. De esta manera, ha destacado entre otras la participación en eventos especializados como Forum Business Travel, IBTM World y



Cartel del webinar sobre MICE y Convention Bureau.

Fitur MITM, la colaboración con publicaciones del sector y la organización de viajes de prensa.

En el webinar se han analizado igualmente las conclusiones de las reuniones virtuales de Plasencia, Cáceres, Mérida y Badajoz, en las que han participado unos 60 profesionales turísticos. En este sentido,

el moderador de dichas jornadas, Juan Carlos Tejada, ha apuntado durante su intervención cinco líneas de trabajo para dar un nuevo impulso al Turismo MICE en Extremadura, que pasan por mejorar la planificación, la promoción y el marketing, la colaboración intersectorial, la digitalización y la comunicación.

## MCB homenaja a sus prescriptores en lo congresual en la Recognition Night

Madrid ofrece todo su agradecimiento a los profesionales que apuestan por la capital como sede para la celebración de sus congresos. La concejala delegada de Turismo, Almudena Maíllo, participó este jueves en la 13ª edición de Recognition Night. Este encuentro anual, promovido por Madrid Convention Bureau (MCB) en el marco de su Programa de Embajadores, es un reconocimiento a todas aquellas personalidades que desde el ejercicio de su labor promueven la imagen de la capital en el ámbito congresual.

El acto homenaje tuvo lugar en los Jardines de Cecilio Rodríguez con un nuevo formato y en línea con todos los protocolos higiénico-sanitarios y de prevención aconsejados por las autoridades como la reducción del aforo o el uso de mascarillas, entre otros. Esta nueva cita, que habitualmente tiene lugar en torno al mes de julio, demuestra que Madrid es un destino capaz de organizar eventos seguros, transmitiendo confianza a los potenciales prescriptores de la capital.

En esta edición, se ha reconocido la labor de difusión del destino Madrid de siete profesionales vinculados a congresos nacionales e internacionales que han tenido lugar en la capital este 2020. Con ellos, son ya un total de 228 las personalidades homenajeadas desde el inicio de esta iniciativa en el año 2008.

Entre estos profesionales destacan personalidades como Mª Dolores Pérez del Caz, jefa de sección de la Unidad de Quemados, Servicio de Cirugía Plástica y Reparadora del Hospital La Fe de Valencia, por el 9º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Heridas, que se celebró en febrero en el hotel Meliá Avenida de América y Virginia López Valiente, directora general de Cruises News Media Group, por el X International Cruise Summit, un congreso que en todas sus ediciones ha apostado por Madrid y que ha tenido lugar los pasados días 1 y 2 de diciembre en el hotel Meliá Castilla en formato híbrido.

## Reconocimientos especiales

Debido a la situación tan excepcional a la que ha tenido que enfrentarse el sector durante este año, se han querido sumar dos nuevas tipologías de premios. La primera de ellas, de carácter personal, para ofrecer un reconocimiento especial a siete colaboradores y embajadores veteranos por el apoyo ofrecido con su participación y conocimientos tanto a Madrid Convention Bureau como a las empresas asociadas a este organismo durante todo 2020.

La segunda, centrada en el ámbito sectorial, ha premiado al sector



Recognition Night.

MICE por su resiliencia y solidaridad demostrada durante la pandemia y al sector sanitario por su dedicación y el papel fundamental que ha desempeñado y desempeña protegiendo la salud y la vida de todos. Este pequeño homenaje a todos los sanitarios fue recibido por Santiago Moreno, jefe del servicio de Enfermedades Infecciosas del Hospital Universitario Ramón y Cajal y embajador de Madrid Convention Bureau en 2018.

El Programa de Embajadores promovido por el Área Delegada de Turismo a través de Madrid Convention Bureau tiene el objetivo de ayudar a los responsables de la organización de un congreso en Madrid. Una colaboración que se inicia mucho antes de la puesta en marcha del encuentro y que se mantiene hasta después de su celebración, incluyendo nuevas perspectivas como la sostenibilidad o la generación de impacto positivo.

## Palau de Girona tiene esperanza para reactivar el sector MICE

Más de 40 empresas del sector MICE, representada por hoteles, restaurantes, empresas organizadoras de eventos, empresas de incentivos, espacios singulares, empresas de transportes, se dieron cita el pasado 20 de noviembre con el objetivo de trabajar conjuntamente para posteriormente consensuar unas líneas estratégicas de trabajo como ciudad.

En la jornada, inaugurada por el director del Palau de Congressos de Girona, David Ibáñez, contó con la participación del director de OPC Torres Pardo y actualmente presidente de OPC Cataluña, Guillem Torres, en una conversación con la responsable comercial del Palau de Congressos de Girona, Marta González, durante la que destacaron la importancia de adaptarse a las nuevas necesidades de seguridad y beneficiarse de la tecnología que permite desarrollar congresos y obtener datos de los intereses de los participantes para poder avanzar sus necesidades como clientes, pero sin olvidar el valor humano que es tan necesario en los eventos. Por lo que se desprende en el sector MICE, tan pronto como la gestión de la pandemia esté más controlada, los eventos volverán a ser presenciales o híbridos, y se dispondrá de la virtualidad como un valor añadido más.



Palau de Girona.

Dicho evento estuvo diseñado con elementos tecnológicos que facilitaron el trabajo en equipo mediante dinámicas de cohesión de grupos. Esta jornada de trabajo es la continuidad a la primera jornada híbrida que se realizó en el mes de julio en la que se plasmaron las necesidades del sector asociativo (médico, académico y científico), farmacéuticas, y expresaron sus inquietudes y necesidades en los eventos ante la situación pandémica actual.

Desde el Palau de Congressos de Girona ya se está trabajando en la organización de una tercera jornada del sector MICE con el objetivo de crear producto y servicios que den respuesta a estas nuevas necesidades y a la que se unirán los agentes, empresas y entidades que forman la oferta del turismo de negocios de la ciudad de Girona, dando forma a una hoja de ruta hacia esos nuevos objetivos.

## La crisis por el Covid-19 impacta en la sostenibilidad turística

El 10 de diciembre en la Convención Virtual de la ITB en ITB.com, los expertos de la industria hablaron sobre cómo la pandemia de coronavirus ha impactado en los esfuerzos de sostenibilidad en la industria hotelera, de cruceros y en los destinos. En la última sesión del año de la Convención Virtual de la ITB, los principales expertos de la industria discutieron cómo la pandemia de coronavirus ha impactado en la sostenibilidad del Turismo. El panel moderado por la comisionada de RSC de ITB Berlín, Rika Jean-Francois, discutió sobre la Covid-19: ¿Un catalizador o un obstáculo para la sostenibilidad en el Turismo?

Durante la crisis del coronavirus, temas como la protección del clima y la conciencia ambiental en el Turismo se han ido desvaneciendo cada vez más en un segundo plano. Gerente ambiental senior de TUI Cruises,

Lucienne Damm, el CEO Global Sustainable Tourism Council (GSTC), Randy Durband, el CEO Studiosus Reisen, Peter-Mario Kubsch, y la vicepresidente Global Sustainability, Kempinski Hotels, Julia Massey, han discutido si, después de salir del pandemia, los formuladores de políticas volverán a impulsar los problemas de sostenibilidad o se centrarán principalmente en una recuperación económica.

Los oradores también han ofrecido sus puntos de vista sobre si, como resultado del Turismo nacional, menos vuelos, cruceros y escapadas urbanas, los viajes más respetuosos con el medio ambiente se generalizarán de todos modos. Los asistentes también han podido conocer los planes concretos de sostenibilidad que los operadores turísticos, los destinos, los organizadores de cruceros y los hoteles pueden seguir en el futuro.



Cartel ITB Berlín 2021.

## Sevilla y Málaga: un calendario conjunto de ferias y congresos para evitar duplicidades

Las dos ciudades andaluzas han alcanzado un acuerdo en Turismo MICE

Los alcaldes de Sevilla y Málaga, Juan Espadas y Francisco de la Torre, han anunciado durante su participación en el encuentro telemático colaboración y sinergias entre las ciudades de Sevilla y Málaga —organizada por APD y PWC— que ambas capitales, a través de Fibes y Fycma, acordarán un calendario conjunto de ferias y congresos para evitar duplicidades e impulsar la internacionalización de su agenda.

Espadas y De la Torre han coincidido en que la colaboración entre instituciones es necesaria para el desarrollo de propuestas y estrategias comunes que permitan el fortalecimiento de la actividad ferial y congresual en beneficio no sólo de ambas ciudades, sino también de sus respectivas provincias y de la comunidad autónoma en su conjunto. Para ello, ambos alcaldes considerarán oportuno planificar acciones y hacer un análisis del mercado conjuntamente, desde Fibes y Fycma, para posicionar al Sector como una herramienta trectora y dinamizadora de la economía andaluza.

La suma de Fibes y Fycma pretende alcanzar un objetivo compartido: anuar iniciativas que, dando

solidez y solvencia a la industria ferial y congresual, impulsen la competitividad de la región y generen empleo. Espadas y De la Torre han concretado que el trabajo empezará por elaborar, de común acuerdo, un calendario armonizado, coherente y diverso que evite la duplicidad de convocatorias. Para ello, se pondrá en pie una estrategia que consistirá en la alternancia de ferias y eventos entre Sevilla y Málaga. También se planteará la captación conjunta de grandes citas para las que ni Sevilla ni Málaga tienen capacidad por sí solas y que Andalucía puede atraer apoyándose en ambas ciudades.



Reunión para el acuerdo.

## Canarias debuta en el Top 10 mundial de destino para el teletrabajo en Nomadlist

El 'portal' sitúa a Tenerife y Las Palmas en el top 10 de destinos para teletrabajar

Canarias se ha situado por primera vez a finales de 2020 en la historia en el Top 10 de destinos mundiales para teletrabajar, según el 'portal' digital experto en la materia [www.nomadlist.com](http://www.nomadlist.com). En concreto, Tenerife ha ocupado el lugar número seis y Las Palmas de Gran Canaria el siete de los mejores diez destinos catalogados por este afamado 'portal' de viajeros digitales, que construye su ranking diario de los mejores destinos para teletrabajar según la repercusión de los mismos, la notoriedad que alcanzan entre la comunidad de viajeros teletrabajadores y consideraciones como la oferta de servicios para la comunidad de viajeros teletrabajadores, la libertad de prensa, el coste de la vida, la seguridad, el clima o la igualdad.

La consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla, destaca que "no se trata de la primera vez que un destino de las Islas Canarias se sitúa entre los mejores para teletrabajar entre la comunidad viajera adscrita a Nomadlist.com, y, de hecho, Las Palmas de Gran Canaria se ha consolidado como un destino muy respetado en esta lista desde hace años, pero sí supone una novedad que nuestra marca turística Islas Canarias haya visto situarse a sus dos capitales en este ranking mundial simultáneamente". Este posicionamiento se



Trabajadores en remoto, una nueva vía para mezclar trabajo y vacaciones.

produce después de que Turismo de Islas Canarias haya puesto en marcha el Plan de Acción para la atracción de turistas de la categoría de Remote Workers y ejecutado sus primeras acciones.

Además, Castilla se ha reunido con el CEO de la comunidad global Wifi Tribe, Diego Bejarano, con más de 900 miembros de 63 nacionalidades, con presencia en 75 destinos del mundo, para estudiar

proyectos de colaboración que sitúen a las Islas en un punto de referencia para este segmento de clientes. El clima, el huso horario, las infraestructuras, la banda ancha, la naturaleza y la seguridad sanitaria son los valores principales que los responsables de Wifi Tribe destacan de Canarias a la hora de ser elegidas como destino para los remote Workers del mundo, en especial, para los norteamericanos.

## Se amplía IV Fitur Festivals & Events a todo tipo de eventos

Entre las novedades que ya avanza la Feria Internacional de Turismo, Fitur 2021, en esta edición especial centrada en la recuperación de la industria turística, se encuentra la ampliación de la sección Fitur Festivals, que ahora y bajo el nuevo nombre Fitur Festivals & Events reforzará sus contenidos y atractivo profesional, con la incorporación de segmentos relevantes y de creciente potencial de negocio.

De esta manera, además de la oferta de festivales de música en vivo, Fitur Festivals & Events se amplía para acoger un mayor abanico de propuestas de distintas tipologías, como son los festivales culturales —danza, teatro, ópera, exposiciones, museos, etc.— así como a eventos y competiciones deportivas como Fórmula 1, golf, regatas, fútbol, Olimpiadas, etc.

### Plataforma de contacto

El objetivo de Fitur Festivals & Events es ofrecer una plataforma donde conectar con todos los agentes que integran esta tipología turística: destinos, transporte, hotelería y alojamiento, turoperadores y mayoristas, organizadores de



Un Fitur Festivals pasado.

espectáculos y eventos, empresas de *ticketing*, etc., en el marco de Fitur, la gran feria internacional de la industria del Turismo que organiza Ifema y que, en 2021, se celebrará, de manera excepcional, del 19 al 23 de mayo.

Fitur Festivals & Events, que cuenta con la colaboración de la Asociación de Promotores Musicales (APM) y Squarefer dispondrá de una zona de exposición, una Agenda B2B con compradores internacionales y nacionales, un escenario para la celebración de mesas redondas y presentaciones de informes sectoriales por parte de los expositores.

## Las ferias son eventos seguros, asegura ON-GO!

La Asociación de Diseñadores y Productores de Stands y Eventos ON-GO! se ha reunido con el director general de Fira de Barcelona, Constantí Serrallonga. Se ha tratado el plan de acción para la primavera de 2021, y se ha destacado que hay previstos cuatro eventos relevantes: Ensenyament, Automóvil, ISE y MWC. También se habló de la seguridad en los eventos feriales.

## PortAventuraB&E sigue con las directrices por Covid-19

PortAventura Business & Events proseguirá con su actividad a partir de enero siguiendo las instrucciones y directrices marcadas por las autoridades en Cataluña en relación a la organización y el desarrollo de eventos. La división de eventos de PortAventura, que trabaja con un calendario propio y diferenciado al de los parques temáticos, espera poder abrir su Centro de Convenciones.

## Renfe, transporte oficial de los eventos del PCC

El Palacio de Congresos de Córdoba y Renfe han firmado un acuerdo de colaboración por el cual ambas entidades se unen con el fin común de promocionar los servicios de transportes en ferrocarril y la ciudad de Córdoba como destino turístico y de negocios, a través de diversas acciones. Además, promocionar el MICE tiene premio: descuento en AVE y larga distancia.

## El palacio congresual ilicitano, por 30 millones

Elche está cada vez más cerca de poder disfrutar de un palacio ferial-congresual propio para acoger destacados eventos del sector MICE. Así, se sabe que, del presupuesto de 2021, la Diputación ilicitana destinará 50.000 euros para comenzar a redactar el proyecto, cifra que podría incrementarse si se considerase necesario, ya que ha habido voces críticas por el presupuesto inicial.

## El CCIB obtiene el Safe Travels del World Travel & Tourism Council

El Centro de Convenciones Internacional de Barcelona (CCIB) ha logrado el Safe Travels que concede el World Travel & Tourism Council (WTTC). Otorgado a través de Turisme de Barcelona, la entidad encargada de gestionar y conceder el distintivo en Barcelona, el objetivo es transmitir un mensaje de seguridad y confianza.

El distintivo se ha desarrollado en colaboración con las organizaciones internacionales de referencia que siguen las directrices de la Organización Mundial de la Salud (OMS). A su vez, de cara a los profesionales del sector, es una credencial reconocida internacionalmente que acredita la implementación de medidas de seguridad y prevención frente a la pandemia.

### Máxima prioridad

El director general del CCIB, Marc Rodríguez, ha recordado que "la seguridad es nuestra máxima prioridad" y era "primordial disponer de un certificado que supone el mayor reconocimiento estatal e internacional". El recinto, de 100.000 m<sup>2</sup>,

ha elaborado distintos protocolos que se adaptan a cada evento y que ya se han aplicado en los últimos eventos desarrollados en el centro de convenciones, en el plató virtual del CCIB y en los conciertos del Auditorio del Fórum. Con el sello Safe Travels, Rodríguez ha añadido que "nuestros clientes y visitantes pueden continuar con la certeza que el centro aplica todos los protocolos y pueden desarrollar sus eventos con todas las garantías y seguridad".

