

TravelManager

REVISTA PROFESIONAL DE VIAJES DE NEGOCIO



ENTREVISTAS

Isabel García Frontera,
Directora General
FREENOW España

MOVILIDAD TERRESTRE

Los eléctricos no convencen al Rent a Car
Coches compartidos y billetes de tren, nuevos servicios de Uber

GESTIÓN

¿Qué elementos están marcando el Business Travel este año?
La accesibilidad en los viajes de negocios



XV Congreso Nacional de Business Travel



Volar en Modo Canario

es disfrutar de un excelente servicio
con la mayor comodidad.

8 vuelos diarios
MADRID
✈️ **CANARIAS**



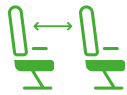
Activa el #ModoCanario



APERITIVO GOURMET
INCLUIDO



ENTRETENIMIENTO
A BORDO



MAYOR ESPACIO
ENTRE ASIENTOS



FILAS DE
DOS ASIENTOS



BOLSO Y EQUIPAJE
DE MANO



CONEXIÓN A CUALQUIER
ISLA SIN COSTE

La Palma • La Gomera • Tenerife • El Hierro • Gran Canaria • Fuerteventura • Lanzarote • La Graciosa



EDITA:

Oribex Ten S.L.
CIF B64729445
Plaça d'Ausiàs March, 1
08195 Sant Cugat del Vallès
Tel: +34 932 042 066
Fax: +34 932 057 373

Redacción:

Oriol Ribas
oribas@revistatravelmanager.com

Diseño gráfico y maquetación:

Guillermo Bejarano
hola@guillembejarano.com

Fotografía:

Nacho Aguilar
Roberto Iván Cano

Esta publicación no comparte necesariamente las opiniones expresadas en los artículos de la misma. Prohibida la reproducción total o parcial sin la autorización expresa del editor.

Impresión:


Gráficas Andalusi

Distribución:

Giromail, S.A.

Depósito legal:

B-29833-2010

 El papel utilizado para imprimir esta revista proviene de bosques con gestión forestal ambientalmente responsable, socialmente beneficiosa y económicamente viable.

Publicación adscrita a:



Las estadísticas sobre reservas, ventas de billetes de avión u ocupación hotelera han recuperado e incluso superado en algunos casos las cifras prepandemia. Sin embargo, viajar más no significa viajar mejor. Ni siquiera significa viajar bien. Y ello, a pesar de que cada vez son más las empresas que esperan sacar el máximo partido a cada euro invertido en un desplazamiento.

El gran número de herramientas y soluciones existentes en toda la cadena de valor de la industria turística, y del Business Travel en concreto, deberían permitir un buen cumplimiento de la política de viajes y, como consecuencia, poder controlar costes y objetivos de los viajes. Por no hablar de la cada vez más importante medición de la huella de carbono de la movilidad corporativa.

Es el momento de aprovechar todo el potencial tecnológico que los diferentes proveedores ponen a disposición de viajeros y Travel Managers para conseguir viajes eficientes, desde todos los puntos de vista: económico, operativo, medioambiental...

Para ello, debemos estrechar las relaciones de confianza con nuestros diferentes partners (aerolíneas, cadenas hoteleras, TMC's, RaC's...), más allá de la habitual negociación de precios y tarifas.

Más que nunca, es necesario crear un clima de colaboración mutua y transparencia, donde los proveedores muestren todas sus herramientas disponibles de la que los Travel Manager y viajeros de negocios pueden hacer uso.

El sector del *Business Travel* en España siempre ha sido uno de los líderes mundiales en el uso de novedades tecnológicas. Y estamos convencidos que lo seguirá siendo en los próximos años.



IBTA



XV Congreso Nacional de Business Travel **_5**

Gestión



Propuestas para el futuro del Business Travel en la UE **_14**



¿Qué elementos están marcando el Business Travel este año? **_16**



La accesibilidad en los viajes de negocios **_28**



Prácticas anticompetitivas y discriminación de empresas y viajeros de negocio **_30**

Hoteles



NH Collection Madrid Eurobuilding renueva sus espacios MICE **_24**



Los JJOO disparan las reservas hoteleras en Francia **_35**

Entrevistas Business Travel



Isabel García Frontera, Directora General FREENOW España **_18**



Adrià Izard, Director Travelperk España **_32**

Movilidad Terrestre



Los eléctricos no convencen al Rent a Car **_21**



Seguridad en la movilidad corporativa: las ventajas de usar Apps **_26**



Bruselas acusa a 20 aerolíneas de practicar greenwashing **_34**



Coches compartidos y billetes de tren, nuevos servicios de Uber **_36**

Actualidad



Últimas noticias del sector **_47**

Las mejores App's para el viajero corporativo **_50**





XV CONGRESO NACIONAL DE BUSINESS TRAVEL

El programa se inició con un resumen de las principales cifras, conclusiones y tendencias incluidas en el “2023 Business Travel Index Outlook” publicado por la **Global Business Travel Association**, la asociación de *Business Travel* más importante del mundo y de la que IBTA forma parte como representante en España y Portugal. Unas cifras que destacan el continuo

IBTA celebró el XV Congreso Nacional de Business Travel. Un evento al que asistieron más de 300 profesionales de los viajes de negocios y MICE, y donde se abordaron los principales retos y tendencias que están configurando y configurarán el sector.







crecimiento del sector a nivel internacional y que en 2027 alcanzará un gasto de casi 1,8 billones de dólares. Por otro lado, la moderación de precios, la sostenibilidad y el aumento del bleisure marcarán a corto y medio plazo la evolución del *Business Travel*, según este informe.

A continuación, **Paloma Torres**, Corporate Sales Manager de Binter, presentó la oferta corporativa de la aerolínea canaria que este año inicia una etapa de expansión con nuevos aviones y rutas, donde destacan sus 112 vuelos semanales que unen Madrid con las Islas Canarias.

Ana Castillo-Puche, de Europ Assistance, presentó las conclusiones de la primera edición del “Barómetro del viajero de negocios en España” elaborado por esta aseguradora.

Las tendencias en la gestión de gastos y viajes de negocios para 2024 fue el tema de la presentación realizada por

Xavier Molina, Responsable de Desarrollo de Negocio y Canal de Tickelia. Molina concluyó que, para una buena gestión de los gastos y viajes de negocios, es primordial enfocarnos en 3 aspectos clave: la mejora en la experiencia del empleado y fomento de la economía compartida; un buen análisis y trazabilidad de la información; y la reducción de costes durante el proceso de gestión.

La innovación tecnológica y su influencia sobre los viajes de negocios y su gestión fue el tema abordado en la primera mesa redonda del día. Una mesa en la que intervinieron **Adriana Guzmán**, Directora para el Sur de Europa de Uber para empresas; **Adrià Izard**, Director de TravelPerk España; **Xavier Molina**, Responsable de Desarrollo de Negocio y Canal de Tickelia; **David Ródenas**, Travel Manager de Seat; y **Marc Vilar**, Ceo and Co-Founder de Apartool.

Tras este panel de expertos, fue el turno de **Teresa Royo**, Socia de Sostenibili-

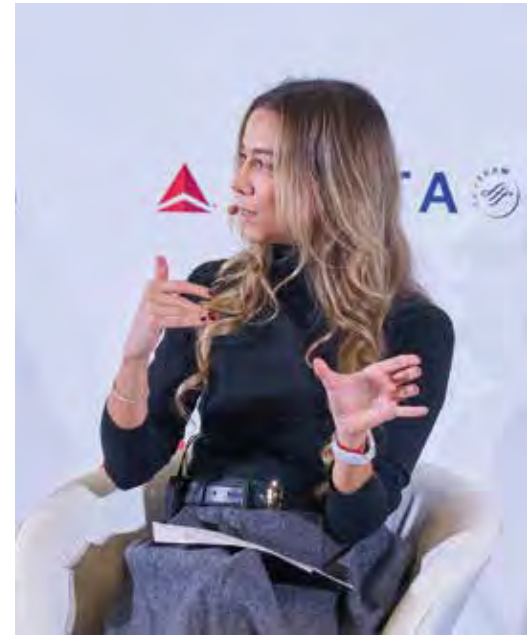
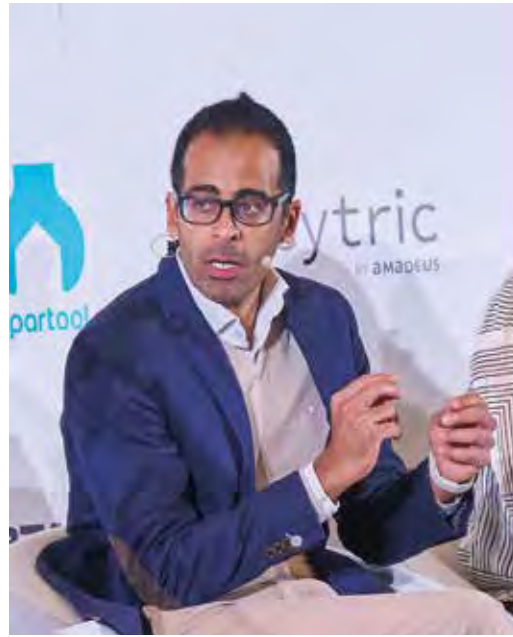
dad y Buen Gobierno de KPMG España, que abordó la influencia de la sostenibilidad y la normativa CSRD en el *Business Travel* y sus derivadas sobre las empresas.