Entre otros, los protocolos indican el uso obligatorio de mascarilla, la limpieza de manos y el mantenimiento de las distancias serán obligatorias. Además, entre las medidas destacadas, se controlan los accesos y los aforos máximos, se utilizan amplias salas, se realizan controles de temperaturas y se desinfectan de manera constante los espacios con ventilación reforzada de las salas. Así, el distintivo permite a los viajeros reconocer en cualquier país del mundo las empresas, entidades y destinos que hayan adoptado protocolos de seguridad e higiene del WTTC y que tienen el apoyo de la OMT.

## En su primer año de actividad 40 empresas se asocian a AEC

Un año de vida, una situación crítica en el sector, cambios de procedimientos, reactivación del servicio, innovación en el modelo de negocio, reivindicación de medidas para el sector... no se han quedado quietos y ya son 40 empresas las que confían en la Asociación Empresarial de Catering (AEC). Los objetivos y necesidades individuales, cuando son muchos, dan visibilidad, y este es el motivo de que la Asociación Empresarial de Catering siga adelante, aseguran desde la asociación.

Hay un camino por delante complicado, pero los miembros de AEC tienen la ilusión de poder recuperarse cuanto antes para que el Sector se reactive pronto, convenciendo al cliente de que el servicio es seguro, y que es posible hacer eventos. De esta manera, animan a todas las empresas de catering

a que se vayan uniendo a ellos y así conseguir que cada vez más se oiga al Sector.

### Garantías de seguridad

La organización de un evento y el servicio de catering correspondiente es una gestión segura aplicando todas las medidas y recomendaciones. Las empresas de catering dan



garantías de seguridad para asistentes y empleados, han invertido en nuevos formatos, han creado un sello de calidad de la propia Asociación, aplican un control a los asistentes, han

adoptado nuevas medidas de higiene, son conscientes de lo importante que es la distancia social, aplican las limitaciones de aforo interiores y exteriores, y han sido los primeros en adoptar protocolos.

## Título de experto profesional de Travel Manager de Aegve y Uned

Un año más se va a desarrollar el Curso de Experto profesional de Gestión de Viajes de Empresa, las condiciones del mismo serán las habituales de años pasados. Así, Aegve se consolida como líder formativo del Sector, con este curso universitario y su Aegve School, junto a la Universidad Nebrija.

El curso se llevará a cabo a través de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (Uned) y estará compuesto por cinco temas y un trabajo final, que será acreditado con 30 créditos universitarios, disponiendo además de la correspondiente certificación oficial. La duración del curso es de un año natural, desde el 15 de enero hasta el 15 de Diciembre.

No hay requisitos mínimos de acceso. Este curso está destinado a los profesionales del sector de los viajes y estudiantes de Turismo que estén interesados en ampliar sus conocimientos y for-

marse en este área de la gestión en el ámbito del funcionamiento de una empresa.

Anualmente, empresas de los más diversos sectores dedican una parte importante de sus recursos a la gestión de los desplazamientos de sus empleados. Como cualquier otra actividad económica desarrollada en un ámbito productivo, requiere de un riguroso desarrollo y aplicación de los más exigentes modelos de calidad. Para la construcción de una política coherente de viajes en una empresa

es indispensable el conocimiento de las implicaciones legales y laborales que el desarrollo de un desplazamiento de un empleado implica. La utilización de las últimas tecnologías aplicadas a la gestión de los viajes en una empresa es imprescindible para conseguir eficiencia y calidad en un proceso que supone una elevada parte del presupuesto.



Los presidentes, Santiago Aguilar y Juan Ignacio Collado, en la firma.

## AEPT y Asociación de Agencias de Incentivos I'M+ firman convenio

La Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) ha firmado un acuerdo de colaboración con la Asociación de Agencias de Incentivos I'M+. El objetivo de esta alianza no es otro que fortalecer las relaciones entre ambas mediante la convocatoria de semanarios, organizaciones de actos turísticos, foros de interés, así como actividades de ámbito lúdico, entre otras muchas acciones.

Tras una reunión mantenida el pasado 23 de noviembre entre

el presidente de AEPT, Santiago Aguilar, y el presidente de I'M+, Juan Ignacio Collado, se llevó a cabo la firma entre ambas asociaciones de un convenio de colaboración. De esta manera, se da el pistoletazo de salida a lo que ambas partes están convencidas que se traducirá en una próspera y duradera relación. La convocatoria de jornadas informativas, foros de interés, seminarios, actos o actividades de carácter turístico serán algunas de las acciones que llevarán.

## Primer gran congreso que se celebra en Bizkaia

El Bilbao Exhibition Centre (BEC) acogió de nuevo un congreso de gran formato. Demostró así que los eventos presenciales son seguros, gracias a las medidas y a la responsabilidad y profesionalidad del sector MICE. Más de 500 personas acudieron al primer gran congreso que se celebra en Bizkaia desde marzo de 2020. Los congresos de gran formato regresaron al Centro de Convenciones de BEC con la celebración de la Asamblea Intercongresual de LAB; un encuentro que contó con la participación de más de 500 personas presenciales y varios asistentes que se conectaron a través de *streaming*.

La versatilidad del Auditorio y de la Sala Luxua de Torre BEC propició que los asistentes disfrutaran de diferentes áreas de reunión y catering. En esta línea, también se habilitaron nueve comedores con una capacidad para 60 personas cada uno, que generaron nuevas sinergias y *networking* cumpliendo con las máximas garantías higiénico-sanitarias.

## Inaugurado el Virtual Destination Experience de la Región de Murcia

La Región de Murcia protagonizó el 3 de diciembre un innovador formato televisivo interactivo. Diseñado a medida de los *event planners*, acerca los mejores destinos MICE a los profesionales del sector sin tener que salir de casa. Basados en la retransmisión de experiencias vividas en el destino y narradas por sus protagonistas, los Virtual Destination Experience combinan la emisión en vivo y en diferido desde un plató virtual de las opciones más destacadas para congresos, eventos corporativos, actividades de *team building* y viajes de incentivos.

"Sabemos que es un segmento turístico rentable y que nos puede ayudar a reactivar, en su medida, la economía, tanto por el número de visitantes que atrae a las ciudades, como por las oportunidades que brinda para incentivar los negocios", ha destacado la Consejera de Turismo, Juventud y Deportes del Gobierno de la Región de Murcia, Cristina Sánchez.





**INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL DIRECTORIO**  
Solicite condiciones en el Departamento de Suscripciones

**91 369 41 00**

## Organizadores Profesionales

ARCO EVENTOS Doctor Castelo, 5. MADRID	91-5770708 Fax 91-5781803
ATLANTICO CONGRESOS Senra, 7-9 1ºE. SANTIAGO COMPOSTELA	981-572880 Fax 981-572867
CONGRESOS GESTAC C/ San Antón, 72 - 1º Dcha. GRANADA	958-132949 Fax 958-134480
CONGRESOS IBERIA Fontanella, 21-23, 4º 1º. BARCELONA	93-4955306 Fax 93-4051390
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
MATEO: MATEO COMUNICACIÓN CASTILLA-LA MANCHA www.mateomateo.com	969 229115 Fax 969 24 09 42
NOVA DE CONGRESOS República de El Salvador, 34, 1º. Santiago Compost	981 574 348 Fax 981 561 199
SEATRA C/ del Arte, 21, 1º. MADRID	902-889737 - 91-535-9617 Ext.108 Fax 91-4560877
SEPROTEC CONGRESOS Glorieta Bilbao, 1. 2º plta. MADRID	91-2048700 Fax 91-2048704
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
VIAJES Y CONGRESOS Gran Vía, 71, 3º Izda. Ext.MADRID	91- 547 37 47 Fax 91-559 58 81
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Agencias de Viajes Especializadas

AMERICAN EXPRESS VIAJES S.A. Juan Ignacio Luca de Tena, 17. MADRID	91-7437666 Fax 91-4209436
CARIBE INTERNACIONAL TOURS c/ Cartagena, 241. BARCELONA	93-4359848 Fax 93-4350185
EUROPA TRAVEL S.A. c/ de la Paz, 35. VALENCIA	96-3529353 Fax 96-3940035
SIASA VIAJES Pº de la Habana. MADRID	91-4574891 Fax 91-4581088
VIAJES EL CORTE INGLÉS Alberto Bosch, 13. 28014 MADRID	91-2042600 Fax 91-5414640
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Empresas de Catering

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Convention Bureau

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
MURCIA CONVENTION BUREAU Avda. 1º de Mayo, s/n. MURCIA	968-341818 Fax 968-250793
SERVICIO MPAL. DE CONGRESOS DE VITORIA Av. de Gasteiz, s/n. VITORIA	945-161279 Fax 945-228009
VALLADOLID OFICINA DE CONGRESOS Acera de Recoletos, s/n. VALLADOLID	983-219438 Fax 983-217860
ZARAGOZA CONVENTION BUREAU Pza. Eduardo Ibarra / esq. C/ Jerusalén ZARAGOZA	976-721333 Fax 976-721327

## Palacios y Centros de Congresos

ATT Del Agua, 2. GIJÓN	98-5343534 Fax 98-5344745
AUDITORIUM PALMA DE MALLORCA Paseo Marítimo, 18. PALMA DE MALLORCA	971-735328 Fax 971-289681
CENTRO DE CONVENCIONES MAPFRE Av. General Perón, 40. MADRID	91-5811627 Fax 91-5812597
OFICINA DE CONGRESOS DE OVIEDO Pza. de la Gesta. OVIEDO	985-246217 Fax 985-246216
PALACIO DE CONGRESOS DE BARCELONA Av. Reina María Cristina, s/n. BARCELONA	93-2332000 Fax 93-2332386
PALACIO DE CONGRESOS DE CANARIAS Playa de las Canteras, s/n. LAS PALMAS	928-491770 Fax 928-262696
PALACIO DE CONGRESOS DE MÁLAGA José Ortega y Gasset, 201. MÁLAGA	952-045500 Fax 952-045519
PALACIO DE CONGRESOS DE GIJÓN Parque Isabel La Católica, s/n. GIJÓN	985-180105 Fax 985-337711
PALACIO DE CONGRESOS DE GRANADA Pº Violón, s/n. GRANADA	958-246700 Fax 958-246702
FIAREUS, CENTRO FERIAS Y CONVENCIONES Avda. Bellissens, 40. REUS	977-326363 Fax 977-316359
PALACIO DE CONGRESOS 'EUROPA' Av. de Gasteiz, s/n. VITORIA	945-161279 Fax 945-228009
PALACIO MUNICIPAL CONGRESOS MADRID Av. de la Capital de España Madrid, s/n. MADRID	91-7220554 Fax 91-7210607

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO

91-3694100  
Fax 91-3691839

## Cadenas Hoteleras

BEST WESTERN Reservas	900-993900
BEST WESTERN Oficinas	91-5614622
Paseo de la Habana, 54-2º Dcha. MADRID	950-18625
PLAYA HOTELES	950-627010
Ed. Playa Hoteles. ROQUETAS DE MAR	950-333151
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Hoteles ★★★★★

HOTELES TRYP	902-11 92 92
MARE NOSTRUM RESORT Av.de las Américas, s/n. TENERIFE	922-757500 Fax 922-757510
MELIA DE MAR Pº Illetas, 7. CALVIA (MALLORCA)	971-402511 Fax 971-405852
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Hoteles ★★★★★

BEATRIZ, HOTEL Ctra. de Avila, Km. 2,750. TOLEDO	925-269100 Fax 925-215865
DOMENICO, HOTEL Cerro del Emperador, s/n. TOLEDO	925-280101 Fax 925-280103
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
LA MORALEJA Av. Europa, 17. La Moraleja MADRID	91-6618055 Fax 91-6612188
H-10 ANDALUCIA PLAZA Urb. Nueva Andalucía. MARBELLA	952-812000 Fax 952-814792
HOTEL ALCORA Ctra. Juan de Alfarahe. SEVILLA	95-4769400 Fax 95-4130128
HOTEL MELIA BARCELONA Avda. Sarriá, 50. BARCELONA	93-4106060 Fax 93-3215179
HOTEL MELIA CONFORT APOLO Avda. Paralelo, 57-59. BARCELONA	93-4431122 Fax 93-4430059
HOTEL MELIA SITGES Joan Salvat Papasseit, 38. SITGES	93-8110811 Fax 93-8949034
HOTEL MONASTERIO SAN MIGUEL Larga, 27. EL PUERTO DE SANTA MARÍA	956-540440 Fax 956-542604
HOTEL CONFORT GIRONA Barcelona, 112. GIRONA	972-400500 Fax 972-243233
HOTEL TRYP INDALO Avda. del Mediterráneo, 310. ALMERÍA	950-183400 Fax 950-183409
HOTELES C México, 3. Torremolinos MALAGA	952-051308 Fax 952-050581
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
MELIA MADRID SERRANO Claudio Coello, 139. MADRID	91-5626600 Fax 91-5617662
HOTEL TRYP GRAN SOL Rambla de Méndez Núñez, 3	965-203000 Fax 965-211439

## Hoteles ★★★

EXPO HOTEL VALENCIA Av. Pío XII, 4. VALENCIA	96-3470909 Fax 96-3483181
HOTEL MONASTERIO DE PIEDRA Afueros, s/n. Nuévalos ZARAGOZA	976-849011 Fax 976-870712
HOTEL TRYP BOSQUE Camiño José Cela, 5. PALMA DE MALLORCA	902 144 440 Fax ---

## Compañías de Autocares

AGREDA AUTOMOVIL S.A. Ctra. de Madrid km. 315,700. ZARAGOZA	976-300085 Fax 976-328342
AUTOCARES JULIA S.A. Puerto de Used, 20-2º. MADRID	91-7791860 Fax 917774086
TRAPSA Avda. Manoteras, 32. Edif. B. 3º. MADRID	91-3024526 Fax 91-3021709
TRAPSA Morabos, 24. Bajo 2º. BARCELONA	93-4250278

## Alquiler de Automóviles

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
--	------------------------------

## Oficinas Turismo Extranjeras

OFICINA NACIONAL TUNECINA Pza. España, 18. MADRID	91-5481843 Fax 91-5483705
--	------------------------------

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO

91-3694100  
Fax 91-3691839

## Compañías Marítimas

Vision Cruceros www.visioncruceros.com	91-7896400 Fax 91-3107215
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Instituciones FERIALES

FIAREUS, CENTRO FERIAS Y CONVENCIONES Avda. Bellissens, 40. REUS	977-326363 Fax 977-316359
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
MADRID ESPACIOS Y CONGRESOS Avda. Capital de España Madrid, 7. 28042 MADRID	91-7220554
CAJA MAGICA RECINTO FERIAI CASA DE CAMPO	91-7220554
PRECSA Albert Einstein, s/n. CORNELLA DE LOBREGAT	93-4740202 Fax 93-3776655
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Empresas Audiovisuales

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
ABALOS SL Luis I, 71 Nave 17-18 Pl. Vallecas. MADRID	91-5522160 Fax 91-3311888
AUDIO VIDEO RENT S.L. San Ciriaco, 3. Local 28032 MADRID	91-3112660 Fax 91-3115352
AYSAY, S.L.U. Manuel Tovar, 24. 28034 MADRID	91-4682850 Fax 91-4684380
BIENVENIDO GIL SL P1 Malpica,F Oeste,6 Quejido100. ZARAGOZA	976-574070 Fax 976-574554
CHAPLIN AUDIOVISUALES Camino de los sastres, 1. 14004 CÓRDOBA	902-197631 Fax 957-412600
DISERCO Arquimedes, 55-Bajo. BARCELONA	93 3492016 Fax 93-4082273
EIKONOS S.A. Marina, 20-22. Cornellá de Llobregat	93-4397305 Fax 93-4051828
IMAS Doctor Trueta, 44 Bajo. BARCELONA	93-2255100 Fax 93-2250346
INSTALACION Y MANTENIMIENTO Doctor Trueba, 44. BARCELONA	93-2255100 Fax 93-2250346
MILAN ACUSTICA Luis I, 60. MADRID	91-3801010 Fax 91-7780142
OISA TRADUCCION SIMULTANEA S.L Conrado del Campo, 5. Loc. 7 y 8. MADRID	91-5640644 Fax 91-5641921
SERV. AUDIOVISUALES DE MALLORCA Pº. Marítimo, 15. P. MALLORCA	971-735344 Fax 971-452431
SINCRONVIDE Virgilio, 11 Ciudad de la Imagen. MADRID	91-5189283 Fax 91-5189379
SONO (GRUPO EUPHON) MADRID	91-6624217 Fax 93-4801000
STEREO RENT C/ Fra Juniper Serra, 44 . BARCELONA	93-4980980 Fax 93-2788259
TESEC S.A. Concepción Arenal, 9 Bajo S. COMPOSTELA	981-580199 Fax 981-564854
TEC Y MULTIMEDIA S.L. Alfonso Gómez, 23. MADRID	91-3049970 Fax 91-3042719
VIDEO PROMOCION S.L. Costa del Sol.	952-378391 Fax 952-378392
VIDYSON AUDIOVISUAL Par. Ind. Nuevo Calonge, D-3. SEVILLA	954-367920 Fax 954-358464
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Guías de Turismo