Como no podía ser de otra forma, no faltó en este congreso una temática tan actual como el NDC y sus implicaciones sobre el *Business Travel*. En esta ocasión, se abordó con un panel de expertos formado por **Nuria Bujanda**, Directora de Contratación de Transporte de Viajes El Corte Inglés; **Sajiv Harjani**, Head Of Sales, Corporations Spain, Italy & Benelux de Amadeus; **Asunción Pérez**, Sales Director Spain de Air France KLM Delta; y **Paloma Sanz**, NDC Onboarding and Operations Manager de Iberia.

Tras esta mesa redonda, **Francisco J. Díaz**, Sr. Sales Manager Business Travel de FREENOW for Business, compartió las conclusiones del estudio realizado en colaboración con IBTA y GBTA sobre el Transporte Terrestre Corporativo.

La gestión de riesgos y el *Duty of Care*






también formaron parte de la temática de este congreso. En esta ocasión de la mano de **Javier Ruz**, Business Development Consultant de Healix, quien presentó los resultados del estudio e investigaciones "Travel Risk Radar 2023".

Tampoco faltó una práctica en claro crecimiento, el bleisure, y su impacto en el bienestar del viajero y en la efectividad corporativa. En esta ocasión, la mesa redonda estuvo compuesta por **Diego González**, Director Nacional Comercial Empresas de IAG7 Viajes; **Juan José Legarreta**, Director de Viajes El Corte Inglés Empresas; y **Begoña Blanco**, presidenta de IBTA.

Para cerrar el programa, **Marcel Fornes**, Director General de GEBTA, abordó de forma clara y diáfana un tema complejo y polémico: las prácticas anticompetitivas y la discriminación de empresas y viajeros de negocio de algunas líneas aéreas. Un tema que IBTA, GEBTA y GBTA abordarán en breve para visualizar estrategias de colaboración en este capítulo.

Para Begoña Blanco, presidenta de IBTA, "el número de profesionales y empresas que acuden a este congreso ha ido "in crescendo" estos últimos años. Sin duda, el sector del Business Travel se encuentra en proceso de crecimiento, pero también de cambios importantes que se deben afrontar y conocer en profundidad. Y esa es precisamente la función de este congreso. Además, celebrarlo en el contexto de FITUR, que este año ha batido récords de superficie y participantes, también permite establecer un espacio de networking único entre Travel Managers y todos los actores de la cadena de valor del turismo corporativo." 









GREEN BUSINESS TRAVEL

PROGRAMA DE VIAJES DE NEGOCIOS SOSTENIBLES

PRESENTACIÓN DEL SERVICIO

IBTA presenta el “Programa de Viajes de Negocios Sostenibles”, un programa dirigido a las empresas públicas y privadas que deseen disminuir el impacto medioambiental y aumentar la sostenibilidad de sus viajes corporativos.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Fomentar las medidas necesarias para minimizar el impacto medioambiental, pero también social y cultural, de los viajes de negocios.

Analizar y acompañar a la empresa en la implementación de medidas de mejora mediante un Programa Asistido de trabajo, supervisado por un equipo técnico especializado de IBTA.

Dar reconocimiento y visibilidad a las empresas comprometidas con una gestión de viajes más sostenible y respetuosa.

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?



EMPRESAS QUE VIAJAN

Corporaciones, Empresas y Administraciones Públicas que desean reducir el impacto medioambiental de sus viajes y acreditar su responsabilidad con el entorno.



EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

Empresas del Sector Turístico comprometidas con el desarrollo sostenible de su actividad (Aerolíneas, Agencias de Viaje, Cadenas Hoteleras, Movilidad terrestre, MICE y otros servicios)

PROCESO DE CERTIFICACIÓN



**CREA TU
CUENTA ONLINE**



**CUMPLIMENTA
EL FORMULARIO**



BENEFICIOS PARA LAS EMPRESAS PARTICIPANTES

MEDIOAMBIENTALES

- Minimiza el impacto medioambiental.
- Reducción de la huella de carbono.
- Medir y controlar las emisiones.

ECONÓMICOS

- Realización de viajes más productivos.
- Disminución del número de viajes.
- Reducción de costes.
- Atrae a nuevos clientes con conciencia medioambiental.
- Distínguese en concursos y licitaciones.

CULTURALES

- Promueve el respeto y la tolerancia intercultural.
- Potencia el consumo de productos de proximidad.
- Defensa de los derechos humanos, sociales y culturales.

RECONOCIMIENTO

- Obtención de la Certificación GREEN BUSINESS TRAVEL
- Mejora de la credibilidad y reputación de tu empresa
- Mejora del compromiso y satisfacción de tus viajeros y de toda tu organización.

SOCIALES

- Mejora de la reputación externa e interna.
- Desarrollo de un turismo sostenible de valor añadido.
- Mejora de la calidad de vida de la población local.
- Promueve la mejora de infraestructuras.



**GREEN
BUSINESS
TRAVEL**

i secretaria@ibta.es



**ESTABLECE TU
PLAN DE MEJORA**



**REVISIÓN
ANUAL**

PROPUESTAS PARA EL FUTURO DEL BUSINESS TRAVEL EN LA UE

En los últimos cinco años, los viajes de negocios han experimentado transformaciones significativas. La pandemia de Covid-19 aceleró tendencias como las reuniones virtuales y el trabajo remoto, inicialmente vistas como amenazas.

Sin embargo, el deseo duradero de conexión humana ha apoyado al sector, que ahora está en camino de recuperar las cifras anteriores a 2020. Incluso antes de que la Covid-19 paralizara momentáneamente al mundo, los responsables de la formulación de políticas en Bruselas y otros lugares ya estaban buscando formas de facilitar los viajes hacia y dentro de la Unión Europea.

GBTA ha estado a la vanguardia de las negociaciones con los *decision-makers* europeos para garantizar que se establezca el marco adecuado en el que los viajes de negocios puedan generar plenamente sus beneficios para la economía y la sociedad de Europa.

Estas son las propuestas para facilitar la movilidad de los viajeros de negocios y mantener a los europeos conectados.

DIGITALIZACIÓN: LA ÚLTIMA FRONTERA

El mandato 2019-24 del Parlamento Europeo y la Comisión Europea ha estado marcado por el importante peso que ha tenido la sostenibilidad en todas las áreas, incluyendo el transporte. Con el nuevo mandato, esperamos que las instituciones cambien su enfoque hacia la competitividad. La digitalización de los procedimientos de viaje ayudaría a reducir la burocracia y ahorraría tiempo a los viajeros al llegar a Europa.

GBTA ha realizado una serie de propuestas que deberían ser tomadas en cuenta por las instituciones europeas durante el nuevo mandato que acaba de iniciarse en Bruselas. El objetivo de las propuestas es que los viajes de negocios sigan siendo beneficiosos para la economía y la sociedad de Europa.

GBTA EN EUROPA

GBTA, la asociación de Business Travel más grande del mundo y de la que IBTA forma parte, se fundó en 1967 en los EE. UU. Y desde 2010, GBTA ha impulsado los viajes de negocios en Europa.

Durante el periodo 2019-2024, el mandato del Parlamento Europeo y la Comisión Europea ha visto transformaciones históricas para la UE, con el lanzamiento del Pacto Verde Europeo, un conjunto de políticas encaminadas a hacer que el continente sea climáticamente neutro en 2050.

El *Business Travel* ha sido un socio en esta transición, con GBTA representando las opiniones y prioridades del sector a los responsables de la toma de decisiones de la UE durante este mandato.

Además, GBTA ha contribuido a las consultas sobre la descarbonización de la aviación, los derechos de los pasajeros o el transporte multimodal, entre otros muchos temas.

GBTA y sus miembros seguiremos trabajando estrechamente con los responsables políticos de la UE para garantizar que nuestra industria siga siendo una fuerza impulsora de la competitividad y la transición verde de Europa.

Es por eso que esperamos la rápida implementación de ETIAS (Sistema Europeo de Información y Autorización de Viajes) a partir de 2025. Al igual que ESTA en los Estados Unidos, ETIAS proporcionará una nueva forma para que los Estados miembros de la UE realicen controles previos al viaje para evaluar los riesgos de seguridad y migración antes de emitir una visa Schengen, que brinda a los viajeros acceso a los 29 países europeos que conforman el área Schengen sin fronteras.

“El mandato 2019-24 del Parlamento Europeo y la Comisión Europea ha estado marcado por el importante peso que ha tenido la sostenibilidad en todas las áreas.”

DISTRIBUCIÓN Y MULTIMODALIDAD

Para lograr un sistema de viajes más sostenible y eficiente, Europa necesita un sistema de distribución de viajes moderno y competitivo, capaz de soportar opciones multimodales y que incorpore la visualización de emisiones.

Los viajes de negocios a menudo implican intermediarios, que son muy diferentes a los del ecosistema de viajes vacacionales o de ocio. Es el caso de los GDS, TMC y OBT's. Y dichos intermediarios necesitan de transparencia por parte de los proveedores de viajes para poder ofrecer comparativas de viaje independientes y opciones de reserva para las empresas que utilizan sus servicios.

Al mismo tiempo, existe una creciente demanda de viajes multimodales entre los viajeros de negocios. Es decir, contar con la capacidad de combinar diferentes opciones de transporte dentro de un billete, incluyendo opciones más ecológicas. Y es que los viajes multimodales han demostrado que pueden reducir sustancialmente las emisiones derivadas de los viajes y aumentar la eficiencia de los viajes al permitir que los pasajeros disfruten de las ventajas de los diferentes modos.

Para aprovechar plenamente este potencial, la Comisión Europea ha estado planeando introducir un Sistema Digital Multimodal de Regulación de Servicios de Movilidad (MDMS) que haría mucho más fácil para los intermediarios ofrecer este tipo de viajes multimodales.

Desafortunadamente, la propuesta ha sufrido retrasos. Por ello, la Comisión Europea debería avanzar con sus planes sobre una regulación de la MDMS. De esta forma, los billetes multimodales serían más accesibles, a través de canales de reserva online convenientemente preparados y ofreciendo a los pasajeros más opciones de elección.

Esto aumentaría las probabilidades de que los viajeros de negocios consideraran opciones más sostenibles pero eficientes al reservar sus viajes.

Los viajeros de negocios se beneficiarán de una mayor seguridad en los viajes, procesos de control fronterizo más sencillos, así como de una indicación fiable y temprana de su admisibilidad en el espacio Schengen. Del mismo modo, acogemos con satisfacción el Sistema de Entrada/Salida (EES), que digitalizará los sellos de los pasaportes y permitirá el seguimiento automático del cruce de fronteras de nacionales de terceros países, reduciendo las colas y la burocracia en la frontera.



“La UE debería aprobar e implementar rápidamente estas nuevas regulaciones y garantizar que los pasajeros siempre tengan acceso a información clara.”

LA MOVILIDAD TIENE QUE VER CON LOS DERECHOS

Desde sus inicios, una de las principales misiones de la Unión Europea ha sido definir los derechos a través de las fronteras. Desde casos judiciales históricos hasta tratados fundacionales, la Unión ha trabajado para garantizar a sus ciudadanos la protección que necesitan para “estar en casa” en cualquier Estado miembro.



PRIORIDADES GBTA PARA EL MANDATO 2024-2029



1. FACILITAR LA MOVILIDAD DE LOS VIAJEROS

- Digitalización de la documentación de viaje
- Marco sólido para los derechos de los pasajeros



2. PROMOVER LOS VIAJES DE NEGOCIOS SOSTENIBLES

- Descarbonización transporte aéreo
- Promocionar el tren y la movilidad eléctrica
- Información transparente y comparable
- Claridad en el cálculo de emisiones y las herramientas de presentación de informes



3. MODERNIZAR EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DE VIAJES

- Distribución viajes multimodales

Tiene sentido que haga lo mismo para garantizar que los europeos estén igualmente protegidos mientras viajan a través de las fronteras de la Unión. A medida que los viajes se están recuperando de la crisis provocada por la Covid-19, este es un momento crucial para reconstruir la confianza de los viajeros. Por lo tanto, acogemos con satisfacción la propuesta de la Comisión de revisar las regulaciones sobre los derechos de los pasajeros.

La UE debería aprobar e implementar rápidamente estas nuevas regulaciones y garantizar que los pasajeros siempre tengan acceso a información clara. Además, la obtención de reembolsos en caso de cancelaciones debería ser más fácil, si no automática. Durante emergencias como una pandemia, los Estados miembros deberían mejorar la coordinación de las medidas que afectan a los viajes para ofrecer seguridad a los ciudadanos. Un marco más sólido sobre los derechos de los pasajeros mejorará la movilidad de los ciudadanos, permitiendo conexiones fluidas y fomentando el crecimiento empresarial.

GBTA continuará colaborando con los responsables de la formulación de políticas en el próximo mandato para garantizar que las nuevas reglas generen políticas sólidas que pongan a los pasajeros y al planeta en primer lugar, al tiempo que garanticen que el sector pueda seguir prosperando, conectando a las personas y contribuyendo a la economía de Europa. 🌍



Shane Downey
Vice President, Government
and Community Affairs, GBTA

¿Qué elementos están marcando el Business Travel este año?

Globetender y Cytric Easy by Amadeus han elaborado el informe “Tendencias en Viajes Corporativos 2024”, donde se desvelan algunos de los aspectos que marcarán el business travel este año: desde la acumulación de objetivos a las “excursiones de ejecutivos”, o los asistentes personales de inteligencia artificial. Muchas de estas tendencias no son nuevas y vienen siendo ejes centrales de los viajes de negocios en los últimos años. Sin embargo, es interesante ver los nuevos elementos que aparecen en escena.



Asistentes Personales de IA

La aparición de la Inteligencia Artificial Generativa (Gen-AI) ha precipitado la llegada de los “asistentes personales de IA”. Unos nuevos “actores” que, aunque artificiales, revolucionarán los viajes que se realizan mediante auto-reserva.

Están disponibles 24/7 para asesorar de forma “paciente” sobre opciones de itinerario, utilizando lenguaje natural para orientar al viajero sobre la política de viajes de su empresa. Además, son capaces de responder a un resumen detallado del viaje tras introducir una pregunta inicial, generando una respuesta útil y de tono amistoso, y es fácil continuar el diálogo con preguntas de seguimiento.

Todas las previsiones apuntan a que 2024 supondrá la recuperación definitiva de los niveles de gasto prepandemia en el sector Business Travel. Pero, ¿qué cambios y tendencias están marcando este año los viajes de negocios?



Excursiones de ejecutivos: un team-building de mayor nivel

Según este informe de tendencias, las denominadas “escapadas estratégicas” se dispararán en 2024. Se trata de jornadas de team-building, aunque todavía más complejas en lo que a la composición de la experiencia se refiere: viajes más largos, a menudo en la naturaleza, con experiencias inmersivas y sorprendentes y, a veces, incluso extremas, tanto en el propio país como en el extranjero.

El objetivo es consolidar las relaciones positivas entre los empleados, fomentar la lealtad a la empresa y motivar a las personas para que trabajen por un objetivo común. Para ello, estas excursiones de ejecutivos buscan sacar a las personas de su “zona de confort” y obligarlas a dejar su ego a un lado.

“Los asistentes personales de IA surgen como nuevos actores que, aunque artificiales, están revolucionando los viajes que se realizan mediante auto-reserva”.



Viajes de valor y justificados

La vigilancia sobre el impacto de los viajes de negocios sobre la sostenibilidad y el incremento de los costes de viajar, obligará a los empleados a justificar cada vez más sus viajes de trabajo. De ahí que en cada viaje deba producirse una “acumulación de objetivos”. Es decir, los viajes deben planificarse para cumplir múltiples objetivos, maximizar su eficiencia y el valor de cada desplazamiento.

En lugar de volar para asistir a una reunión, un discurso de ventas o un evento, los viajeros de negocios tendrán que dedicar tiempo para reunirse con los clientes, realizar actividades de campo, cerrar acuerdos, estudiar oportunidades de expansión, llevar a cabo análisis de la competencia o incluso tomarse unas vacaciones.



Políticas de viajes más relajadas: Más allá del *bleisure*

El informe de Globetender y Cytric Easy by Amadeus apunta que la aparición de una nueva mentalidad empresarial y unos sistemas automatizados están permitiendo a los viajeros de negocios realizar itinerarios combinados. Se trata de viajes que van más allá de añadir un fin de semana tras unos días reunión, superando el “típico *bleisure*”.

El elemento central de esta tendencia, sin embargo, es la relajación y la personalización de las políticas de viajes corporativos, antes rígidas, y que ahora sitúan la experiencia del empleado en el centro.



En busca de la neutralidad en carbono

El origen, pero también la consecuencia, de los anteriores puntos es reducir las emisiones de carbono asociadas a los viajes.

Las ambiciones de sostenibilidad se están tomando en serio en el mundo de los viajes de empresa: una encuesta realizada por Amadeus entre 896 altos responsables de la toma de decisiones reveló que el 90% de las empresas de viajes contaba con una estrategia para alcanzar objetivos de sostenibilidad medioambiental o tenía previsto ponerla en marcha en 2024.