BGB BARCELONA GUIDE BUREAU Vía Laietana, 54. BARCELONA.	93-3107778 Fax 93-2682211
ACHE Fdez. de la Hoz, 33. 3º centro izqda MADRID	91-4440123 Fax 91-4440170
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Traductores e Intérpretes

ABACONGRESS S.L. León XIII, 2. CORNELLA. BARCELONA	902-103136 Fax 902-103136
ABACONGRESS S.L. Pza. Patricio Martínez, 4. MADRID	902-103136 Fax 902-103136
ABACONGRESS S.L. Dr. Fleming, 5A-3º izda. ZARAGOZA	902-103136 Fax 902-103136
ACHE TRADUCTORES Boix y Morer, 9. Of. 6 MADRID	91-4440123 Fax 91-4440170
ESOC Poeta Vila y Blanco,8. ALICANTE	96-5229940 Fax 96-5922346

GLOBAL CONGRESOS - AZAGA Torreiro, 13-15 6ºD. A CORUÑA	981-208932 Fax 981-208701
IBERTRAD SERVICIOS EMPRESARIALES Condado de Treviño, 2 15ºD. MADRID	91-3029130 Fax 91-7663731
INTERNACIONAL DE CONGRESOS Olivar, 8 1º C. BARGAS	925-358109/919770 Fax 925-358109
INTERPRETES DE BARCELONA Avinguda Icaria, 200, 4 1º. BARCELONA	93-2218535 Fax 93-2218534
LETRAS Antonio Leiva, 8 1ºC. MADRID	91-5603549 Fax 91-5603549
LINK, TRADUCCIONS I SERVEIS Gran Vía Jaume I, 40. GERONA	972-221721 Fax 972-220689
MEETING POINT Av. Hernán Cortés, 80 entlo. CACERES	927-214420 Fax 927-214420
NATURLENGUA Campoamor, 11 entlo. A. OVIEDO	98-5203984 Fax 98-5203984
PSP TRADUCCIONES E INTERPRETES Ctra. de Guadarrama, 7. GALAPAGAR	91-8585768 Fax 91-8582747
RC. BARCELONA TRADUC SIMULTANEA Ausias March, 26 Of.64-65. BARCELONA	93-3017181 Fax 93-4124433
SEPROTEC TRADUCCIONES Glorieta Bilbao, 1. 2º plta. MADRID	91-2048700 Fax 91-2048704
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Azafatas de Congresos

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
CONFICON HOSTESSES Vergés Paulí, 26 Esc.4 3ºB. TORTOSA	977-443174 Fax 977-443174
CONFICON HOSTESSES August, 8 Entresuelo 1º. TARRAGONA	977-219764 Fax 977-443174
FORMATIK CONGRESS Asura, 40. MADRID	91-3881345 Fax 91-7219370
OLEAGA AZAFATAS Y COMUNICACIONES General Moscardó, 3. 2ªH. MADRID	91-5530755 Fax 91-5530755
PLOT AGENCIA Pedro Muguruza, 1. 4ºD. MADRID	91-3504994 Fax 91-3505440
SEPROTEC INTERPRETACION Glorieta Bilbao, 1. 2º plta. MADRID	91-2048700 Fax 91-2048704
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Montadores de Stands

DECOPLUMA, S.L. Cº. de Hormigueras, 175. Nave 1. MADRID	91-7782767 Fax 91-3805302
MODISEÑO C/ Fragua, 16. Pl. La Cantueña. Fuenlabrada	91-6214741 Fax 91-6214740
SERVISFERIAL Avda. Las Américas, 10. Coslada. MADRID	91-6699480 Fax 91-6715175
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Empresas de Servicios

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
ELECTRONICA Y SISTEMAS PERIFERICOS General Lacy, 21. MADRID	91-4670445 Fax 91-4684380
TRANSFEREX S.A. General Moscardó, 32. MADRID	91-5541202 Fax 91-5537464
E.G.L. (Carteras para congresos) Montesa, 31; bajo 4. 28006 MADRID	91-3092530
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Organización Actos Empresa

ARCO EVENTOS Doctor Castelo, 5. MADRID	91-5770708 Fax 91-5781803
TALISMAN Via Augusta, 251. BARCELONA	93-2090919 Fax 93-2006296
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

## Pulseras de Acreditación

ART & BEAT, SUNNY BCN www.worldsunny.com.	93-2741191 Fax 93-2743394
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839



Reinvención del MICE para superar la crisis sanitaria: sin masificaciones y junto a la naturaleza.

## Oliva Nova: eventos MICE en plena naturaleza

La propuesta de Oliva Nova pasa por celebrar eventos con menos aforo de personas y muchas medidas de seguridad, pero con actividad presencial para favorecer el intercambio e interacción laboral. La tecnología para la realización de conferencias a distancia y la innovación cobran protagonismo a la hora de atraer este tipo de clientes.

El MICE ha sufrido especialmente los efectos de la pandemia y por este motivo reinventarse y adaptarse a las nuevas necesidades es una máxima, la iniciativa Alerta Roja Eventos a las que Oliva Nova también se ha adherido, así lo reivindica. Uno de los puntos fuertes del resort es sus conexiones por carretera, AVE y aeropuerto, a menos de una hora por autovía de las ciudades de Alicante y Valencia.

En este sentido al encontrarse en un punto privilegiado de la comarca de La Safor, en primera línea de playa y alejada de núcleos urbanos, la tranquilidad es una tónica para la realización de cualquier encuentro.

Oliva Nova dispone de espacios flexibles al aire libre e interiores para todo tipo de eventos, salas y salones en el recinto del hotel, forman unas zonas completamente subdivisible gracias a su sistema de panelación. Recientemente reformadas, domotizadas y con acceso directo a las zonas ajardi-

nadas y de piscina, donde también es posible realizar encuentros y eventos. Además de las instalaciones del Centro Ecuéstre Oliva Nova con más de 600 metros cuadrados en los que organizar todo tipo de eventos sociales.

### Escenario perfecto

En este sentido, gracias a las instalaciones deportivas con cuatro campos de césped natural, pistas de tenis y pádel y campo de golf, Oliva Nova es el escenario perfecto para organizar actividades en equipo y jornadas que marcarán la diferencia: clases de golf, *geocaching*, *fitness* o incluso un concurso de paellas... actividades en grupo que contribuyen a reforzar las relaciones sociales entre los miembros del equipo.

Las actuaciones específicas desgranar medidas meticulosas: la limitación de aforo de ocupación del hotel, la implementación de nuevos protocolos de limpieza



**Luis Borho**  
Director General del Oliva Nova Beach & Golf Resort

### 'Nuevas formas'

"En Oliva Nova ponemos a disposición de los departamentos de recursos humanos los espacios, el equipamiento y la experiencia necesarios para acoger los eventos que las organizaciones necesitan", asegura su director general, Luis Borho.

y desinfección de las zonas comunes y habitaciones: mayor tiempo de ventilación, virucidas en los productos utilizados para la limpieza, lavado y desinfección a máquina de la ropa de cama y toallas con agua caliente superior a 70°C y detergente... Además, cada uno de los huéspedes a su llegada, podrá disponer de un Kit Covid-19 compuesto por guantes, mascarilla y gel hidroalcohólico.

Las instalaciones también se han adaptado con cartelería informativa recordando toda la normativa y dispensadores de gel desinfectante en todos los puntos susceptibles de contacto (puertas, zonas de paso, superficies, ascensores, etc.). El uso de las zonas comunes está regulado con la limitación de los aforos y la

gestión de turnos para controlar el aforo en todas nuestras instalaciones: piscina, restaurantes, buffet, etc. También, el Spa con control documental a la entrada y salida, toma de temperatura previa de personal y clientes, y la posibilidad de trasladar los tratamientos de belleza a la propia habitación sin cargo.

En las reuniones, además de todas las medidas comentadas, se llevará a cabo el control de afluencia en la entrada de los salones, se procederá al montaje de la sala asegurando la distancia de seguridad interpersonal recomendada, botellas de agua y dulces en raciones individuales y precintados, sistemas de señalización y refuerzo de limpieza y desinfección de la sala, entre otras.

### ✓ CLAVES

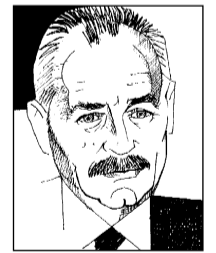
#### Así se hace

**M**E GUSTÓ MUCHO la ponencia que en EVEN-TOLAB 2020 en Santander dio mi amigo y gran profesional David Abreu. Presentó el Manual de Recomendaciones de OPC España y Madrid que, a mi juicio, tildaría de Vademecum. "Que queda muchíiiiisimo por hacer" como me contestó a mi felicitación, es totalmente lógico. Pero que presentó el esqueleto. No. Diría más. Presentó el edificio entero.

Es cierto. El muchíiiiisimo por hacer hace referencia directa a cada uno de esos ficticios edificios, que en este caso son las reuniones. Cada una de ellas es personal y única, o al menos lo debería ser, y necesita de una planificación y atención personalizada. Pero las bases ya están dadas en el Manual.

Que todos debemos aprender a adaptarnos a los nuevos tiempos y convivir con ellos es una realidad que, lejos de amedrentarnos, debería animarnos a buscar las soluciones que cada situación requiere. El gran pianista Alfred Brendel, refiriéndose a los profesionales dijo: "El atractivo de lo problemático es ajeno a la multitud" y nosotros lo somos.

Pero sigo con la ponencia de mi amigo David Abreu que no sólo hizo una gran presentación, sino que se adentró en la trascendental área de los temas intangibles fundamentales como son la gestión del miedo, magníficamente explicada y la importancia de la actitud. Terminando su presentación con una fórmula;  $V=(C+H) \times A$ . Tu Valor es igual a tu Conocimiento más tu Habilidad, pero si lo multiplicas por una buena Actitud tienes muchísimo ganado y desde luego más valor. Enhorabuena.



**Claudio Meffert**  
Director del Consejo Asesor de CONEXO





Date de alta  
en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana  
en tu email



## Muchas empresas 'pueden llegar a no recuperarse'

"A pesar de todos los esfuerzos realizados por las empresas y su personal, y pese al apoyo público prestado a la industria, muchas empresas pueden no recuperarse". Así se muestra el presidente de la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes y Turoperadores (ECTAA), Pawel Niewiadomski, avisando de que "se necesitan medidas de apoyo continuas".

## TUI prevé que hasta 2022 no se llegue al nivel de 2019

TUI Group tiene la esperanza de que "el 2022 vuelva a los niveles anteriores al coronavirus". Cree que 2021 "será un año de transición", pero miran hacia el siguiente con optimismo. Aseguran que "la demanda de viajes de vacaciones está ahí". Su director ejecutivo, Fritz Jousen, ha destacado que "la perspectiva de las vacunas aumentará significativamente la demanda de vacaciones".

## PP reclama plan de apoyo para el Turismo de nieve

Ante la incertidumbre sobre la apertura de las estaciones de esquí, el Partido Popular ha presentado una Proposición No de Ley (PNL) en la que exigen que el Gobierno fomente el Turismo de nieve y montaña, así como posicionar a España como destino deportivo de invierno. "Las estaciones de esquí españolas reciben cerca de seis millones de turistas al año", alegan.

## WTTC trabaja por la sostenibilidad en Turismo

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) y el Foro Económico Mundial (WEF) apuestan por promover la importancia de un crecimiento sostenible del Sector Turístico a nivel global. Así, ambas colaborarán con el objetivo de promover el programa 'Safe & Seamless Traveler Journey', una prioridad importante para el Consejo, desarrollando y avanzando proyectos.

# La vacuna llega a España pero podría no dar resultados en el Sector Turístico hasta verano

CEAV considera indispensable la activación de un plan de promoción que genere confianza en los mercados internacionales

El domingo 27 de diciembre, el Gobierno inició la campaña de vacunación en España, fecha esperada por el Sector Turístico y que ya es una realidad. El presidente de CEAV, Carlos

Garrido, reconocía a este periódico hace varias semanas que "va a marcar un antes y un después en la actividad turística", destacando que "resolverá los problemas de confianza exis-

tentes y la gente volverá a viajar". El secretario general de la Mesa del Turismo, Carlos Abella, destacaba que "la vacuna es el punto de inflexión que estamos esperando".

No obstante, la reactivación de los viajes no va a llegar de la noche a la mañana. El propio Gobierno español avanzó que entre enero y marzo de 2021 habrá un suministro muy limitado de dosis de vacunas, y que serían utilizadas para reducir al máximo que la población enferme, ingrese en hospital y fallezca, por lo que en esta primera fase van dirigidas a la gente que más lo necesite. Esto podría suponer que aquellos representantes del Sector que fijaban la reactivación en Semana Santa, puedan ver frustradas sus ilusiones, ya que no será hasta mayo y junio cuando se incrementarán progresivamente el número de personas a vacunar. En la tercera fase se aumentará el número de do-

sis para terminar de cubrir a todos los grupos prioritarios.

En este sentido, tal y como aseguró a este periódico Carlos Abella, "hasta que llegue al colectivo de personas que pueden viajar y reactivar al Sector puede pasar un año". Y es que hasta que no comience la fase de vacunación masiva, todo apunta a que el Turismo continuará estando muy lejos de conseguir recuperar la misma o similar actividad que en 2019. Además, la pandemia está demostrando que la situación puede cambiar de un día para otro, por lo que, en el caso de que se observase algún tipo de efecto secundario de las dosis o cualquier otro tipo de inconveniente, todo podría volver a frenarse.

Pero aunque el Sector está esperanzado con la vacuna, son muchas las Asociaciones y organismos que piden no confiarse y seguir trabajando en su recuperación. "Que no pase que como llega la vacuna no se tomen medidas adicionales", porque tal y como se encuentra el Turismo, "no podemos esperar, sino que hay que seguir trabajando porque la reactivación tiene que llegar por otras soluciones", ha insistido el secretario de la Mesa del Turismo. Igualmente, el secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Zurab Pololikashvili, ha advertido que "las noticias de la vacuna nos dan motivos para mantener un cauto optimismo", pero "el reinicio del Turismo no

puede esperar a que las vacunaciones masivas se hagan realidad".

### No dejar de trabajar

Por su parte, como publicó NEXOTUR, la presidenta del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), Gloria Guevara, ha destacado que "los gobiernos ahora deben demostrar liderazgo abriendo corredores de viajes bilaterales en rutas internacionales clave con países que aplican los mismos procesos sólidos de gestión de riesgos". Así lo ha transmitido a través de una unión con el Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI), el Foro Económico Mundial (WEF), y la Cámara de Comercio Internacional



Habría que abrir corredores bilaterales.

(ICC). Por su parte, el director de ACI, Luis Felipe de Oliveira, ha señalado que "durante el período de transición, las pruebas y las vacunas juntas jugarán un papel clave en la recuperación de la industria".

## El Sector Turístico tardará dos años en volver a los niveles registrados en 2019

Un valor en alza de cara a los viajes del futuro sería la flexibilidad en la contratación

Verano de 2022. Esa es la fecha en la que los agentes de viajes consideran que se recuperarán los niveles de viajes de 2019, estimando que en 2021 solo se facturará entre el 30% y el 50%. Así lo pone de manifiesto el nuevo Informe de Temporada 2020/2021 del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR), donde han consultado a más de 5.000 agencias. Este escenario de recuperación se debe a que la mayoría de ellas consideran que la reactivación de la actividad turística se iniciará cuando la mayor parte de la población esté vacunada. Un 67% cree que esto no ocurrirá hasta el próximo verano o después. Igualmente, el 84% de los consultados piensa que se tratará de una recuperación lenta o muy lenta.

Aunque la recuperación tarde en llegar y se produzca lentamente, la mayor parte de los consultados sostiene que los viajes postpandemia no cambiarán en exceso. El 70% manifiesta que serán "nada" o "sólo

un poco diferentes". Entre los que declaran que los viajes cambiarán (30%), se citan tres variaciones posibles: la forma de contratación, los requisitos de los alojamientos y los de los transportes. Un 38% coloca las demandas a las agencias entre los que más cambiarán tras la pandemia. Respecto al tipo de viajero, coinciden en que será de entre 35 y 50 años, que se desplazarán en familia y en pareja, que reservarán de cinco a siete noches con hotel y que elegirán trasladarse en avión.

### Playas nacionales

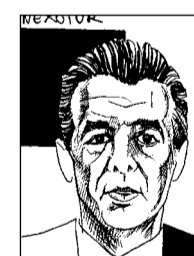
En la carrera para la recuperación, los agentes creen que los destinos que primero se recuperarán serán las playas nacionales, junto con las capitales europeas, destinos rurales y El Caribe. Por contra, los destinos con expectativas menos positivas serían los parques temáticos y los viajes de larga distancia, dejando a los cruceros y los viajes de nieve

como los últimos en recuperarse. Así, para una recuperación algo más rápida, el 78% de las agencias apuestan por que los destinos colaboren más estrechamente con las agencias y los turoperadores. Asimismo, uno de los valores en alza de cara a los viajes del futuro sería la flexibilidad en la contratación.

Por otro lado, gran parte de los agentes han pedido ayudas para conservar a su plantilla. Y es que el 75% de las agencias que facturaron en 2019 más de un millón y medio de euros afirman que en 2020 perderán el 80% o más. A causa de estas cifras, el 30,9% no ha podido mantener a todos los empleados que tenía antes de la emergencia sanitaria y de la misma manera, un 23%, aunque aún los mantiene, prevé que próximamente tendrán que realizar despidos. Del mismo modo, algunos de los ponentes han puesto en valor la importancia de la tecnología y de los seguros de viaje para el futuro.

## CEAV amenaza con usar la vía penal contra Ryanair

Ryanair se sigue manteniendo al margen de los reembolsos y las agencias están al límite de su paciencia. De hecho, CEAV ha realizado un nuevo requerimiento a la aerolínea instando a regularizar la situación de incumplimiento de su obliga-



Michael O'Leary

ción de devolver el importe de los billetes de avión cancelados como consecuencia de la pandemia. Pese a que la Confederación ya amenazó a la compañía aérea a través de un burofax hace algunas semanas, continúan optando por la vía amistosa, ya que, según explicó su presidente, Carlos Garrido, "nosotros solo queremos una solución".

No obstante, ahora las agencias parecen mostrarse mucho más contundentes. CEAV avisa de que, en el caso de que sea ignorado de nuevo, no dudará en ayudar a sus agencias asociadas para iniciar el ejercicio de las acciones que sean pertinentes, tanto de reclamación de cantidad

como de índole penal, por apropiación indebida de las cantidades pendientes de devolución, posiblemente a través del Fondo para la defensa jurídica y representatividad de las agencias de viajes que CEAV ha articulado hace unos meses.

### Decisión injustificada

Y es que las demandas de CEAV hacia Ryanair vienen desde finales de noviembre, cuando enviaron una primera carta en la que instaba a proceder de forma inmediata a los reembolsos pendientes. Además, les explicaron que, en el caso de viajes combinados, sus agencias asociadas se habían visto en la obligación de adelantar los reembolsos correspondientes a los vuelos incluidos en los 'paquetes' contratados con esta compañía, con el consiguiente perjuicio derivado de su "injustificada decisión" de proceder al reembolso de estos importes a las agencias.

# Thinktur hace una apuesta por transformar el Turismo para luchar contra la incertidumbre

Lanzan un mensaje de optimismo y esperanza para el sector, teniendo presente que la innovación nos ayudará a salir adelante

Thinktur tiene "más sentido que nunca, ya que compartir el conocimiento es una palanca fantástica para transformar la incertidumbre en oportunidades". Así lo ha asegurado su

presidente, José Guillermo Díaz-Montañés, en su asamblea anual, quien también ha adelantado que "el 2021 será un año de optimismo, donde volveremos a ser una industria fuerte,

resiliente y competitiva". Ese mismo mensaje de optimismo lo ha lanzado el presidente de ITH, Juan Molas, quien ha subrayado que la innovación nos ayudará a salir adelante.

La Plataforma Tecnológica del Turismo, Thinktur, celebraba el pasado 16 de diciembre su asamblea anual VII Thinktur Technology Transfer. La jornada se ha llevado a cabo por primera vez en formato virtual de la mano de representantes de la industria turística, empresarios, startups, agentes sectoriales y entidades público-privadas.

A las diez de la mañana ha comenzado el evento a cargo de la jefa de área de subdivisión del programa científico-técnico de la Agencia Estatal de Investigación, M<sup>a</sup> Ángeles Ferre, junto con el presidente del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y de la Mesa del Turismo, Juan Molas. Ambos han lanzado un mensaje de optimismo y esperanza para el sector, teniendo presente que la innovación nos ayudará a salir adelante, a posicionar el sector donde se merece, y sobre todo, a sobrepasar esa incertidumbre después de esta "fatídica etapa". Además, ambos han remarcado la necesidad de la colaboración público-privada en el marco de las ayudas europeas para la recuperación del Turismo, reconociendo el significativo papel que juegan las plataformas tecnológicas españolas.

A continuación, el director general de ITH y Thinktur, Álvaro Carrillo de Albornoz, se ha encargado de exponer las iniciativas que se han llevado a cabo desde la plataforma en el último año, entre ellas, la publicación de una nueva versión de la Agenda Estratégica de I+D+i del Turismo; la elaboración del ebook de 'Sistema de Inteligencia Turística' o la participación en grupos interplataformas como el de economía circular, ciudades inteligentes, y big data e inteligencia artificial, así como la colaboración con diferentes eventos turísticos de gran importancia. Para concluir, también ha mostrado los proyectos que abordará en 2021.

## Diversos proyectos

Carrillo de Albornoz también ha destacado el Modelo ITH de Sostenibilidad Turística; el proyecto en el que ITH junto a Segittur han trabajado para paliar los efectos de la quiebra de Thomas Cook en los destinos españoles; el proyecto europeo NTG que tiene el objetivo de definir las capacidades necesarias en todas las posiciones del sector turístico; y por último, el proyecto de estudio de visibilidad de implan-

tación de robótica, para estudiar aquellos procesos hoteleros donde la robótica puede mejorar la rentabilidad y la eficacia, así como la confianza e imagen de clientes y empleados en hoteles.

Tras "las apuestas en Turismo by Thinktur", ha tenido lugar la mesa debate 'Transformando el Turismo para la lucha contra la incertidumbre', moderado por el director de relaciones institucionales de Segittur, Víctor Badorrey, y en la que ha participado el director de Turismo de Madrid Destino, Héctor Coronel, que ha explicado la importancia de reactivar el flujo turístico a nivel nacional e internacional para recuperar la actividad y la normalidad, y además también ha hecho referencia a la "importancia de la suma de todos los sectores para una mejor recuperación". También ha intervenido la directora general de Foro Transfiere y Fycma, Yolanda de Aguilera, que ha afirmado: "más que nunca hay que ser líderes innovadores, con mucha visión, y dedicándole tiempo y trabajo a la creatividad", además, ha resaltado la importancia de los eventos presenciales, ya que según comentaba "las herramientas digitales serán un complemento



Participantes en el debate 'Transformando el Turismo'.

pero no sustituirán a los eventos presenciales".

En este debate también ha participado el director general de Ayre Hoteles y Only YOU Hotels, Juan Serra, que ha mencionado la importancia de tomar ventaja de los cambios para convertirlos en oportunidades, y ha planteado una reflexión acerca de la manera en la que los hoteles pueden tener un mejor impacto social en el entorno que nos rodea. Por su parte, el CEO de IZO España, José Serrano, ha tratado el tema de la necesidad de adaptarse al consumidor, y, por lo tanto, de la importancia de "saber escuchar, medir y analizar la voz del cliente de forma constante, con la metodología y herramientas adecuadas". Finalizaba subrayando

que "las empresas necesitan ser más ágiles para adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes".

## El 2021, año de optimismo

Al finalizar el debate, el presidente de Thinktur, José Guillermo Díaz-Montañés, ha clausurado la asamblea anual agradeciendo a todos los miembros de la plataforma por el trabajo realizado durante un año complicado. Ha dejado claro que Thinktur tiene "más sentido que nunca, ya que compartir el conocimiento es una palanca fantástica para transformar la incertidumbre en oportunidades", y ha asegurado que "el 2021 será un año de optimismo, donde volveremos a ser una industria fuerte, resiliente y competitiva".

## Soluciones innovadoras que ayudarán a mejorar la competitividad

Uno de los paneles ha servido para mostrar en breves exposiciones diferentes desarrollos tecnológicos para el Sector Turístico



### GreeMko

El CEO de GreeMko, Jorge Portillo, durante su intervención ha contado que desde la entidad que lidera ofrecen una solución SaaS de gestión y de movilidad para calcular y gestionar la huella ambiental y huella de carbono. Dicha solución está dirigida, como destaca Portillo, a todo tipo de entidades independientemente de su tamaño y actividad.



### Hotelkit

La sales manager de España de Hotelkit, Teresa de Pablo, ha mostrado durante participación cómo gestionan la digitalización de la operativa diaria del hotel y comunicación interna. Como subraya, cada departamento maneja información importante y hay que ofrecer a los empleados una plataforma que les permita colaborar, comunicarse y conectarse.



### Questravel

El COO de Questravel, Óscar Izquierdo, ha explicado cómo gracias a la Inteligencia Artificial y APIS de integración como principales proveedores consiguen dar respuesta a 8.000 preguntas de forma gratuita y se alimentan de los usuarios durante su viaje. Ahorran tiempo y dinero en la solicitud de nuevos servicios en viaje, y obtienen rentabilidad gracias a sus acuerdos preferentes.



### HotelDataFlow

El CEO de HotelDataFlow, Antonio Tapia, ha explicado durante su participación en Thinktur cómo desde su compañía logran implementar la Inteligencia Artificial (IA) aplicada al Upselling Hotelero, Financial Management System para el Sector Hotelero, así como un RMS 360° incorporando Machine Learning Predictivo para Forecasting.



### PayThunder

El cofundador de PayThunder, Francisco Javier Gómez, ha explicado la plataforma turística de PayThunder, vinculada a la tarjeta ciudadana bancaria (VISA/Mastercard) recargable que permite pagar en cualquier TPV del mundo con dicha tarjeta turística que también se puede virtualizar en el móvil para pagar y ser recargada desde la aplicación ciudadana.



### Wireless Galicia

El socio director de Wireless Galicia, Eloy Calatayud, ha presentado iViewPoint, un producto tecnológico para la promoción de los destinos a través de la puesta en valor de sus miradores. Una mesa panorámica tecnológica permite al visitante reconocer los recursos visibles y acceder desde su móvil (Web, QR o NFC) a contenido de los recursos patrimoniales o naturales más destacados.

## Europa Central en la web de Achat Hotels



La nueva versión de la web de Achat Hotels ofrece, con un diseño

totalmente renovado, información de la cadena y sus hoteles y permite, únicamente al cliente final, reservar fácilmente estancias y algunos servicios.

## Nueva reserva de agencias en Singapore



Singapore Airlines presenta un conjunto de dos páginas, que ofrecen a

clientes, empresas y a agencias de viajes desde AGENT 360, la información sobre sus servicios aéreos y un completo sistema de gestión de reservas.

## Nueva web compatible del Palacio de Huesca



La nueva página del Palacio de Congresos de Huesca mantiene la información

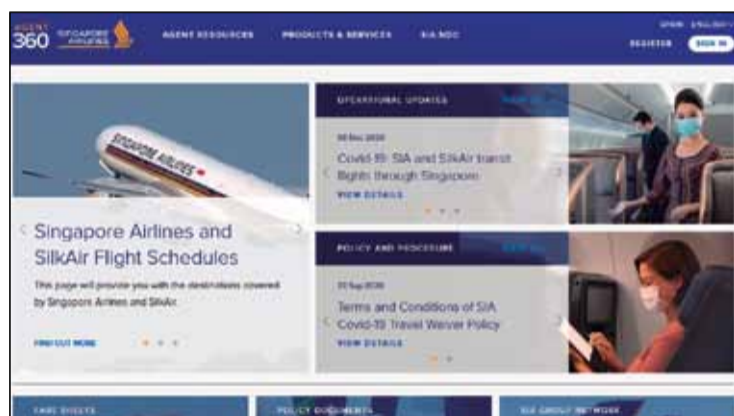
limitada del edificio, sus espacios y servicios y la completa agenda de eventos por mes con descarga en PDF de la versión anterior, ahora con diseño *responsive*.

## Cambios de diseño y estructura de Turgalicia



La nueva web de Turismo de Galicia, presenta una nueva estructura, con

un diseño compatible muy amigable en la que mantiene la información mejorando la gestión de reservas, mientras añade un nuevo planificador de viajes.



Apuesta por actualizar y agilizar la transmisión de información.

## Singapore Airlines desarrolla un 'portal' para agentes de viaje

Singapore Airlines ha lanzado Agent 360, un nuevo 'portal' destinado a las agencias de viajes españolas que centraliza toda la información de la compañía, sus productos, promociones y novedades. Con Agent 360 las agencias tienen al alcance de un clic un sistema que les permite asignar roles dentro de su compañía y otorgar a sus equipos derechos de acceso exclusivo a productos.

Los agentes que se inscriban podrán acceder de una forma

ágil y sin coste de integración a KrisConnect NDC de Singapore Airlines, que tiene el objetivo de transformar la distribución y comercialización de sus productos y mejorar la experiencia que sus socios ofrecen a sus clientes. Así, con este programa tienen a disposición tarifas aéreas exclusivas, nuevos productos combinados, capacidad de vender y ser remunerado con productos auxiliares y ofertas a medida a nivel de agente o incluso de viajero individual.

# NCL crea una plataforma de reservas vuelo-crucero para la agencia de viajes

Las tarifas incluyen equipaje facturado, traslados al aeropuerto y al puerto

NCL Air es la nueva plataforma que ha creado Norwegian Cruise Lines para que los agentes de viajes puedan contratar 'paquetes' más completos

que incluyan los vuelos. Las tarifas incluyen equipaje facturado, traslados de ida y vuelta al aeropuerto y al puerto, o una noche de alojamiento previa a la salida.

Norwegian Cruise Line (NCL) ha anunciado el lanzamiento de NCL Air, una plataforma de reservas vuelo-crucero que permite la contratación de 'paquetes' más completos que incluyan tanto los viajes en cruceros como los vuelos. Con esta nueva plataforma, la cruiserista facilita a los agentes de viajes en España la oportunidad de ofrecer vuelos con NCL desde todos los aeropuertos nacionales disponibles. Además, permite el acceso en tiempo real, así como precios actualizados de vuelos desde cualquier parte de España hacia puertos de salida de todo el mundo, debido a que están disponibles en Amadeus.

Como subraya el director general para Europa de NCL, Kevin Bubolz, "NCL Air es la evolución natural de nuestro compromiso de ofrecer a los clientes más libertad

y la posibilidad de elección, al mismo tiempo que brindamos a nuestros socios de viajes el máximo apoyo". Igualmente, la gerente senior de Desarrollo Comercial de la naviera, Sonia López, destaca que "NCL se compromete a ayudar a nuestros valiosos agentes de viajes a aprender, crecer y tener éxito", porque "estamos increíblemente agradecidos por su compromiso y arduo trabajo".