A medida que aumente la presión para justificar el impacto medioambiental de los viajes de negocios, las empresas adoptarán cada vez más la estrategia de Acumulación de Objetivos (Objective Stacking) como forma de garantizar que los empleados maximicen el valor de sus viajes, así como también la de Itinerarios Combinados (Blended Itineraries).



Gastos digitalizados

La digitalización de los gastos y las tarjetas virtuales para los gastos en los desplazamientos están eliminando la engorrosa gestión manual de los informes de gastos y los constantes malabarismos con los recibos en papel.

Para muchas empresas, este cambio no sólo supone actualizar los procedimientos, sino una revisión fundamental del modo en que se registran, procesan y analizan las transacciones comerciales.

Según el informe, los gastos digitalizados impulsarán la personalización y mejorarán la experiencia del usuario, al tiempo que garantizarán la seguridad de los datos y el cumplimiento de la política de viajes.



“ Los gastos digitalizados impulsarán la personalización y mejorarán la experiencia del usuario, garantizarán la seguridad de los datos y el cumplimiento de la política de viajes ”



El Poder del Networking

Por último, el Power Networking surge como un nuevo enfoque muy centrado en la adquisición y creación de nuevos contactos. Atrás quedarán los días en que los delegados salían a hurtadillas de las conferencias o se escondían en la habitación del hotel para evitar conversaciones triviales. Habrá que aprovechar al máximo todas las oportunidades. Al fin y al cabo, si los empleados se ausentan de sus puestos de trabajo y de sus familias, tendrán que asegurarse de que merezca la pena.

Como consecuencia, habrá que elaborar itinerarios más complejos, con múltiples reuniones fuera de la agenda principal.

Para **Jenny Southan**, consejera delegada y fundadora de Globetrender, “al analizar el futuro de los viajes de negocios, vemos se están produciendo dos grandes cambios en paralelo: la tecnología está facilitando cada vez más la planificación y la ejecución de los viajes; pero también hay un deseo de “volver a lo básico”, como demuestran los retiros corporativos en la naturaleza y el regreso de los “almuerzos de trabajo”. Esto pone de relieve el valor duradero de la conexión humana en la construcción de buenas relaciones empresariales. En última instancia, cada viaje debe optimizarse para justificar el rendimiento de la inversión y el impacto de carbono del avión.”

Isabel García Frontera

GENERAL MANAGER SPAIN FREENOW

“ La mayor flota de taxis de Europa y una gran oferta multimodal permite a FREENOW proporcionar una propuesta única ”



Cada vez son más las personas que utilizan apps de movilidad como FREENOW, ¿cuáles son los objetivos de la compañía para este año en cuanto a crecimiento?

FREENOW es una superapp de movilidad, disponible en más de 150 ciudades de Europa para acceder a un amplio número de opciones de movilidad entre las que destaca el taxi, pero también cuenta con motos eléctricas, patinetes, bicicletas eléctricas o coches compartidos entre otras alternativas.

“ *La app está diseñada para un uso fluido entre viajes personales y de negocios, lo que facilita las prácticas de bleisure en las políticas de viajes de empresa.* ”

Nuestro propósito principal este año es seguir creciendo y reforzar aún más nuestra posición como la app de taxis

número uno ya que, aunque integramos otros modos de transporte, el taxi sigue siendo el corazón de nuestro negocio. En este sentido, buscamos ofrecer una mayor seguridad, accesibilidad, flexibilidad y conveniencia a todos nuestros pasajeros, así como ofrecer nuevas oportunidades de negocio a los taxistas.

Recientemente hemos empezado a ofrecer nuestros servicios en Granada con lo que **ya estamos en 12 ciudades**: Barcelona, Madrid, Valencia, Alicante, Castellón, Sevilla, Málaga, Granada, Vigo,

Asturias, Zaragoza y Tarragona. Además, estamos **ampliando los servicios disponibles en la app**, como el alquiler de coches, que también hemos añadido hace unos meses.

Finalmente, seguiremos apostando por la movilidad urbana, rápida, flexible y eficiente, colaborando con nuevos partners de movilidad y añadiendo nuevas funcionalidades como Taxi Green, una opción de movilidad dentro de la app de FREENOW que ofrece servicios de taxis eléctricos e híbridos a nuestros usuarios en todos los mercados en los que operamos.

A nivel corporativo, ¿cuál es la tipología de transporte más demandada y utilizada en España? En este sentido, ¿existen diferencias con los otros países donde estáis presentes?

Nuestro público objetivo es el mismo en todos los países en los que operamos: personas entre 30-49 años que viven en la ciudad o en las afueras; que buscan una aplicación de movilidad que les ofrezca medios de transporte de forma ágil; que lleguen rápido a su destino; que se vele por su seguridad; y el acceso a una amplia oferta de vehículos.

A ese respecto, ya sea para viajes corporativos o viajes personales, el taxi se ha posicionado desde siempre como el medio de transporte más popular en la app de FREENOW. Sin embargo, las opciones de movilidad compartida también son muy utilizadas por nuestros usuarios, aunque la frecuencia de uso de cada una de ellas varía mucho de país a país y de ciudad a ciudad, según la regulación existente en cada región.

Particularmente para los viajes de empresa en España, la moto eléctrica compartida, que está disponible en Madrid, Barcelona y Valencia, es la opción más utilizada después del taxi, y como tercera opción se encuentra el coche compartido, que solo está disponible en Madrid. Esta preferencia varía con respecto al resto de países: a nivel global, los coches compartidos son los más usados después del taxi, mientras que la adopción de otros medios de movilidad personal como las motos, los patinetes o las bicicletas eléctricas es menor.



“ Para los viajes de empresa en España, la moto eléctrica compartida, que está disponible en Madrid, Barcelona y Valencia, es la opción más utilizada después del taxi. ”

No obstante, hemos observado un creciente interés de los empleados por implantar la micromovilidad en los viajes de negocios, por lo que es importante ofrecer esta opción, tanto como servicio en la app como en las políticas de viajes de la empresa.

Viajes de empresa es el servicio de FREENOW for Business que permite a los gestores de viajes organizar los desplazamientos de sus empleados. ¿Cómo hace el servicio para que esta relación sea más eficiente?

FREENOW for Business ofrece tanto a los gestores de viajes como a los empleados una experiencia única gracias a sus características y funcionalidades.

Por un lado, FREENOW es una aplicación muy intuitiva y fácil de usar que ofrece a los usuarios una experiencia transversal al facilitar la transición entre los viajes personales y los viajes de negocios. Y no hay que olvidar la comodidad que supone para los empleados el no tener que incluir sus desplazamientos en las hojas de reembolso de gastos ni que adelantar ellos el coste de los mismos, ya que esto lo hace la empresa.

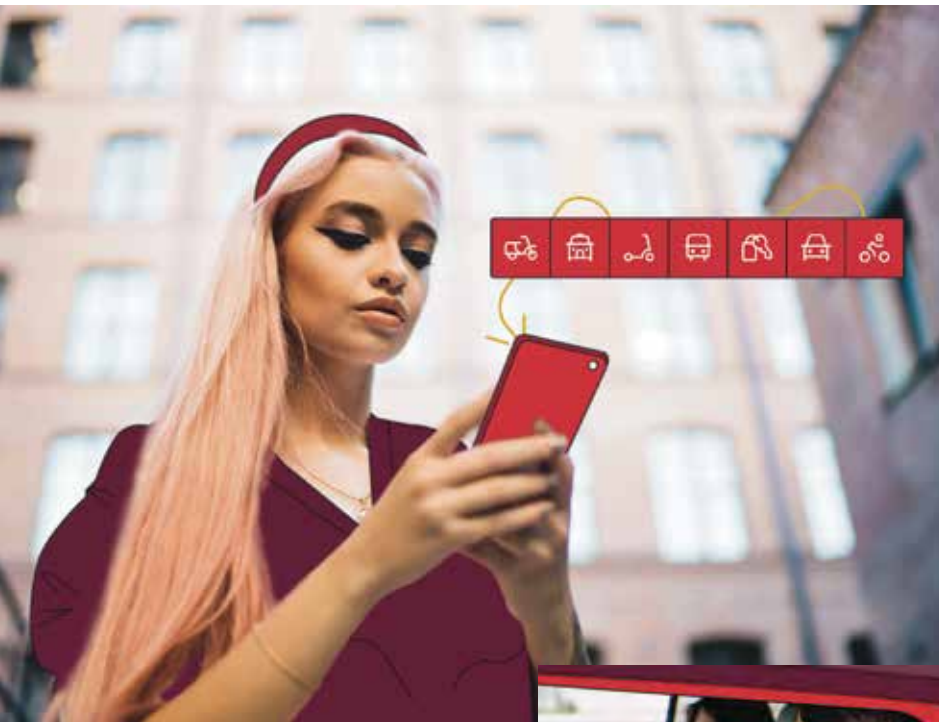
Desde el punto de vista de los gestores, las **integraciones** como las que FREENOW tiene con SAP Concur y Amadeus Citric permiten la automatización de los informes de gastos, lo que facilita una **gestión financiera sencilla** junto con la posibilidad de centralizar los pagos mediante una factura mensual y una sola tarjeta de crédito.

Además del aspecto económico, también es posible optimizar la experiencia de viaje del empleado gracias al seguimiento de las rutas de trabajo y a un panel de control completo y fácil de usar que permite personalizar la política de viajes.

Por último, resaltar que los gestores de viajes de empresa que utilizan FREENOW for Business reciben constantemente libros blancos y otros recursos sobre tendencias en viajes de empresa, lo que asegura que las empresas estén siempre al tanto de las mejores prácticas y soluciones en el ámbito de los viajes corporativos.

Actualmente existe una fuerte competencia entre distintas aplicaciones de movilidad, ¿qué os diferencia del resto? ¿Dónde se encuentra vuestro valor añadido, especialmente a nivel Corporativo?





FREENOW está disponible en más de 150 ciudades en todo Europa, lo que permite a sus usuarios viajar por todo el continente, en el idioma de su preferencia, desde cualquier país. La combinación de la mayor flota de taxis de Europa con una gran oferta multimodal en constante evolución, permite a FREENOW una propuesta única para satisfacer las necesidades ya sea de viajes personales o de negocios. Tan solo en España, contamos con más de 11 mil vehículos de multi-movilidad y una flota de más de 10 mil taxis, de los cuáles más del 80% son ECO.

Gracias a la integración completa de todos los servicios de movilidad disponibles en la app, ofrecemos una experiencia única y fluida a los usuarios. Esto significa que los viajeros no necesitan acceder a otras apps, sino que todo el proceso (solicitud, pago, etc.) se presta íntegramente en una sola interfaz, con independencia de quién sea el prestador final del servicio. También, como hemos mencionado anteriormente, la app está diseñada para un **uso fluido entre viajes personales y de negocios**, lo que facilita las prácticas de *bleisure* en las políticas de viajes de empresa.

En relación al taxi, **contamos con la mayor flota de taxis en toda Europa** y, por ende, con bajos tiempos de espera (la media es de 3-4 minutos). Puesto que la tarifa de taxi está regulada, nuestros precios son estables y competitivos, ya que no fluctúan en función de la demanda.

El usuario puede elegir si quiere un trayecto con taxímetro o la tranquilidad



del precio cerrado, es decir, conoce el precio al hacer la petición y este se mantiene aunque haya atascos, incidentes en la carretera, etc. Por último, el servicio es excepcional, ya que contamos con taxistas profesionales cualificados, que conocen muy bien su ciudad y prestan un excelente servicio, lo que se refleja en la puntuación media de 4,9 estrellas sobre 5.

Recientemente habéis incluido el alquiler de coches a través de la app, ¿qué acogida ha tenido el servicio, tanto a nivel corporativo como entre particulares?

En nuestro informe de viajes de negocios realizado en colaboración con GBTA en 2023, encontramos que España es el segundo país de Europa en interés por los vehículos de alquiler para viajes de negocios (78%), sólo ligeramente por detrás de Alemania (80%). Esto ha quedado demostrado en estos últimos meses, ya que el alquiler de coches a través de la app ha tenido una acogida muy positiva en el país: España se sitúa como el tercer mercado con mayor adopción del servicio, sólo por detrás de Alemania e Italia.

“ **Las integraciones como las que FREENOW tiene con SAP Concur y Amadeus Citric permiten la automatización de los informes de gastos.** ”

El aeropuerto de Milán Malpensa es el primer lugar de recogida para los viajeros españoles y alemanes. En España, los dos puntos de recogida más populares para este servicio se encuentran en Barcelona y son el Aeropuerto Josep Tarradellas Barcelona-El Prat y la estación de Sants, seguidos por la estación de Atocha en Madrid.

¿Qué novedades tenéis previsto lanzar a corto y medio plazo? ¿Alguna destinada a la movilidad de las empresas?

Acabamos de lanzar el programa *Cashback*, que recompensa a los usuarios permitiéndoles acumular un 2% de su gasto en viajes de negocios para utilizarlos en sus siguientes viajes personales. Con esta iniciativa fomentamos el concepto de *bleisure*, una tendencia donde se mezclan los viajes de negocios con el ocio personal.

El nuevo ebook sobre viajes de empresa procedente de una encuesta de YouGov destaca cinco tendencias en el sector. ¿Cuál cree que es la más impactante para España?

En España, hay dos tendencias que destacan. La primera la gamificación, es decir, la implementación de elementos lúdicos en las políticas de viajes de las empresas para aumentar el compromiso y la satisfacción de los empleados ya que los viajeros de negocios españoles consideran que tiene un impacto más positivo en la política de viajes que la media europea (43% frente a 35%).

La segunda tendencia que destaca es el *bleisure*. Al preguntarles sobre esta tendencia, los viajeros de negocios españoles muestran un interés por la información clara y los descuentos en el programa, con un 41% y un 50% respectivamente que los consideran importantes.

Esta cifra es superior a la del resto de Europa, donde el 36% y el 46% de los viajeros respectivamente les dan relevancia. Se trata de un indicio importante para los gestores de viajes españoles que deseen introducir una práctica de vanguardia como el *bleisure* en sus políticas de viajes de negocios. 🔄



Los eléctricos no convencen al Rent a Car

Algunos de los grandes actores del sector del vehículo de alquiler empezaban el año anunciando la reducción de buena parte de sus unidades eléctricas puras (BEV).

Es el caso de **Hertz**, que este año restará 20.000 coches a su flota global de enchufables. O de **Sixt**, que también devolverá de forma adelantada los vehículos eléctricos de riesgo, es decir, “*aquellos para los que no existen acuerdos de recompra o leasing y para los que, por tanto, SIXT asume por sí misma el riesgo del valor residual.*”

Esto ha provocado que, a finales de febrero, la flota eléctrica de SIXT ya fuera la mitad de la que tenía en marzo de 2023.

En un comunicado, la compañía de movilidad alemana afirmaba que la menor demanda en comparación con vehículos de motores de combustión se tradujo en una pérdida sustancial de ingresos. Y que los precios de este tipo de vehículos cayeron más de un 20% durante el año pasado en Alemania o en EEUU, por poner dos claros ejemplos.

Bajos valores residuales, poca demanda y un mercado todavía inmaduro han configurado un paisaje poco propicio para la consolidación de los vehículos eléctricos puros en las empresas de Rent a Car.

“Los vehículos eléctricos tienen una ocupación del 50% en los meses de verano, mientras que los de combustión alcanzan el 85%”



Juan Luis Barahona
Presidente ejecutivo FENEVAL

Para SIXT, esta caída de los valores residuales de vehículos eléctricos provocó un aumento de la depreciación y de las pérdidas por ventas de vehículos y, por tanto, un impacto negativo en sus beneficios de unos 40 millones de euros en 2023.

Sin embargo, tanto Hertz como Sixt seguirán teniendo vehículos enchufables en su flota. Pues sus objetivos de sostenibilidad en 2030 siguen siendo los mismos que el año pasado.

Europcar, de momento, no tiene en mente reducir el número de BEV. Según **Isabel Martínez, directora general adjunta de Europcar Mobility Group en España y Portugal**, “*nuestra apuesta por la movilidad sostenible no tiene vuelta atrás. De hecho, nuestra flota eléctrica sigue creciendo en estos tiempos por encima del mercado. Pero sí es cierto que el valor residual de algunos vehículos eléctricos se ha visto comprometido recientemente; los cambios en los precios, como los que hemos conocido en el caso de Tesla, están incrementando ese fenómeno y llevando a una depreciación de la flota y, con ello, a pérdidas para algunas empresas. Nosotros estamos gestionando esta situación y el abastecimiento de estos modelos con mucha cautela para cuidar el valor residual y así poder seguir adelante con el despliegue de estos vehículos en nuestra flota.*”



¿Con qué frecuencia alquila un vehículo eléctrico para un viaje de negocios?



“Si el eléctrico no despegaba no es por falta de concienciación sino de facilidades de carga y, claro está, de incentivos más suculentos para el alquiler y la compra”



Isabel Martínez

Directora general adjunta de Europcar Mobility Group en España y Portugal

Tampoco **OK Mobility** reducirá su parque móvil de eléctricos. Según **Othman Ktiri, CEO de esta compañía**, *“nosotros siempre hemos mantenido una actitud más cautelosa que otras empresas del sector, por lo que ahora no nos encontramos en esta tesitura de tener que reducir o no el número de eléctricos. Habíamos anticipado desde hace años que, aun siendo sostenible medioambientalmente, los sobrecostes de mantenimiento y el peor comportamiento de los valores residuales de los vehículos eléctricos dañarían la sostenibilidad económica de las operaciones. Por ello, la realidad*

de un rent a car, que debe alquilar coches eléctricos de corta duración, es que comprar hoy un vehículo eléctrico equivale a comprar un vehículo en motor de combustión, para, además, tener que alquilarlo después a un 50% más barato.”