### Mayores servicios

De esta manera, los clientes se beneficiarán de la reducción de precios en los cruceros con la contratación del *pack* completo con vuelo incluido, haciendo de esta nueva opción un producto bastante conveniente para los viajeros. Asimismo, para una mayor como-



Habrà una reducción de precios.

dad, las tarifas incluyen equipaje facturado, traslados de ida y vuelta al aeropuerto y al puerto, así como una noche de alojamiento previa a la salida del crucero, en caso de que sea necesario. Además, para los vuelos incluidos en el 'paquete', NCL brindará asistencia en caso de cancelaciones o retrasos, encargándose de gestionar soluciones de vuelos alternativas.

# Nace VivereStays, un proveedor para pequeños hoteles

Sus fundadores lo crean con el objetivo de ayudar a los hoteles independientes de menos de 100 habitaciones

Berta Vilardell, Mauricio Lezama y Murshil Unver creaban este verano, en plena pandemia, Vivere Stays para ayudar a los pequeños hoteles independientes a incrementar su competitividad frente a grandes cadenas de hoteles. Y el proyecto cierra 2020 con un total de 15 clientes, cuyos ingresos se han visto incrementados en un 27% de media. Lo que ha puesto más aún de manifiesto que si bien la digitalización ha sido una tendencia emergente en el Sector Turístico en los últimos años, la crisis provocada por el Covid-19 acelera la necesidad de innovar e integrar las nuevas tecnologías.

No obstante, la complejidad de esta integración es uno de los principales retos de pequeños y medianos hoteleros independientes. Así, como destacan desde VivereStays, esto ha derivado en una pérdida de cuota de mercado de los pequeños negocios frente a grandes cadenas, que cuentan con

mayores recursos, presupuestos y equipos profesionalizados.

### Catalizador de competitividad

Vivere Stays nace con el objetivo de ayudar a los hoteles independientes de menos de 100 habitaciones a implementar nuevas tecnologías en la gestión de sus establecimientos para maximizar la rentabilidad y la eficiencia operativa. Con este fin, proporciona servicios de tecnología avanzada de gestión hotelera, como PMS, Revenue Management y Channel Management, además de servicios de digitalización de la experiencia del cliente (*check-in online*, *self check-in* o acceso a habitaciones con el móvil). Para ello, colabora con *partners* de renombre como Apaleo, Siteminder, Call To Order y agencias de viajes *online* como Booking.com, Expedia, ByHours, AirBnB, Weekendesk, Trivago o Atrápalo, entre otros.

Cuenta, asimismo, con un programa de estandarización de marca a través de la cual sus clientes comparten el *branding* y los estándares de calidad de Vivere Stays, generando confianza en el huésped. Hasta la fecha, todos los clientes de la compañía han experimentado incrementos significativos en sus ventas, visibilidad y tasa de conversión. Por ejemplo, el Hostal La Frasca en Ciudad Real vio incrementada su visibilidad en canales *online* en más de un 300%, duplicó la tasa de conversión y la tasa de cancelaciones se redujo a menos de la mitad. Fuera de nuestras fronteras, en Berlín, el Hotel Bohemia ha multiplicado sus ingresos por cinco en tan sólo tres semanas y su posición en Booking.com ha escalado desde la posición nº 47 a la nº 22 en sólo dos semanas.

"Estamos encantados con la excelente acogida de Vivere Stays" comenta el CEO de Vivere Stays España, Mauricio Lezama. "Éramos conscientes de los retos de



Hostal La Frasca ha experimentado incrementos en ventas y ocupación.

fundar una empresa turística en tiempos de pandemia, pero es precisamente ahora cuando los hoteles necesitan más ayuda para poder ser más competitivos", señala. "Esperamos seguir creciendo a lo largo de 2021 hasta llegar al primer centenar de clientes", concluye.

Como señala el propietario del Hostal La Frasca, Antonio Fernan-

dez de Mera, "mi experiencia con Vivere Stays hasta la fecha ha sido más que satisfactoria". "He contado con el total apoyo de su equipo en todo momento, al mismo tiempo que mantenía total control sobre mi negocio". "Estamos experimentando incrementos en ventas, ocupación y sobre todo visibilidad gracias a las campañas que realizan", asegura.

# MOSTRADOR

## Disney inicia su temporada de verano 2021

Disneyland Paris ya ha habilitado la venta de la temporada de verano del próximo año, para viajar a partir del 1 de abril y hasta el 30 de marzo de 2022, con precios y ventajas exclusivas. Así, contará con un atractivo y amplio rango de precios y de fechas disponibles. Alguna de las opciones es el Paquete estándar que ofrece alojamiento en un Hotel Disney y las entradas a los dos Parques desde 131 euros por adulto y por noche y 122 euros por niño. El visitante contará con la seguridad de poder realizar cualquier cambio en sus planes si fuera necesario.

✉ [www.disneylandparis.es](http://www.disneylandparis.es)

## Special Tours presenta su nueva línea de producto España y Portugal 'Premium'

Circuitos exclusivos, con alojamientos en hoteles céntricos y actividades experienciales en destino

Special Tours ha lanzado al mercado su nueva línea de producto España y Portugal *Premium* en una clara apuesta por el mercado nacional más sofisticado y exigente. La configuración base de este producto consiste en itinerarios de cinco noches con hotelería en el centro de las ciudades, Turismo experiencial y salidas garantizadas a partir de junio.

Cabe destacar que este producto incluye el servicio 'Hazlo Reducido', circuitos totalmente exclusivos para realizar en minivan

o minibus dependiendo de la elección de los clientes. Esto se traduce en una aproximación VIP, con una calidad/precio muy competitiva para aquellas familias o grupos de amigos que deseen realizar sus salidas de forma independiente.

Por otra parte, el turoperador de circuitos de Ávoris señala que todo está ya preparado para la nueva temporada de Europa 2021, que se irá anunciando próximamente, de acuerdo a la confirmación de viabilidad de los destinos.

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



Consiste en itinerarios de cinco noches con hotelería.

## Mapa Tours presenta nuevos precios para grupos de adultos y estudiantes

El único canal de venta habilitado por el turoperador es la agencia de viajes

Mapa Tours ha publicado sus nuevos tarifarios netos para grupos de adultos y estudiantes para la próxima campaña, que tienen validez desde el pasado mes de noviembre de 2020 hasta octubre de 2021. Ambos tarifarios incluyen precios netos exclusivos para agentes de viajes, su único canal de venta, para que puedan cotizar un grupo fácilmente con precios muy competitivos y de forma flexible, sencilla y rápida. Cabe destacar que existe la posibilidad de cotizar tanto estancias como circuitos.

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



La validez es desde de noviembre de 2020 hasta octubre de 2021.

## TUI lanza sus itinerarios para visitar grandes ríos europeos

TUI Group ha optado por seguir incrementando su *portfolio* con el lanzamiento por primera vez en su página web de 'Cruceros Fluviales 2021'. A través de sus páginas el turoperador alemán ofrece una gran variedad de propuestas para elegir la que mejor se adapte a los intereses de cada persona. Los clientes podrán recorrer los grandes ríos visitando destinos como Ámsterdam, París, Budapest, Viena, Oporto, Moscú, o San Petersburgo.

Cabe destacar que disponen de un descuento de entre el 5% y el 7% para reservas realizadas con más de 60 días de antelación en algunos programas. También



Descuentos por venta anticipada.

flexibiliza las condiciones de cancelación. Por lo tanto, hasta 60 días antes de la salida se podrá anular el viaje sin gastos de cancelación o penalización.

✉ [es.tui.com](http://es.tui.com)

## Silversea ofrece a sus clientes descuentos de hasta un 20% en viajes seleccionados con su nueva promoción

Los viajeros podrán elegir entre salidas por el Mediterráneo, Alaska, Antártida, El Caribe y Centroamérica, o Asia

Silversea Cruises presenta una nueva promoción de ahorro para la próxima temporada, que incentivará a los viajeros a viajar para el 2021. La compañía de cruceros de lujo ofrece ahora hasta un 20% de descuento por reserva anticipada en una selección de viajes en 2020 y 2021. "Queremos inspirar su pasión por los viajes con nuestra promoción por reserva anticipada del 20%, junto con otros incentivos y beneficios mejorados del todo incluido, que proporcionan un valor extraordinario", ha señalado la directora de *marketing* de Silversea, Barbara Muckermann.

En este sentido, la naviera ha habilitado itinerarios seleccionados

en los que se aplica esta promoción. Uno de ellos es un viaje de ida y vuelta desde Atenas el 20 de abril de 2021, a bordo del Silver Spirit. Los pasajeros disfrutarán de siete días encantadores descubriendo las Islas griegas, las ruinas turcas y el mar Egeo con paradas en Mykonos, Kusadasi, Rodas, Creta, Santorini y Nauplia. Igualmente, podrán escoger viajes de siete días entre Vancouver y Seward para conocer Alaska.

### Asia y El Caribe

De igual manera, entre las opciones se encuentra un itinerario por Asia de 13 días para conocer la

bahía de Ha Long, Chan May, y las montañas de mármol de Da Nang; y un viaje de expedición de ida y vuelta de 10 días por la Antártida. Por último, El Caribe y Centroamérica también es una posibilidad para descubrir el escondite de Hemingway en Key West, la cultura maya de Santo Tomás y los largos recorridos de la isla de Roatán.

Para acompañar esta rebaja del 20% la naviera de lujo ha mejorado su servicio de 'todo incluido', ofreciendo a los huéspedes una variedad de comodidades, como vuelo de ida y vuelta incluido, excursiones, traslados, etc.

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



Incentivará a los viajeros a viajar para el 2021.

# MSC mantiene su programación 2021/2022 con numerosos itinerarios por todo el mundo

Proponen a sus clientes salidas por el Mediterráneo, el Atlántico, la región del Golfo, Latinoamérica o Sudáfrica

Pese a que la pandemia ha trastocado las vacaciones de millones de personas y la empresas del Sector no se encuentran en su mejor momento, MSC Cruceros

continúa adelante con su oferta para la próxima temporada 2021/2022. La naviera apuesta decididamente por nuevos itinerarios que recorrerán el Mar Mediterráneo,

así como por numerosas salidas por el norte de Europa y Sudamérica. Cabe recordar que en 2022 estará disponible una vuelta al mundo, un viaje de hasta 116 noches.

MSC Cruceros ha reconfirmado su programa de invierno de 2021/2022 con nuevos itinerarios que cruzarán los diferentes océanos. Los pasajeros pueden elegir entre diferentes destinos, descubrir muchos países cerca del mar, así como disfrutar del sol de invierno. Todo esto mientras se relajan a bordo de algunos de los barcos de la naviera, con entretenimiento y actividades, restauración internacional, una oferta familiar y para niños, un spa de lujo, entre otras muchas cosas.

En el Mediterráneo proponen hasta cuatro salidas diferentes. A bordo del MSC Grandiosa, los pasajeros podrán conocer Barcelona, Génova y Marsella, haciendo escala en Palermo, Civitavecchia y el puerto de La Valeta (Malta). Igualmente, el MSC Fantasia navegará un itinerario de siete noches que compartirá los primeros tres destinos del MSC Grandiosa, pero además viajará a La Spezia, Florencia, Pisa y Nápoles. Asimismo, el

MSC Magnifica y el MSC Poesía recorrerán destinos en Grecia, Israel, Italia, Marruecos y España.

## Norte de Europa y Dubái

Por otra parte, el MSC Seashore, cruzará el Atlántico para llegar a las aguas cálidas del Caribe, con itinerarios con escalas en las Islas Caimán, Jamaica y Bahamas, Puerto Rico, Islas Vírgenes, República Dominicana y Ocean Cay MSC Marine Reserve. De igual manera, el MSC Armonia tendrá puerto base en Miami y realizará cruceros de tres, cuatro o siete noches. El MSC Divina, por su parte, empezará su temporada desde Puerto Cañaveral y, en diciembre, moverá su puerto base a Miami, con salidas de tres a cuatro noches a Ocean Cay, itinerarios de siete noches y otros más extendidos de 11 noches con escala en Jamaica, Aruba, Colombia, Panamá, Costa Rica y Ocean Cay.

MSC Cruceros también ha trabajado en cubrir la región del

Golfo, que tendrá dos barcos en la temporada de invierno, durante la cual los pasajeros podrán disfrutar de la pospuesta Expo 2020 de Dubái, que empieza en octubre de 2021. El MSC Virtuosa, pasará su primera temporada de invierno en la región, con puerto base en Dubái, y visitará Abu Dhabi, la isla Sir Bani Yas, Bahrein y Doha. Por su parte, el MSC Opera ofrecerá un itinerario de siete noches que incluye dos noches en Dubái, así como escalas en Abu Dhabi, Sir Bani Yas y Muscat en Omán.

El programa no se olvida de Sudamérica, que contará con cuatro barcos con embarque en Brasil, así como un quinto barco en la región con inicio en Argentina y que llevará pasajeros latinoamericanos a visitar los encantadores destinos brasileños. Además, los viajeros podrán escoger entre 14 itinerarios por Sudáfrica.

Finalmente, entre octubre y noviembre de 2021, MSC ampliará su cartera de itinerarios, con 11 nuevos e inspiradores 'Grand Vo-



Sus barcos cruzarán el Atlántico para visitar El Caribe.

yages' a bordo de 11 de sus barcos. Partirán de los principales puertos del mundo y tendrán una duración de 18 a 27 días. Por último, cabe destacar la presencia de 'La vuelta al Mundo de 2022', que será a bor-

do del MSC Poesia y contará con un nuevo itinerario de 116 noches alrededor del mundo con salida desde Barcelona el 7 de enero del próximo año 2022.

✉ [www.msccruceos.es](http://www.msccruceos.es)

## CLUB NEXOTUR

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

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

**Club NEXOTUR**  
Otras ofertas especiales para agentes Miembros en **pág. 43**

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

## FAM TRIP



Han conocido numerosos lugares del país centroamericano.

### 'Fam trip' de agentes a Puerto Plata

De la mano de Sky Cana y el Grupo Hodelpa, junto a la oficina regional del Ministerio Turismo en Puerto Plata, hasta siete agentes han conocido el destino turístico de Puerto Plata (República Dominicana). Visitaron el Centro Histórico, el teleférico, y el fuerte San Felipe, entre otras zonas.

## Tarragona propone cuatro salidas para el Turismo en autocaravana

Ofrecen visitas a parajes naturales, rutas gastronómicas y Turismo de playa

Tarragona se posiciona como destino para los turistas aficionados a recorrer diferentes lugares del mundo en su autocaravana. Por este motivo, la ciudad pone a disposición de los viajeros hasta un total de cuatro rutas turísticas diferentes para aquellos interesados en seguir un itinerario durante sus vacaciones en autocaravana.

Con 'Ruta medieval: Alcover - Montblanc - Farena', los turistas primero disfrutarán del pequeño pueblo de Alcover, y después realizarán una parada en Montblanc, que tiene el mayor recinto amurallado de Cataluña. Posteriormente, tendrán la oportunidad de conocer los parajes naturales como la Riba, y la última parada de esta ruta en Farena.

La segunda de las salidas diseñada es 'Ruta litoral: Cambrils-El Perelló-l'Ampolla', un recorrido que fusiona los paisajes del Mediterráneo, junto con una oferta gastronómica en Cambrils. Luego tomarán la Autovía del Mediterráneo para conocer El Perelló. Para finalizar este itinerario más playero, a 20 minutos por carretera se encuentra l'Ampolla. Es un municipio que ofrece un amplio abanico de ofertas de ocio y restauración ideal para una agradable



Playa Montroig se ofrece como posible lugar donde poder pernoctar.

cena después de recorrer sus impresionantes playas.

### Corriente modernista

Por otra parte, los viajeros podrán iniciar otra de las rutas en Riudoms para conocer la antigua casa de Gaudí, para después llegar a Reus, una ciudad que homenajea a los principales artistas de la corriente modernista. Al salir de Reus, reco-

rrerán la T-11, para dar un paseo de tarde por Tarragona, ciudad que alberga 55 edificios modernistas de entre los cuales destacan la Casa Rosell; el Mercat Central o la Quinta de Sant Rafael, entre otros.