Poca demanda

La realidad es que la demanda de BEV entre los clientes corporativos de las empresas alquiladoras es más bien baja. Según una encuesta realizada por BCD Travel, una de las agencias de Business Travel más importantes del mundo, el 81% de los viajeros de negocios nunca alquila un BEV. Las razones más habituales para justificar este hecho son una logística complicada (46%) - especialmente por el tema de las recargas de baterías-, baja disponibilidad en las oficinas de alquiler (35%) y poca autonomía (33%).

Europcar confirma que son los clientes particulares, en torno a un 70%, quienes más alquilan eléctricos. Y que cuando son las empresas quienes alquilan este tipo de vehículos, cerca del 60% de los alquiladores son de entre uno y tres días, con una media de kilometraje de 277 km.

Una distancia para la que no sería necesaria recargar el vehículo en ningún momento. Algo que coincide con las cifras facilitadas por el estudio de BCD Travel.

Para el máximo responsable de OK Mobility, *“los vehículos eléctricos puros no son 100% compatibles hoy por hoy con la actividad de alquiler de corta duración en destinos turísticos. Esto se debe, entre otros factores, a que, por ejemplo, los turistas que alquilan un vehículo no quieren problemas durante sus vacaciones, como preocuparse por la disponibilidad de cargadores eléctricos, ni molestias, como tener que descargar-se una app, en un idioma que además no es el suyo, para conocer la ubicación de dichos puntos de recarga.”*

Donde sí detectamos que nuestros vehículos eléctricos tienen una mayor y mejor acogida es entre los clientes de nuestro servicio de suscripción, quienes, en su mayoría, son residentes que ya conocen y tienen más facilidad de acceso a los puntos de carga existentes.”

Pero su uso es menor que el de resto de tecnologías de propulsión. Según **Juan Luis Barahona, presidente ejecutivo de la Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos** con y sin conductor (FENEVAL), *“los vehículos eléctricos tienen una ocupación del 50% en los meses de verano, mientras que los de combustión alcanzan el 85%.”*

El responsable de la patronal de alquiladoras añade que *“los vehículos eléctricos se posicionan como una magnífica opción para aquellos trayectos más cortos y urbanos en los que el usuario no tenga que echar mano de la recarga del propio vehículo. Al igual que ocurre en aquellos entornos urbanos en los que ya ha entrado en vigor la normativa de las Zonas de Bajas Emisiones (ZBE), pues, de esta manera, los usuarios no tendrán que estar pendiente de la etiqueta medioambiental ni de un posible ticket de estacionamiento.”*



Previsiones

Según Barahona, “en 2023 la penetración de los BEV alcanzaba el 3%. Y para el cierre de este 2024, creemos que la cuota de vehículos eléctricos puros en el parque RAC nacional no experimentará tanto un crecimiento sino una estabilidad. Así, prevemos cerrar el ejercicio manteniendo ese porcentaje del 3%.”

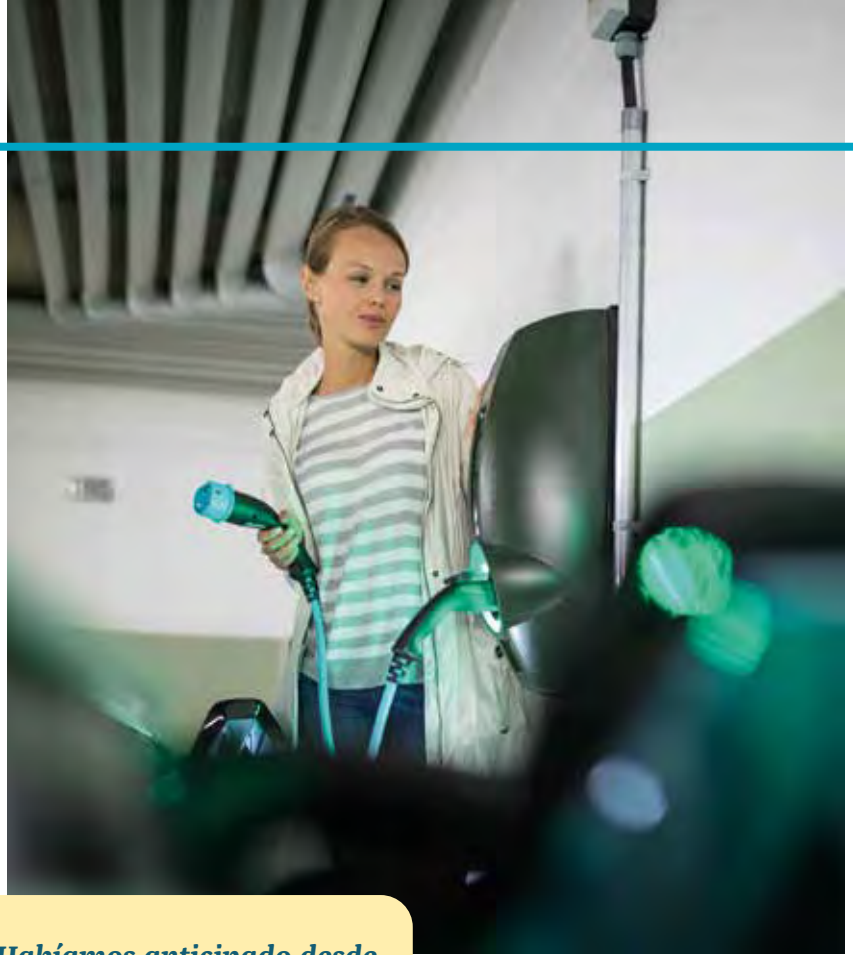
“Este año Europcar tendrá más de 2.000 eléctricos repartidos por todo el país en el momento pico del año, el verano. Y actualmente ya representan el 6% de nuestra flota en todo el mundo. El objetivo es seguir creciendo progresivamente, nuestra apuesta por estos modelos es a largo plazo. En España, este año prevemos un aumento de doble dígito en eléctricos en nuestra flota. A nivel internacional, el objetivo es que la flota eléctrica supere el 30% del total para 2028. Todo ello sin olvidar los vehículos híbridos”, explica la máxima responsable de Europcar en nuestro país.

En el caso de **OK Mobility**, el porcentaje de eléctricos puros se sitúa, actualmente, por debajo del 5%. Y como afirma Ktiri “para 2024 la previsión es mala”. Es decir, que no aumentarán su parque de eléctricos.

Soluciones

Las soluciones para popularizar los vehículos cero emisiones en los parkings de los RaC son las que siempre terminan esgrimiéndose para la generalización del BEV. Es decir, más infraestructura y un precio más asequible.

Isabel Martínez de Europcar confirma que “sin duda, el elemento clave es la mejora de la infraestructura de carga. En España tenemos un déficit enorme de puntos de carga; estamos a la cola de Europa. Eso es lo que hace que todavía muchos clientes sean reticentes a alquilar un eléctrico. Por mucho que nosotros los tengamos, quieren conducir tranquilos sabiendo que encontrarán puntos de carga a su paso. Pero también la autonomía (a pesar de que ya muchos superan los 400 o 500 km) y el coste son otros factores para no acabar de fiarse de los eléctricos.



“Habíamos anticipado desde hace años que los sobrecostes de mantenimiento y el peor comportamiento de los valores residuales de los vehículos eléctricos dañarían la sostenibilidad económica de las operaciones”



Othman Ktiri
CEO de OK Mobility

Lo que está claro es si el eléctrico no despegaba no es por falta de concienciación sino de facilidades de carga y, claro está, de incentivos más suculentos para el alquiler y la compra.”

Barahona añade que “los puntos de recarga en el caso del turismo deberían estar vinculados a las camas de los hoteles. Solo de esta manera podremos ofrecer una mejor experiencia de usuario que eleve la demanda real de vehículos eléctricos por parte de los clientes.”

Othman Ktiri concluye que “desde OK Mobility creemos que el vehículo eléctrico nunca prosperará ni por subvención ni por obligación. En este sentido, no podremos considerar que la electrificación de nuestra movilidad vaya por buen camino hasta que las empresas que compran vehículos eléctricos no lo hagan ni por obligación legislativa ni por quedar bien socialmente. Por el contrario, donde sí pensamos que se tiene que poner el foco es en las energías renovables. Es decir, si contamos con vehículos eléctricos en nuestras flotas con fines medioambientales que sea porque dichos vehículos se han cargado con energías renovables.”

Mientras tanto, los coches híbridos siguen aumentando su trozo de pastel en este segmento, con una cuota de mercado que supera el 25%.

Y es que no será fácil cambiar hábitos de conducción y repostajes que llevan más de 100 años entre nosotros. Por no hablar de superar la “range anxiety” que todavía generan los vehículos eléctricos. ⚡





NH Collection Madrid Eurobuilding renueva sus espacios MICE

NH Collection Madrid Eurobuilding acaba de renovar sus espacios dedicados a las reuniones y grandes eventos. Y si antes, este hotel ya era una de las referencias, ahora se alza en lo más alto del sector MICE.

Los reformados espacios no solo son amplios y luminosos. También destacan por su gran versatilidad. Ahora presentan una nueva decoración que, además de mejorar la calidad visual, optimizan la acústica de las salas, con una completa absorción del ruido. Ahora, toda la iluminación es led y contribuye a los objetivos sostenibles del hotel, al reducir las emisiones de CO₂.

33 espacios para reuniones y eventos, 5.000 m² disponibles y el único restaurante de Madrid con tres estrellas Michelin. Estos son solo algunos de los atractivos del NH Collection Madrid Eurobuilding, uno de los referentes a nivel europeo en el segmento MICE.

Además, la energía generada, 100% renovable, cubre el consumo eléctrico en su totalidad.

Los 33 salones destinados a reuniones y eventos suman un espacio total de 5.000 m², espacio suficiente para albergar hasta 1.300 personas.

Cada una de estas salas, bañadas con luz natural, cuenta con una tecnología audiovisual de última generación, que permite que las presentaciones, reuniones y eventos tengan un alto im-

“ En la planta 15 del hotel se encuentra el VIP Level. Se trata de una zona exclusiva del hotel, con vistas espectaculares de Madrid. Un auténtico oasis donde olvidarse del trabajo, descansar y relajarse. ”

pacto, sean más eficientes y, sobre todo, eliminen las barreras de comunicación creadas por la distancia.

Propuesta gastronómica renovada

NH Collection Madrid Eurobuilding no solo ha remodelado los espacios. También ha reformulado la propuesta gastronómica especialmente pensada para el cliente MICE. Unas propuestas que van desde *finger buffets* hasta recepciones con cócteles o cenas de gala.



Un equipo de meeting planners del hotel trabajan de forma personalizada para diseñar el menú que mejor se adapte a las necesidades de cada evento.

Además, con el nuevo mobiliario permite ofrecer los coffees dentro de los salones, optimizando los espacios y mejorando la operativa de los eventos.

Para los que quieran ir más allá, el NH Collection Madrid Eurobuilding acoge en sus instalaciones el restaurante DiverXO de Dabiz Muñoz, el único restaurante con tres estrellas Michelin de la capital española.

A ello hay que añadir el restaurante de alta cocina japonesa "99 Sushi Bar".

Un hotel perfecto para los viajeros de negocios

Por características y ubicación, en pleno barrio de Chamartín, el NH Collection Madrid Eurobuilding es un lugar perfecto para todo tipo de eventos empresariales, desde

“ El NH Collection Madrid Eurobuilding acoge en sus instalaciones el restaurante DiverXO de Dabiz Muñoz, el único restaurante con tres estrellas Michelin de la capital española. ”



la reunión más íntima hasta grandes congresos internacionales, conferencias, presentaciones o actos más lifestyle, como desfiles de moda, cenas de gala...

Dispone de un total de 413 habitaciones, muchas de ellas con espectaculares vistas del perfil urbano de la ciudad. Las amplias habitaciones combinan un diseño en tonos suaves y neutros con suelos de madera. Muchas de ellas, incluidas sus habitaciones Premium y algunas de las Junior

Suites, cuentan con balcón para gozar de unas vistas extraordinarias.

VIP Level: Trato exclusivo

En la planta 15 del hotel se encuentra el VIP Level. Se trata de una zona exclusiva del hotel, con vistas espectaculares de Madrid. Un auténtico oasis donde olvidarse del trabajo, descansar y relajarse.

La planta VIP Level incluye prestaciones como recepción privada, late check-out hasta las 14h, Guest Relations exclusivo, acceso al Club Lounge (para mayores de 12 años), desayuno a la carta en la habitación o zona privada en el desayunador VIP, servicio de planchado de cortesía, servicio de secretaría, reserva prioritaria en DiverXO o acceso a un lounge privado para reuniones, entre otros servicios. Todo un despliegue de servicios para garantizar experiencias aún más únicas. 🏨





Seguridad en la movilidad corporativa: las ventajas de usar Apps

Las principales aplicaciones de movilidad terrestre siguen creciendo y ampliando su cartera de clientes corporativos. Así lo demuestran las cifras de viajes y reservas, el número de descargas y uso de sus aplicaciones...

Y es que este tipo de soluciones, no solo se han impuesto entre los ciudadanos privados para realizar desplazamientos particulares. También lo están haciendo especialmente entre las empresas por las múltiples ventajas que aportan en materia de comodidad, eficiencia y seguridad, sobre todo en viajes internacionales.

Más seguro y confortable

- **Vehículos seguros y al día.** Cualquier conductor que quiera formar parte de los servicios de una app móvil sabe que no será aceptado si su vehículo no se encuentra en buen estado.

Los estándares de mantenimiento, equipamiento de seguridad, confort y estado del vehículo son elevados y estrictos para poder formar parte de estas aplicaciones.

Ello garantiza que, a priori, viajaremos en un vehículo que garantiza seguridad y confort. De hecho, diferentes estadísticas confirman que la principal causa de muerte no natural de turistas en el extranjero son los accidentes de tráfico. De ahí la importancia de viajar en vehículos seguros.

- **Seguimiento.** Todos los vehículos incluidos en este tipo de aplicaciones disponen de seguimiento GPS en

La tecnología ha permitido que los viajeros de negocios internacionales puedan disfrutar de las diferentes ventajas ofrecidas por los operadores de movilidad terrestre en materia de practicidad, pero especialmente de seguridad.

tiempo real. Esta es la mejor forma de saber que nuestros viajeros están bien y se encuentran viajando allí donde deben estar.

Además, si un viajero no ha sido recogido, el conductor puede informar a las personas pertinentes.

- **Conductores comprobados y evaluados.** Coger un taxi “al vuelo” no tiene por qué ser un problema. Pero si queremos asegurarnos que quien conduce cuenta con toda la documenta-

ción y permisos en regla, mejor reservar un viaje con una aplicación móvil. Además, su trabajo ha sido valorado con anterioridad por otros pasajeros. Y su estilo de conducción y comportamiento al volante también será evaluado por nosotros mismos una vez termine el viaje. Una simple práctica que, por sí sola, previene ciertas malas prácticas.

Por otro lado, el conocimiento sobre el comportamiento del conductor es todavía más importante cuando el riesgo de “conductores aprovechados” se incrementa en algunos países con menor control sobre el transporte.

“Las estadísticas confirman que la principal causa de muerte no natural de turistas en el extranjero son los accidentes de tráfico. De ahí la importancia de viajar en vehículos seguros”



Uber para Empresas:

Máximo compromiso con la seguridad de los viajeros de negocios

Las corporaciones deben velar por la seguridad y tranquilidad de sus viajeros de negocios. Y **Uber para Empresas** dispone de todas las herramientas necesarias para ofrecer esta tranquilidad, tanto a los viajeros como a las empresas, especialmente cuando el desplazamiento se produce fuera de nuestras fronteras.

Cuando hablamos del concepto "Duty of Care" en el Business Travel, nuestra mente lo asocia a problemas de viajeros en destinos lejanos; o a eventos excepcionales sucedidos de forma inesperada como terremotos, fenómenos meteorológicos extremos, epidemias...

Pero el compromiso de una empresa con la seguridad de sus empleados también afecta a desplazamientos de corto recorrido, ya sean trayectos más rutinarios en la propia ciudad del viajero, o bien movilidad terrestre en viajes de negocios.

En este sentido, **Uber para Empresas** dispone de una completa batería de sistemas y medidas de seguridad que ayudan a las empresas a cumplir con el deber de cuidar de la seguridad de los viajeros.

Antes del viaje

Uber verifica en tiempo real la identidad de los conductores. Además, todos los vehículos asociados a Uber cumplen con unos estrictos estándares de equipamiento, edad y estado.

Por otro lado, los pasajeros siempre pueden consultar fácilmente la calificación y el perfil del conductor, incluidos los comentarios y elogios que hayan recibido por parte de otros viajeros.

Al igual que ocurre con algunas aplicaciones, podemos verificar que nos subimos con el conductor y vehículo correcto mediante una función que nos envía un PIN distinto antes de iniciar cada viaje y que también deberá verificar el conductor.

Con el objetivo de aumentar la seguridad, Uber no permite que los conductores sigan conduciendo cuando alcanzan un límite de horas de conducción consecutivas. Deberán tomarse un descanso antes de que la app les deje volver a conducir.

Durante y después del viaje

Uber para Empresas cuenta con la función RideCheck. Mediante GPS, esta tecnología detecta posibles incidencias en el recorrido hacia el destino: retenciones, detenciones largas e inesperadas, cortes de carretera... En caso de detectarla, envía una alerta al conductor y al pasajero, ofreciendo opciones de soporte o ayuda si fuera necesario.

Por otro lado, los pasajeros cuentan en la aplicación con un botón de emergencia, con el que pueden comunicar-

se directamente con los servicios de emergencia locales. A través de la app, también pueden compartir su ubicación en directo con sus contactos de confianza, para que sepan en todo momento en qué lugar se encuentran. Tras el viaje, el proceso de calificación bidireccional monitoreado garantiza que tanto usuarios como conductores realicen sus viajes con tranquilidad.