Para todas estas salidas, el resort Playa Montroig se ofrece como posible lugar donde poder pernoctar en alguna de sus seis tipos de parcelas diferentes.

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

## Franquicias

### ¿Franquicias en los seguros de viajes

**Pregunta.-** La franquicia es una de las dudas en las que inciden mis clientes a la hora de incluir el seguro de viaje en su reserva. ¿Todos los seguros de viaje incluyen franquicia? ¿Qué coberturas del seguro son las más susceptibles de incluir franquicia?

**Respuesta.-** Efectivamente, la franquicia no solo es uno de los conceptos que más dudas genera en la contratación del seguro, también es uno de los puntos clave para elegir un buen seguro de viaje. Por este motivo, es fundamental que el cliente entienda bien qué es la franquicia, cómo se aplica cuando se produce un incidente y por qué se aplica.

La franquicia es la cantidad económica que un asegurado debe asumir en caso de que se produzca una incidencia, es decir, es la parte del daño producido por un siniestro de la que el asegurado tiene que hacerse cargo. Este importe puede ser fijo o un porcentaje sobre el total de la cantidad asegurada y se incorpora al seguro para cubrir aquellos siniestros que suponen para la aseguradora gastos de gestión y tramitación muy elevados.

Sin embargo, las franquicias no solo ayudan a la aseguradora a poder asumir ciertos gastos, también benefician al asegurado, ya que poner un coste a aquellos siniestros de gestión más complicada permite que el seguro sea más barato.

Es importante diferenciar los dos tipos de franquicia que existen. En primer lugar, los seguros con franquicia absoluta, mediante la cual se establece una cantidad fija que deberá asumir el asegurado en caso de producirse una incidencia, estando el resto del coste de esta incidencia cubierto por la aseguradora. Por ejemplo, si se determina una franquicia absoluta de 30 euros y se produce un daño con valor de 200 euros, la compañía de seguros devolverá a su cliente los 170 euros restantes.

En segundo lugar, existen los seguros con franquicia relativa. En

## 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)

este tipo de franquicias también se establece una cifra por siniestro, sin embargo, la diferencia reside en que si los daños suponen un coste menor a esta cifra, el importe de los mismos será asumido por el asegurado y si los costes son mayores, será la aseguradora la encargada de correr con todos los gastos. Así, si, por ejemplo, se establece una franquicia de 200 euros y el coste del siniestro es de 100 euros, estos tendrán que ser asumidos por el asegurado; por el contrario, si el daño supone un coste de 400 euros, la aseguradora reembolsará al cliente en cuestión la totalidad de este importe.

En el caso de nuestros seguros de viaje incluidos en el catálogo para agencias de viajes Pack Plus, solo tienen franquicias dos coberturas: la cobertura de búsqueda y rescate en el seguro Ski Aventura Plus.

## Deporte de invierno

### ¿Ofrezco o no el seguro de esquí?

**Pregunta.-** De cara la nueva temporada de esquí, me estoy planteando no ofrecer seguros a mis clientes y que contraten el seguro en la estación. ¿Qué me recomendáis?

**Respuesta.-** Son muchos los clientes que de cara a la nueva temporada de esquí se acercan a una agencia de viajes para organizar su escapada a la nieve. La mayoría de los clientes buscan un viaje de corta

duración (una semana como máximo) y en la mayoría de las ocasiones, en España. Las instalaciones cada vez son más completas, y a día de hoy las estaciones de esquí ofrecen incluso seguros exclusivos para esquiar en la estación.

Cada estación tiene su propio seguro, aunque, salvando las distancias, podríamos hablar de que el precio, coberturas y garantías son similares. Todos ellos protegen al esquiador solo dentro de la pista. Esto excluye las incidencias que puedan suceder en el hotel, despla-

zamientos, rescate fuera de pistas, traslados a centros sanitarios fuera de la estación, etc. Tengamos en cuenta que todos estos contratiempos pueden suponer un alto coste para el viajero no cubierto por el seguro de la estación.

Pero cuando vas a la nieve, se suele reservar un hotel, un transporte y un forfait, es decir un viaje completo. Así que, ¿por qué no proteger todo su viaje? Existen seguros de viaje especializados en deportes de invierno, que además de proteger la propia actividad, protegen el desplazamiento y todo el periodo que se está de viaje (enfermedades, accidentes, robos, equipajes, etc.).

Por lo tanto, aconsejamos que desde la Agencia de viajes se guíe al viajero, sobre todo, teniendo en cuenta que cuando los clientes viajan con un seguro, la Agencia traslada indirectamente su responsabilidad al seguro. Por ejemplo, si el cliente contrata una excursión y sucede algo en ella, el cliente puede denunciar a la Agencia por una organización deficiente. Mientras que si el cliente ha contratado un seguro de viaje, reclamará al propio seguro.

Si bien es cierto que la decisión final es del cliente, recomendamos

que el agente de viajes comente al cliente las incidencias más comunes que suelen ocurrir en este tipo de viajes, así como la información de los distintos seguros.

Seguros como Ski Aventura Plus no sólo cubren los viajes de esquí, sino que permitirán al viajero incluir y practicar otros deportes en su escapada, ya sean de tierra, agua o aire, además de los de nieve. Por supuesto, este seguro también es válido para cubrir todo el viaje, incluyendo la anulación del mismo. Esto quiere decir que el viajero no perdería los gastos de cancelación de las reservas si alguna de las causas que cubre Ski Aventura Plus le impide viajar.

En la actualidad, seguros de viaje como Ski Aventura Plus y otros que forman parte del catálogo Pack Plus de InterMundial incluyen coberturas Covid-19 relacionadas con la asistencia sanitaria, incluyendo la prueba PCR de presentar síntomas o la prolongación de la estancia en caso de tener que guardar cuarentena. Previo al viaje, de dar positivo el viajero, podrá anular el mismo recuperando los gastos de cancelación de las reservas confirmadas con anterioridad.



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



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



# HOTELERÍA

## CEHAT: 'Tenemos un paciente grave en la UCI y necesitamos un plan de rescate'

Se necesitan medidas complementarias con carácter inmediato para evitar la destrucción masiva de empleo

"El sector alojativo se desangra", asegura el presidente de CEHAT, Jorge Marichal. "Muchos establecimientos llevan más de

nueve meses cerrados, con cero ingresos y haciendo frente a gastos que no tienen sentido en un contexto de parón total de la actividad

alojativa", afirma. Por ello, critica que las nuevas ayudas del Gobierno central no se ajusten a la dura realidad del sector.

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) lamenta que el plan de Medidas urgentes de apoyo al Sector Turístico, la hostelería y el comercio, que fue aprobado por el Consejo de Ministros, no se ajuste a la dura realidad que está atravesando el sector alojativo. Los hoteleros destacan que han estado mucho tiempo esperando un paquete de medidas específicas y no se sienten representados ni satisfechos con las propuestas del Ejecutivo puesto que contemplan iniciativas de apoyo y no un plan de rescate, que es lo que necesitan en estos momentos los hoteles y alojamientos turísticos.

El sector alojativo incide en que su situación actual es muy crítica: "los recursos son cada vez menos y las bocas son cada vez más". Así lo ponen de manifiesto los datos de noviembre facilitados ayer por el Instituto Nacional de Estadística (INE), que señala que en 2020 hubo un 50,4% menos de establecimientos abiertos que en 2019, habiéndose alcanzado picos como el actual, en el que el 85% de los hoteles están cerrados y los abiertos se encuentran al 10% de ocupación. A esto se suma que el ingreso medio diario por habitación disponible (RevPAR), que está condicionado por la ocupación registrada en los establecimientos hoteleros, alcanza los 13,7 euros, con una bajada del 72,7%, según el INE. Además, durante los 11 primeros meses de 2020 las pernoctaciones han disminuido un 72,9% con respecto al mismo período de 2019, lo que significa

que sólo ha habido un 20% de pernoctaciones en el periodo de enero a noviembre respecto al año anterior.

### Medidas complementarias

Atendiendo a estos datos, el presidente de CEHAT, Jorge Marichal, señala que "la situación que vivimos es muy clara: tenemos un paciente -el turismo-, que está en la UCI afectado por Covid-19. Con la llegada de la vacuna, parecía que iba a poder levantarse, pero, tras el anuncio de la nueva cepa y del cierre de los mercados, tendremos que volver a dormirlo prolongando el tratamiento que veníamos aplicándole y administrarle incentivos para que no se muera en forma de medidas muy concretas y adaptadas a la casuística que viven las empresas del sector". En línea con ello, CEHAT señala que hay medidas que ya estaban funcionando, como los ERTE, los créditos ICO y las carencias hipotecarias, gracias a las que se han podido salvar a muchas empresas del cierre definitivo.

Sin embargo, desde la Confederación se manifiesta que se deben poner en marcha medidas complementarias con carácter inmediato para evitar la destrucción masiva de empleo, aumentando la flexibilidad. "El sector alojativo se desangra. Muchos establecimientos llevan más de nueve meses cerrados, con cero ingresos y haciendo frente a gastos que no tienen sentido en un contexto de parón total de la actividad alojativa. Necesitamos un plan de recuperación específico e inmediato; no son necesarios muchos

cambios estructurales, pero sí la adopción de medidas coyunturales que permitan volver a renacer cuando la situación se normalice", señala Marichal. Dentro del plan específico para el sector alojativo, los hoteleros demandan, en primer lugar, medidas a nivel laboral que protejan a los trabajadores del sector. Así, desde CEHAT se reivindica la extensión de los ERTE de manera inmediata durante todo 2021 y la extensión de la bonificación de la Seguridad Social a cargo de la empresa para los trabajadores afectados.

A nivel fiscal, CEHAT demanda la suspensión y exoneración de impuestos cuando no haya actividad, como el IAE, la Tasa Residuos Urbanos de Actividades, la Tasa de Paso de Vehículos, la Tasa de Ocupación de Vía Pública o el IBI, para lo que el sector solicita la modificación de la legislación nacional que impide a los ayuntamientos la exoneración de cuotas del IBI. En este sentido, los hoteleros recuerdan que este tipo de medidas son fundamentales para proteger la liquidez de las empresas: "Necesitamos que no salga ni un euro de la caja, puesto que estamos en las últimas". Solicitan la exoneración de tasas municipales dependiendo del volumen de actividad y el aplazamiento de las multas e intereses por pagos atrasados de impuestos.

### Reunión con Sánchez

Con respecto a las medidas de carácter económico y financiero, CEHAT solicita la suspensión de los costes fijos de contratación de



Presidente CEHAT, Jorge Marichal.

potencia eléctrica, la ampliación del plazo de la moratoria en el pago de la devolución del principal en los créditos hipotecarios, con la ampliación de este mecanismo a otros productos de financiación a medio y largo plazo, y la aplicación de tipos de interés bajos o nulos para los préstamos ICO.

Estas medidas a corto plazo deberán venir acompañadas de otras iniciativas a futuro cuando se reactive la demanda, como son la habilitación de un programa de bonos turísticos y de un pasaporte sanitario digital para facilitar que puedan viajar aquellas personas que estén vacunadas o testadas o la reducción del IVA y demás impuestos indirectos al sector para el año 2021 como un elemento de incentivación de la demanda, entre otras. Por último, los hoteleros solicitan una reunión con el presidente del Gobierno para que conozca de primera mano la realidad del sector e intentar que la situación se corrija.

### ■ PRODUCTO

#### Barceló Hotel Group inaugura el hotel Barceló Tenerife

Barceló Hotel Group abre las puertas del hotel Barceló Tenerife, un establecimiento de cinco estrellas y 331 habitaciones situado en la Reserva Ambiental de San Blas, un enclave de gran valor ecológico en el sur de Tenerife. Inspirado por los nuevos viajeros que buscan conectar más con la naturaleza, el Barceló Tenerife se convierte así en el quinto establecimiento de la cadena en la isla. En palabras de Ángel Esquinas, director regional en Canarias de Barceló Hotel Group: "La apertura del nuevo Barceló Tenerife es una muestra más de la apuesta de Barceló Hotel Group por Canarias".

#### Smy Hotels inaugura su primer establecimiento hotelero en Cerdeña

El Smy Sighientu Thalasso & Spa cuatro estrellas se sitúa en la costa sur de Cerdeña, a sólo 25 kilómetros del aeropuerto internacional de Cagliari. En la zona conocida como Marina di Capitana frente al Golfo degli Angeli. El Hotel, que es muy conocido por su ambiente para familias y por su proximidad a fantásticos restaurantes, cuenta con 221 habitaciones distribuidas en tres plantas. Y entre otros servicios, dispone de cafetería, bar, pub, discoteca, auditorio, restaurante, parking, piscina y gimnasio. Dispone, además, de unas magníficas instalaciones de Thalasso Centre biomarino.

#### El hotel Urban en pleno centro de la capital vuelve a abrir sus puertas

Derby Hotels Collection reabre el Hotel Urban, situado en el centro de Madrid, en el eje Prado-Recoletos, epicentro cultural y artístico de la ciudad, y próximo a la Puerta del Sol y Plaza Mayor. Para su reapertura, el Urban ofrece un riguroso protocolo con las máximas garantías sanitarias y pensado para el bienestar de los visitantes. "En Derby Hotels Collection nuestra prioridad es garantizar la seguridad en todo momento a nuestros clientes, manteniendo los estándares de exclusividad y calidad en los servicios como sello de la compañía", explica el director general de Derby Hotels Collection, Joaquim Clos. Con su reapertura, el Hotel abre de nuevo la Terraza del Urban.

## Logis Hotels y Ruralgest se alían para una mayor eficiencia

El beneficio neto total creció en 2018 hasta 117,8 millones de euros, 82,3 millones más que en 2017

Los tiempos difíciles que está atravesando el sector hotelero está permitiendo descubrir nuevos recursos y estrategias de cara al futuro. Por ello, Logis Hotels ha decidido implementar una nueva herramienta: el gestor de reservas PMS de Ruralgest. Uno de los sellos de identidad característicos de Logis Hotels es su red de hoteleros constituida fundamentalmente por casas rurales de gestión familiar que, con una atención al cliente de calidad, implica al mismo tiempo ofrecer soluciones sencillas y funcionales que simplifiquen y

agilicen las tareas cotidianas para una mayor eficiencia.

### PMS de Ruralgest

Es una herramienta que facilita la vida en todo lo que pueda necesitar un alojamiento Logis Hotels. Property Management System o PMS es como un centro neurálgico para la gestión de toda la operativa del hotel que incluye desde el registro de entrada y salida de los huéspedes, la asignación de habitaciones, mandar la ficha policial, sacar una factura, la facturación... hasta un

largo etcétera. Además, ofrece la posibilidad de vender productos complementarios (*cross-selling*).

PMS de Ruralgest también es útil como gestor de actividades que permite con solo un par de clic comprobar cuales son las actividades que se van a desarrollar en los próximos días, cerrar ventas, cancelar actividades para un día o dar de alta una nueva reserva en unos pocos segundos. Además, permite gestionar el listado de participantes y marcar su asistencia, incluso en lugares sin cobertura. Todo de forma rápida y sencilla.



PMS es como un centro neurálgico.

# Los hoteleros de Madrid decepcionados con las medidas del Gobierno, que se alejan de lo solicitado

Reclaman que se destine el 30% de los fondos europeos Next Generation al Sector Turístico

Desde AEHM consideran que las medidas que ha aprobado el Gobierno central "son decepcionantes y no atienden a las necesidades reales

del sector que plasmamos en el Plan Urgente de Rescate al Sector Hotelero, que les trasladamos en diciembre". En dicho plan se planteaban me-

didias indispensables para garantizar la supervivencia del sector, sostener al máximo posible los empleos y posibilitar una recuperación.

La realidad actual del sector dista mucho de ser la de hace apenas un año y la supervivencia del sector está en cuestión. De ahí que, desde la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) subrayen su preocupación, teniendo en cuenta que el Sector Turístico ha sido uno de los principales motores en la recuperación económica de la crisis de 2009 —aportaba el 14% del PIB español y generaba el 15% de los empleos creados tras la debacle económica del 2009— y debería de ser una pieza clave en la reconstrucción de la economía nacional postCovid-19.

Por ello, a finales de 2020 le hicieron llegar a las administraciones públicas una serie de propuestas necesarias para revertir la dramática situación del sector: la ocupación hotelera en Madrid se mantiene por debajo del 20%, teniendo en cuenta que solo hay un tercio de plantas hoteleras abiertas y muchos de los establecimientos



Gabriel García

que en algún momento pudieron abrir se han visto obligados a volver a cerrar por la falta de una demanda constante.

Desde la AEHM consideran decepcionante que el Gobierno central no haya adoptado ninguna medida como la que vienen reclamando

en relación a la reducción del IVA para el Sector Turístico al 7%. Una iniciativa "que resulta clave para relanzar la actividad a nivel nacional y volver a ser competitivos", según la asociación madrileña. "Dicha reducción no supondría una excepción en el ámbito europeo", aseguran, ya que otros países ya la han implementado con el objetivo de paliar los efectos económicos que afectan al turismo: Reino Unido ha reducido el IVA de un 20% al 5% durante seis meses y Alemania lo ha hecho del 19% al 16%.

Además, otro aspecto que tampoco ha sido acogido por el Gobierno es la petición que AEHM le hizo de extender la ampliación de los Expediente de Regulación

Temporal de Empleo (ERTE) hasta el 31 de diciembre de 2021 y de exonerar totalmente a este tipo de negocios del pago de la Seguridad Social. "No tiene sentido que a medida que pasa el tiempo y que la situación se torna peor, éstos se ven obligados a contribuir con un mayor porcentaje a las cuotas de las personas que están en ERTE", lamentan desde AEHM. En este sentido, hay que subrayar que más de un 70% de las plantas hoteleras están cerrados.

## Ayudas directas

Otra de las cuestiones sobre las que quieren llamar la atención desde la asociación hotelera madrileña son las ayudas directas, créditos e hipotecas. Los hoteleros reclaman que el Gobierno destine el 30% de los fondos europeos Next Generation para ayudar a las empresas del Sector Turístico que están a punto de quebrar y se encuentran en una situación dramática.

El Ejecutivo sí que ha incluido entre las medidas aprobadas la renegociación de los créditos ICO,

durante un año, en lugar de tres como planteábamos. Aunque es una medida positiva, "es a todas luces insuficiente", aseguran.

AEHM denuncia que tampoco se han tomado medidas para fomentar el Turismo y la movilidad de viajeros en el ámbito nacional e internacional cuando sea viable, como los bonos directos, una medida que ya se ha implementado en otros países. Es el caso de Italia, que, a mediados de mayo, dio luz verde a un bono de hasta 500 euros para aquellas familias con ingresos inferiores a 40.000 euros para promover el turismo nacional; y Francia, que activó unos cheques para los ciudadanos con menos recursos y como reconocimiento para los grupos profesionales que han luchado contra el coronavirus.

Para concluir, AEHM asegura que "confiamos que, en un breve plazo, el Gobierno central tome ejemplo de la Comunidad de Madrid y del Ayuntamiento de Madrid, administraciones que sí han reaccionado a las necesidades de nuestro sector y han demostrado una voluntad firme de apoyo al sector".

# Rusticae pide un salvoconducto para el Turismo rural que se ve abocado a cerrar

Aunque no hay obligación de cerrar los establecimientos hoteleros, no es viable

Rusticae alerta sobre el daño irreversible que puede sufrir el Turismo, en términos generales y el rural en particular, si persisten las restricciones de movilidad durante mucho más tiempo. Isabel Llorens, fundadora del Club de selección de hoteles con encanto, muestra su preocupación por la manera en la que la imposibilidad de moverse entre Comunidades e incluso entre provincias y poblaciones, está afectando a los establecimientos que forman parte de este sello de calidad.

"Somos conscientes de la importancia de preservar la salud ante todo, pero creemos firmemente que esto es perfectamente compatible con la continuidad de nuestra actividad", explica Llorens, que recuerda que no es el Turismo responsable y respetuoso que promueve Rusticae, el foco de ninguno de los rebrotes ocasionados desde el inicio de la pandemia. "Todo lo contrario, se ha demostrado que nuestros hoteles, casas de alquiler completo y apartamentos, no solo están cumpliendo de manera exhaustiva todas las



Isabel Llorens

medidas de seguridad, sino que han hecho importantes inversiones para cumplir con todos los requisitos y han demostrado que son lugares seguros".

Aunque no hay obligación de cerrar los establecimientos hoteleros, no es viable para ellos continuar abiertos. "Esa

es la paradoja de toda esta situación. Qué sentido tiene mantener abierto un hotel de diez habitaciones en una población de mil habitantes que sufre un cierre perimetral", se pregunta la fundadora de Rusticae. La preocupación de esta marca, que lleva aglutinando los mejores establecimientos hoteleros en España, Portugal, arco mediterráneo y Latinoamérica desde hace veinticinco años y que fue pionera en el desarrollo del Turismo rural en España y de todos los valores asociados a esta actividad, "no solo tiene que ver con salvar la temporada, ni siquiera el nefasto año que padecemos". "Nuestro miedo es que esta situación provoque un retroceso en los logros que el Turismo en este país ha conseguido durante los últimos años", indica. A

pesar de ello, la postura de Rusticae frente a esta crisis sanitaria siempre ha sido esperanzadora y positiva, y tiene claro que este tipo de Turismo tiene más sentido ahora que nunca.

## El ejemplo de Canarias

La fundadora de Rusticae pone como ejemplo de buen hacer a las islas Canarias, que han establecido protocolos específicos para que el Turismo pueda seguir siendo el motor de su economía. "Por ello entendemos que está justificado y es razonable que se apliquen estas mismas medidas accesibles y asequibles, mientras existan las restricciones de movilidad, para salvar al Turismo de proximidad, que tanta riqueza y valor genera en su entorno más cercano". Para Llorens viajar tiene un efecto terapéutico, "en estos momentos más necesario que nunca" y para hacerlo con seguridad se deben establecer protocolos similares a los de Canarias, así como todo lo que sea necesario para que el turismo no se pare y vuelva a generar riqueza, porque es una actividad primordial para que muchas regiones inicien su recuperación", concluye Isabel Llorens.

# Paradores, la marca con más reputación de España en 2020

Paradores es la marca con mayor reputación de España en 2020, según Brand Finance, firma internacional independiente de valoración y estrategia de marcas. Esta consultora ya situó a Paradores con la marca con mayor reputación en 2019. La hotelera pública, además, aumenta su reputación respecto del previo periodo analizado.

Con una puntuación media de ocho con cinco sobre diez, Paradores se posiciona como la marca española con mayor reputación, seguida de Iberia, El Corte Inglés y Mercadona. Además, es la única empresa española que entra en el top de las 10 marcas internacionales con mayor reputación. Paradores se sitúa en el puesto número ocho de esa lista que encabezan Bosch, Mercedes-Benz y Porsche. La hotelera pública es también la compañía líder mundial en reputación en la categoría de hoteles, seguida de Hilton, Sheraton y Marriott. Óscar López, presidente de Paradores, se muestra orgulloso: "En un año tan duro para el Turismo, es un honor".

## PRODUCTO

### Grupo Piñero reabre el Bahía Principe Grand El Portillo en Samaná

Grupo Piñero reabre las puertas del hotel Bahía Principe Grand El Portillo, ubicado en la región de Samaná, en República Dominicana. La reapertura de este emblemático establecimiento, que celebrará este año su vigésimo aniversario, se produce tras una remodelación de sus áreas comunes y rediseño, que se ha realizado siguiendo los ejes estratégicos de la compañía centrados en innovación y desarrollo, digitalización y sostenibilidad. Grupo Piñero ha invertido un total de diez millones de dólares, cifra que además de visibilizar su política de reinversión, pone de manifiesto su compromiso por continuar aportando valor al Sector Turístico y, en concreto, su firme apuesta por fomentar y promocionar el destino.

### Barceló Hotel Group vende el emblemático Formentor de Mallorca

Barceló Hotel Group anuncia la venta del hotel Formentor al fondo de inversión Emin Capital, tras materializarse la opción de compra pactada en 2019. La operación, cuyo importe asciende a 165 millones de euros, incluye la venta de la finca de 1.200 hectáreas en el municipio mallorquín de Pollensa donde se ubica el histórico hotel, así como un viñedo y un coto de caza. Tras la compra, Emin Capital acometerá junto a Four Seasons una profunda reforma, que ya cuenta con el permiso del Ayuntamiento de Pollensa, y que tiene previsto un plazo de ejecución de dos años. El nuevo proyecto tendrá en cuenta todos los aspectos medioambientales y paisajísticos que requiere un entorno tan sensible, y supondrá un gran impulso para el municipio.

### El Balneario Panticosa abre el 23 de diciembre junto con Formigal

El Balneario de Panticosa ha reabierto sus instalaciones hoteleras y el Balneario Termas de Tiberio el 23 de diciembre, coincidiendo con la apertura de la estación de esquí de Aramón Formigal. Después de que se decretara el cierre perimetral de la Comunidad autónoma de Aragón, sumándose esta medida a las ya vigentes de confinamiento de las capitales de provincia Zaragoza, Huesca y Teruel, el Balneario de Panticosa comunicó el cierre de sus instalaciones el 27 de octubre. Desde entonces se ha estado trabajando con un único objetivo: la reapertura de las instalaciones lo antes posible, con plenas garantías de seguridad tanto para los trabajadores como para los huéspedes.

# 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

# BOOKING

## NEXOTUR

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

**91 369 41 00**  
**91 369 18 39**

### Mayoristas

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

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

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

### Compañías Aéreas

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

### Compañías Marítimas

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

### Ferrocarril

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

### Alquiler de Automóviles

BUDGET RENT A CAR ESPAÑA Conde de Aranda, 1-3º Dcha. MADRID	91-4363319 Fax 91-5768827
EUROPCAR Av. Partenón, 16-18 MADRID	91-7226200/91-102020 Fax 91-7226201
HOLIDAY AUTOS Gran Vía Costes Catalanas, 617 BARCELONA	902-448449 Fax 93-4813833
IBL (Alsa Grupo) Miguel Fleita, 4 1º D. MADRID	91-7546502 Fax: 91-7545365

RECORD RENT A CAR Av. Lairón, parcela 60 CASTELLÓN	964-343000/902123002 Fax 964-343010
VICENTE RENT A CAR LANZAROTE. Y CANARIAS	928-512694-543456 Fax 928-514137

### Organismos

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

### Centrales de Reservas

CANARIAS.COM-TENERIFE av. Las Americas, cc Americas Plaza L26 ARONA	922-715353 Fax 922-719131
CONFORTEL HOTELES Av. Burgos, 8 A 15º MADRID	902-424242 Fax 91-3831743
CENTRALIA Sagrada Familia, 31 Bajo BURGOS	902-200063 Fax 902-200064
HOTEL JARDIN TECINA Lomada de Tecina LA GOMERA	922-145864-66 Fax 922-145865
GRUPO NATURA Av. Valencia, 14 Molins de Rei (BARCELONA)	93-6801600 Fax 93-6800944
HOTUSA-EUROSTARS Princesa, 58 Principal BARCELONA	902-222999-93-3199062 Fax 93-2681945
INTERHOME Guitard, 45 BARCELONA	93-4090522 Fax 93-4090493
MARKHOTEL Jacometrezo, 4 MADRID	91-5210303-902-151515 Fax 91-5215999
PARADORES Requena, 3-5 MADRID	91-5166666 Fax 91-5166657
RIU HOTELS Laude s/n PALMA DE MALLORCA	971-743030 Fax 971-744171

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

### Transporte por Carretera

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

### Servicios

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

### Cadenas Hoteleras

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

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

**¿ES SU EMPRESA UNA DE ELLAS?**

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

**¿ESTÁ DISPUESTO A ARRIESGARSE?**

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

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

**NUESTROS CLIENTES NOS AVALAN**

Consúltanos 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

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

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

**GRATIS 1ª hora**  
**fetisalain@gmail.com**  
**skype: alaininmadrid / Tel. 91 547 58 71**

# Achat Hotels presenta una web de nuevo diseño con reserva para el cliente final

La nueva versión de la web de Achat Hotels ofrece, con un diseño totalmente renovado, información de la cadena y sus hoteles y permite, únicamente al cliente final, reservar fácilmente estancias y algunos servicios.



www.achat-hotels.com

La nueva página de **Achat Hotels**, cadena hotelera alemana que dispone de 35 hoteles en el centro de Europa, ofrece con nueva presentación y estructura de accesos, información sobre la compañía, una limitada descripción de sus establecimientos y más completa de su entorno, manteniendo un fácil sistema de gestión de reservas, disponible únicamente para el cliente final y sin posibilidad de acceso posterior a la reserva para su cancelación o modificación. Por otro lado, la página presenta únicamente versiones en alemán e inglés, ésta no completa.

## INFORMACIÓN

Desde la primera pantalla se accede a un plano activo de sus hoteles y a su relación, desde los que se accede a una limitada descripción del hotel, sus servicios y su entorno en la que solo incluye dos imágenes del hotel mientras en la reserva presenta una galería completa.

## RESERVA

Dispone de una sencilla gestión de reservas de estancias y algunos servicios, con información adecuada de tipos de habitación y tarifas, pero sin acceso a la descripción del hotel ni mantenimiento posterior de la reserva y con parte de la información en alemán.

## GENERAL

Incluye información sobre la cadena, su historia y expansión, las formas de contacto con la central y con cada uno de sus hoteles, un área de empleo con sus ofertas de trabajo, un área de prensa y otras para reuniones y eventos y para información sobre sus ofertas.

### ▲ Lo Mejor / Diseño

La página ofrece un diseño de pantallas y una estructura muy cuidados, con fácil acceso a la información y reserva.

### ▼ Lo Peor / Gestión Reservas

Dispone de una gestión de reservas amigable, pero no válida para las agencias y sin acceso posterior para su mantenimiento.

## ACHAT / 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 nueva página de Achat Hotels sigue siendo de poca utilidad para los agentes de viajes españoles, ya que su oferta está limitada a Alemania, Austria y Hungría y presenta sólo en alemán e inglés y su gestión de reservas, que no está disponible para las agencias.

6,6



**Entrada /** Presenta la selección para reserva, el acceso a un mapa activo con sus hoteles, sus ventajas y atenciones con el cliente,



**Producto /** Desde el mapa, o la relación de hoteles adjunta, se accede a la descripción del hotel, sus habitaciones y su entorno.



**Reserva /** Ofrece un sencillo sistema de reservas de estancias y algunos servicios, no disponible para las agencias.

# Nueva reserva de Singapore desde las agencias usando AGENT 360

Singapore Airlines presenta un conjunto de dos páginas, que ofrecen a clientes, estén o no registrados, empresas y a agencias de viajes desde AGENT 360, la información sobre sus servicios aéreos y un completo sistema de gestión de reservas.



www.singaporeair.com

La versión actual de la web de **Singapore Airlines** ofrece un amplio conjunto de información sobre la compañía y limitado sobre sus vuelos desde Singapur a la mayor parte del mundo -en España su único destino es Barcelona- y sobre los programas de fidelización que ofrece al viajero. Dispone de un detallado sistema de gestión de reservas, válido para usuarios registrados, empresas y también para agencias accediendo al sistema desde la nueva página AGENT 360 que les ofrece además un completo sistema de gestión en versiones para muchos países, la mayoría en inglés.

## INFORMACIÓN

Dentro de un amplio sistema de información, ofrece un mapa general y la descripción de sus destinos y permite consultar la situación de vuelos en curso. pero solo informa sobre los vuelos disponibles en la selección para reserva. También ofrece la descripción de su flota.

## RESERVA

Ofrece un completo sistema de reservas, válido para las agencias de viajes que se gestionan desde AGENT 360. Contempla el acceso posterior a la reserva para su gestión, el checking electrónico, además de la reserva de hoteles conectando con Agoda y de alquiler de coches.

## GENERAL

Mantiene una completa información sobre la empresa, tanto para clientes como para inversores, sobre su equipo de profesionales, sus productos y clases, sus compañías asociadas y sus programas de fidelización. También ofrece una completa área de ayuda al viajero.

### ▲ Lo Mejor / Gestión Agencias.

Ofrece un completo sistema de gestión de reservas desde las agencias que se deben dar de alta en AGENT 360.

### ▼ Lo Peor / Información vuelos

Ya no ofrece información de sus itinerarios en el mapa, ni relación de vuelos, que sólo se pueden consultar por origen, destino y fecha.

## SINGAPORE / Línea aérea

### Ponderación de los Valores

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

## EVALUACION NEXOTUR.COM

Singapore Airlines ha desarrollado un sistema específico para las agencias de viajes que les permite efectuar sus reservas y ofrece un sistema de gestión posterior de la reserva, de la cuenta de la agencia, de sus condiciones y tarifas especiales y su oferta de nuevos productos.

7,3



**Entrada /** Presenta el acceso para usuarios registrados, la primera pantalla de reservas y el resto de áreas de información.



**Producto /** Informa de sus destinos en un mapa, y del estado de vuelos en curso pero no de los itinerarios disponibles.



**Reserva /** Ofrece un completo sistema de reservas con mantenimiento posterior, disponible desde AGENT 360 para las agencias.

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

## Viajes Turcosta busca agente de viajes experimentado en productos de larga distancia

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'.**

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

■ **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.** 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.

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

■ **Viajes ATP.** Madrid. Buscamos agentes de viajes autónomos para colaboración

en viajes vacacionales y de empresa. Es imprescindible que tenga cartera de clientes. Ofrecemos comisiones altamente competitivas y libertad de horario.

■ **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 vía telefónica o correo electrónico, emisión de billetes, documentaciones y facturación.

■ **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 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.

■ **Sapphire Viajes.** Madrid. Se busca agente 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 en destino y evaluación posterior. 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.

■ **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.

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

■ **Viajes 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).

■ **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.

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

## Naveg@web / EVALUACIÓN DE WEBS EN INTERNET

## Hoteles en Cataluña

↑ Costa Brava Verd Hotels presenta una versión *responsive*, de su página en la que presenta la **información** de los hoteles de sus tres marcas y su gestión de reservas, disponible para las agencias, con la misma presentación pero desde distintas URLs.

⇒ Su **utilidad** está limitada a sus hoteles en Cataluña.

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



<http://www.costabravaverdhotels.com>

## Vuelos desde Hong Kong

↑ Cathay Pacific presenta una nueva versión de su **web** con algunos cambios en su diseño y en la estructura de la **información**, a la que ha añadido un área para viajes de negocios, manteniendo un sencillo sistema de reservas, no válido para las agencias.

⇒ Su **utilidad** está limitada por su escasa cobertura desde España.

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



<http://www.cathaypacific.com>

## Viajes en bus

↑ La página de Monbus presenta una nueva versión de su **web**, disponible para cualquier tipo de terminal, que mantiene con pocos cambios su sistema de **información** y reservas, que en esta versión permite la reserva desde las agencias de viajes.

⇒ Su **utilidad** mejoraría si se gestionaran *on-line* todos los trayectos.

↑ Contempla la gestión de **reservas** desde las agencias.



<http://www.monbus.es>

## Ofertas para las agencias

↑ La página de CnTravel presenta **información** sobre sus ofertas de alojamientos en parte de España y Portugal, algunos circuitos y paquetes, así como un completo sistema de gestión de reservas de alojamientos, exclusivo para los agentes de viajes.

⇒ Por su sencilla gestión es una página de **utilidad**.

↑ Su gestión de **reservas** es exclusiva para las agencias.



<http://www.reservasonlinecntravel.com>

## Congresos en Vitoria

↑ El Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz ofrece dentro de su página, un área dedicada a los organizadores de eventos, en la que incluye una completa **información** de las características de sus espacios y servicios, y un calendario de eventos previstos.

⇒ Por su amplia información es una página de **utilidad**.

↓ Para gestión de **reservas** ofrece un completo formulario.



[www.vitoria-gasteiz.org/congresos](http://www.vitoria-gasteiz.org/congresos)

## Turismo en Cádiz

↑ La nueva **web** de Turismo en la provincia de Cádiz ofrece, con un diseño *responsive* enfocado a los terminales móviles, la **información** de sus atractivos y servicios turísticos, sin gestión de reservas para lo que ofrece el enlace con su **web**.

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

↓ En el área de **reservas** ofrece enlaces con los alojamientos.



<http://www.cadizturismo.com>

## LEGISLACIÓN

### Uso de test

Gobierno de España

✓El Gobierno ha habilitado los idiomas francés y alemán en la presentación de los certificados de las pruebas PCR en origen, según refleja el Boletín Oficial del Estado (BOE). En el caso de no ser posible obtenerlo en estos idiomas, deberá ir acompañado de una traducción al español, realizada por un organismo oficial.

Además, han cumplido algunas de las peticiones del Sector y han eliminado las pruebas para los menores de seis años. Igualmente, ahora se permitirán otras técnicas moleculares de detección con una fiabilidad equivalente para la detección del virus, tales como las pruebas de Amplificación Mediada por Transcripción (TMA), que las consideran opciones válidas de control de la epidemia respecto de las personas que se desplacen a nuestro país. Estas nuevas pruebas, si son más económicas y rápidas, pero sin llegar a los test de antígenos.

Boletín Oficial del Estado.  
✉ [www.boe.es](http://www.boe.es)

## CURSO

### Formación de Amadeus en Canarias

Destinada a formar talento en competencias transversales

Amadeus ha lanzado Travel Tech School by Amadeus, una escuela basada en retos, que nace con el objetivo de formar talento en competencias transversales y de alta especialización para la transformación digital del Turismo. Se trata de una iniciativa del Clúster Gran Canaria Turismo Innova, la empresa The Wise Dreams y la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, donde se ubicará la sede inicial. Este proyecto cuenta también con el apoyo del Patronato de Turismo de Gran Canaria y el Gobierno de Canarias, a través

de la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI).

El espacio destinado a TTS by Amadeus se inaugurará en febrero de 2021 y se ubicará en los bajos de la Biblioteca General del Campus de Tafira de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Contará con ambientes dinámicos participativos y semipresenciales y con un alto equipamiento formativo de realidad virtual, donde se ofrecerá un sistema de formación y neuro evaluación de competencias transversales por RV.



## LIBROS

### Guía interactiva de Catai

Título: 'Time To Travel by Catai'

Catai lanza

'Time To Travel by Catai', una novedosa guía interactiva con el objetivo de ofrecer la información de los destinos que actualmente tienen abiertas sus fronteras para todos los viajeros y que no exigen cuarentena a la llegada. La publicación ofrece información permanentemente actualizada sobre los requisitos necesarios para viajar al destino, una breve descripción del destino y un enlace a la programación de Catai disponible en tiempo real en TravelPricer.

Responden así a las demandas de sus agencias, ante un panorama de cambio constante, donde resulta complejo mantener actualizada la información sobre requisitos de viaje y destinos que están operativos.



## CALENDARIO

### Eventos próximos

●TTF Travel & Tourism Fair India se celebrará del 4 al 6 de marzo en el Gujarat University Exhibition Hall de Ahmedabad. Salvo cambios de última hora por la pandemia, la feria ofrecerá una oportunidad anual para que las organizaciones de la India y del extranjero muestren sus productos y servicios. Los visitantes pueden interactuar con los turoperadores, agencias de viajes, hoteleros y compañías aéreas para llegar a acuerdos y establecer colaboraciones. Más info en [www.ttfotm.com](http://www.ttfotm.com).

●La feria ITB Berlín tendrá lugar del 10 al 13 de marzo con un formato completamente virtual. De una manera diferente, durante el evento, los profesionales tendrán la oportunidad de reunirse con socios de la industria y hacer nuevos negocios, ya que concentrará países, destinos, operadores turísticos, los sistemas de reservas, transporte, hoteles, etc. Más información disponible en [www.itb-berlin.de](http://www.itb-berlin.de).

# 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



De Profesional a Profesional

## SUBEN

### ▲ Luis Arroyo



Luis Arroyo se ha convertido en el nuevo presidente de CEAV Andalucía durante los próximos tres años. Elegido por unanimidad en una Asamblea de la Asociación continuará la labor que viene desarrollando la Federación en pro del Sector.

### ▲ Jesús Nuño de la Rosa



Grupo Inversor Hesperia (GI-HSA) refuerza su dirección estratégica con la incorporación de Jesús Nuño de la Rosa como nuevo *senior advisor*. Este aportará valor en las áreas de negocio urbano y vacacional del grupo hotelero gracias a su gran experiencia.

### ▲ Bruno Claeys

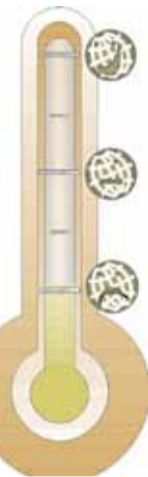


World2Meet ha presentado la imagen corporativa de World2Fly, la nueva aerolínea de su división de viajes. Dirigida por Bruno Claeys, nace con sólidos valores en términos de sostenibilidad, innovación y excelencia en el servicio a bordo.

## SUMARIO

Tribuna de Opinión / Claves	2
Protagonista / Juan José Hidalgo	3
Entrevista / José Luis Méndez	4
Escaparate	5-37
Suplemento CONEXO	15-34
Mostrador	38-39
Gestión	40
Hotelería	41-42
Club	43
Booking	44
Evaluatnet	45
Ofertas de empleo	46
Agenda	48

ESPECIAL NAVIDAD Y AÑO NUEVO



## BARÓMETRO DE RESULTADOS

## LA SEMANA

### Las agencias pierden cerca de 9.000 empleados

Los afiliados en alta laboral vinculados a actividades turísticas han caído un 14,1% en noviembre, respecto al año anterior, alcanzando un total de 2.072.088 afiliados a la Seguridad Social. Tal y como viene ocurriendo desde el inicio de la pandemia, estos datos vuelven a romper la tendencia de incrementos para el mes de noviembre que se inició en 2013, volviéndose a niveles similares a los alcanzados en 2015 y 2016. En términos generales, los afiliados en actividades turísticas supusieron el 10,9% del total de afiliados en la economía nacional. Por ramas de actividad, las agencias han sido las que menos han descendido en el pasado mes con 8.876 trabajadores menos.



QUINCENA DEL 4 AL 17 DE ENERO DE 2021

## INDICADOR DE EXPECTATIVAS

Continúan sucediéndose los meses y las caídas de las aerolíneas siguen siendo considerables. El mes de noviembre supone el noveno mes consecutivo de descenso pronunciado de las llegadas de turistas España. Según TurEspaña, han visitado España 547.963 pasajeros procedentes de aeropuertos internacionales, un 90,4% menos que en el mismo mes del año anterior. En este sentido, el 43% de estos han elegido una compañía aérea de 'bajo coste' para desplazarse, experimentando un descenso del 92,3%, mientras que los pasajeros que han viajado en compañías tradicionales, el 57% restante, decrecieron un 88,2%.

Entre enero y octubre España sigue sumando solo 19,8 millones de pasajeros extranjeros, un 77,6% menos que en el mismo periodo del año anterior. El tráfico de pasajeros internacionales de *low cost* ha registrado una disminución interanual del 78,2%, mientras que las compañías tradicionales han tenido una reducción ligerísimamente menor (-77%). Así, el 78,3% del total del flujo aéreo ha provenido de la Unión Europea (UE), experimentando un descenso del 77,7%. Por otro lado, el flujo aéreo del resto del mundo (21,7%) ha experimentado una disminución del 77,4%.

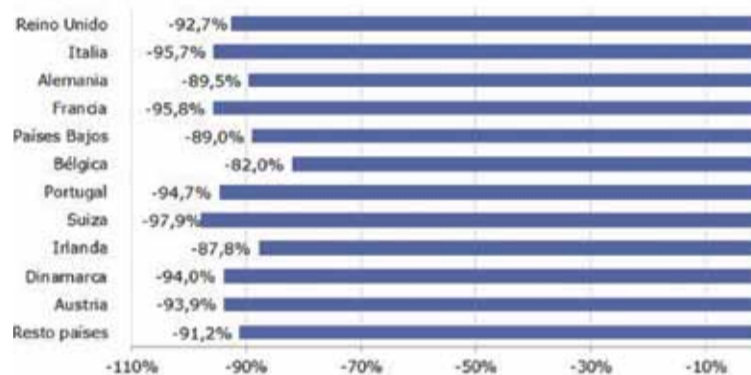
Asimismo, en el octavo mes del año, todos los mercados emisores han decrecido, mostrando descensos cercanos o superiores al 70%. En este caso, Alemania rompe la tendencia de los últimos meses y se sitúa como principal mercado

## COYUNTURA

### El uso de vuelos 'low cost' cae un 92%

En el último mes de noviembre, se ha vuelto a registrar un desplome en las llegadas de turistas extranjeros por vía aérea. Sólo 235.379 usuarios viajaron a España en compañías aéreas *low cost* en dicho mes, lo que supone un considerable descenso del 92,3%. Esta misma línea se puede observar en las aerolíneas tradicionales, que también se desploman un 88,2%, según el estudio CBC emitido por TurEspaña.

### Variación interanual de los turistas por país de origen



Fuente: TurEspaña.

© NEXOTUR

emisor con el 19,4% del flujo de pasajeros internacionales, dejando al tradicionalmente primer mercado para España, Reino Unido, con un 17,1%. No obstante, ambas caen un 86,4% y 91,8%, respectivamente. Igualmente, los siguientes principales países emisores, Países Bajos y Francia experimentaron

fuertes disminuciones (85,1% y 91,5%). Por primera vez en mucho tiempo, Italia no se encuentra en estos primeros puestos.

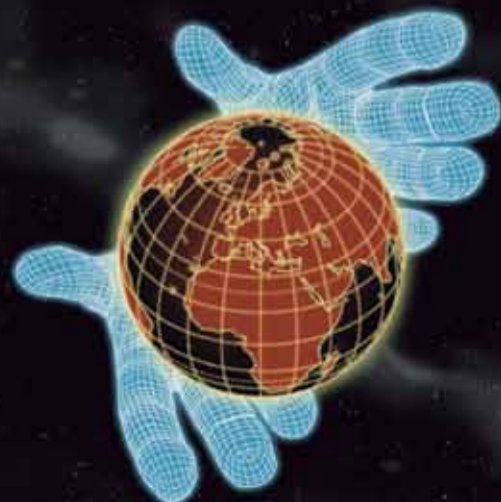
En este sentido, Reino Unido sí que lidera el *ranking* de llegadas en aerolínea de 'bajo coste'. Los aeropuertos británicos fueron el punto de partida del 27,9% de los

pasajeros que llegaron a España en alguna *low cost*. Estos registraron un decrecimiento del 92,7%. Igualmente, en Alemania representó el 16,5% del total y la reducción fue de un 89,5%. Finalmente, los holandeses y los italianos, que sí aparecen en esta clasificación, también sufrieron descensos cercanos o superiores al 90% (89% y 95,7%, respectivamente).

### Madrid lidera las llegadas

Por otra parte, la Comunidad de Madrid mantiene la línea del mes de septiembre y octubre y vuelve a liderar las escasas llegadas durante noviembre, abarcando el 31,3%, con 171.732 visitantes. Por su parte, Canarias, Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana y Baleares, con cuotas en el rango entre el 30,1 y el 3,5%, sumaron, en conjunto, el 67,6% del total de pasajeros aéreos llegados a España. No obstante, si miramos el ámbito *low cost*, la capital española cae hasta el sexto lugar, siendo Canarias la que lidera en este apartado con el 35,3% del total (83.139). Le sigue de lejos Cataluña y la Comunidad valenciana, contabilizando 46.002 y 40.834 llegadas, respectivamente.

Como es de esperar, estos datos de las Comunidades se reflejan en los pasajeros registrados en cada uno de los aeropuertos. El aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas lidera las llegadas entre aerolíneas tradicionales y de 'bajo coste' (171.732), seguido del de Barcelona (79.514).



Date de alta  
en Nexotur.com

Diario online del Agente de Viajes

... y recíbelo cada mañana  
en tu email

NEXOTUR.com

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?