Por otro lado, **Uber para Empresas** ofrece un panel de control específico para las empresas. En este panel, los responsables pueden ver, de forma clara y sencilla, la hora, la fecha y los lugares de recogida y destino de todos los viajes realizados en nombre de la corporación.

Soporte empresarial

Cuando usas **Uber para Empresas**, los administradores pueden acceder a nuestro equipo especializado de soporte empresarial para obtener ayuda rápidamente si la necesitas.

A todo ello hay que sumar el soporte 24 horas al día, 7 días a la semana, con un equipo dedicado y especializado para situaciones críticas.

En cualquier caso, **Uber para Empresas** es una solución perfecta para los viajeros de negocios, tanto por su presencia internacional como por su elevado nivel de seguridad.




Beneficios para el viajero y la empresa

- **Tranquilidad al llegar.** El hecho de haber reservado con antelación un servicio de movilidad terrestre le proporciona al viajero una gran tranquilidad. Sabe que le recogerán en un sitio concreto, sin colas, sin tener que sufrir por un precio desconocido y sabiendo que el conductor sabe dónde tiene que llevarnos. Toda una serie de problemas que nos evitaremos y que empeoran cuando existe una barrera idiomática. Además, las empresas de movilidad se pondrán en contacto con quien sea necesario en caso de que no lleguemos o tengamos algún problema.

- **Mayor sostenibilidad.** Contabilizar la huella medioambiental de nuestros desplazamientos corporativos no solo es importante. A día de hoy es incluso obligatorio para las empresas de mayor tamaño a raíz de la normativa sobre emisiones CSRD. De ahí que también debamos contabilizar las emisiones de cualquier movimiento. En este sentido, este tipo de aplicaciones realizan informes concretos y detallados sobre el uso de los servicios que hemos hecho como empresa y las emisiones contaminantes generadas.

En esta misma línea, hay que destacar que este tipo de empresas cuentan con una flota cada vez más electricada y más limpia.

- **Gastos y tickets.** Al coger un taxi o un vehículo con conductor sin reserva, no siempre podremos pagar con tarjeta, o los recibos pueden ser poco concretos o inválidos.

Con las apps de movilidad, todo queda registrado y validado en las aplicaciones y el viajero no necesitará llevar dinero encima para abonar el trayecto. De esta forma, gestionar los gastos de viaje es más sencillo, transparente y eficaz, tanto para el viajero como para el departamento de administración o financiero. 



Uber
para Empresas

La accesibilidad en los viajes de negocios

Los empleados con requisitos de accesibilidad son una parte importante de la fuerza laboral, y las empresas deben garantizar condiciones de trabajo equitativas y oportunidades para todos para formar equipos resilientes y diversos.

De hecho, el 39% de los viajeros de negocios afirma que los problemas de accesibilidad afectan su experiencia de viaje. De ahí que los Travel Managers deban tener en cuenta este concepto a la hora de elaborar una política de viajes corporativa.

Es más, para muchos viajeros de negocios, los requisitos de accesibilidad también pueden estar ocultos, como el dolor crónico, la neurodiversidad o la salud mental. No es de extrañar que, según GBTA, el 70% de los gestores de viajes no saben o no estiman cuántos de sus viajeros tienen requisitos de accesibilidad.

Y es que existe una amplia variedad de necesidades de accesibilidad que podrían afectar los viajes de negocios más allá de las discapacidades físicas, permanentes o visibles.

Los viajeros tienen una variedad de requisitos de accesibilidad temporales, situacionales, permanentes, visibles e invisibles que la mayoría de las personas pueden no comprender bien. De hecho, estos viajeros a menudo se enfrentan a situaciones incómodas y, a veces, deshumanizantes en escenarios en los que otros navegan sin barreras.

Crear conciencia sobre estos escenarios es uno de los primeros pasos para generar aceptación entre las partes interesadas. De ahí que los Travel Managers deben

¿Es posible viajar con problemas de accesibilidad? No siempre es sencillo. Y por ello, es necesario que toda la cadena de valor del turismo de negocios no descuide la importancia de la accesibilidad.

encontrar formas de llevar las historias de los viajeros a la dirección de la empresa. Y siempre bajo la norma de “El viajero primero” al desarrollar políticas o soluciones para garantizar el respeto y la confidencialidad; y hacer que la responsabilidad recaiga en los sistemas y no en el viajero.

Pero, ¿cómo pueden las empresas y los profesionales de los viajes corporativos crear una experiencia de viaje más inclusiva y adaptadas a todo tipo de viajeros?

En este sentido, la GBTA Foundation ha hecho 5 “Calls to Action” con el obje-

tivo de superar las barreras de accesibilidad. Una llamada que nos involucra a todos: desde el gestor de viajes al proveedor de servicios.

Autoevaluación

Tanto Travel Managers como proveedores deben realizar un autoanálisis de accesibilidad para comprobar cómo y dónde pueden mejorar los problemas de accesibilidad en sus Travel Policy. Se puede hacer de muchas formas distintas: creando un Comité o Grupo Asesor que evalúe la situación, defina áreas prioritarias de acción e identifique las funciones y responsabilidades de las diferentes unidades de negocios.

El 70% de los gestores de viajes no saben o no estiman cuántos de sus viajeros tienen requisitos de accesibilidad

GBTA publica un kit digital para facilitar la accesibilidad en el business travel

GBTA ha diseñado un conjunto de herramientas online que recogen las mejores prácticas de la industria turística para ayudar a los Travel Managers y a los proveedores de viajes a implementar políticas de viajes de negocios más accesibles.

El kit de herramientas de accesibilidad de GBTA incluye, en 7 módulos, recomendaciones basadas en la experiencia de la industria y las mejores prácticas en áreas críticas, incluida la política de viajes, la comunicación con los viajeros, la participación de los proveedores, etc. El conjunto de herramientas aborda los desafíos clave en los viajes de negocios accesibles y cómo la industria puede colaborar de manera más efectiva para satisfacer las necesidades de quienes tienen necesidades de accesibilidad.

Para Delphine Millot, Directora General de la Fundación GBTA y Vicepresidenta Senior de Sostenibilidad y Promoción de GBTA, "abordar los desafíos de accesibilidad debe ser una prioridad para la industria de viajes de negocios, ya que todavía existe una brecha significativa en la comprensión de las diferencias de los viajeros de negocios y cómo estas se traducen en diversas necesidades.

Nuestro kit de herramientas de accesibilidad GBTA está diseñado para ayudar a las empresas a abordar este problema, mejorando a su vez la experiencia del viajero de negocios, maximizando el retorno de la inversión de los viajes de negocios y respaldando la prestación de servicios de viaje de todo el panorama de proveedores".



Existe una amplia variedad de necesidades de accesibilidad que podrían afectar los viajes de negocios va más allá de las discapacidades físicas, permanentes o visibles

También existen diferentes organismos o instituciones a los que podemos consultar o con los que podemos colaborar para aprender más sobre el tema y aportar recursos e ideas a su empresa.

Y si existen recursos, incluso podemos encargar una auditoría para que nos ayude a ver en qué punto estamos respecto al resto de empresas del sector.



Información y confidencialidad

Los datos y la información relacionada con la accesibilidad de los viajeros es una información muy sensible. De ahí que muchos empleados pueden optar por no revelar sus datos y, en consecuencia, los Travel Managers no conocen el alcance real de las necesidades de accesibilidad de sus viajeros.

Por ello, es importante garantizar un sistema confidencial de recopilación de información sobre los requisitos de accesibilidad de sus viajeros, en consonancia con los estándares de privacidad de datos.



Garantizar una estructura de apoyo proactiva

Una vez conocidas las necesidades de nuestros viajeros en materia de accesibilidad, es el momento de desarrollar una estructura de apoyo al viajero, proactiva y transparente, que pueda activarse cuando sea necesario.

En esta línea, deberemos comunicarle al viajero pertinentes aquellos servicios o instalaciones disponibles. Las empresas y los administradores de viajes también pueden considerar políticas específicas de viajes y gastos que serían útiles para

los viajeros con requisitos de accesibilidad. Para ello, será necesaria la colaboración con el departamento de RRHH, partners de viajes o incluso la creación de un grupo de viajeros que desarrolle políticas de viaje adaptadas, sin olvidar posibles derivadas en políticas de gastos que también deberemos adaptar.



Selección de proveedores

A la hora de seleccionar la lista de proveedores relacionada con los viajes y eventos, debemos incluir nuestras necesidades, demandas y requerimientos específicos en materia de accesibilidad.

Cada vez son más las aerolíneas, hoteles o empresas de transporte terrestre que ofrecen soluciones en este sentido. Pero si no se las comunicamos, no siempre nos las harán llegar.



Más información

La industria del Business Travel, y del turismo en general, debería trabajar y colaborar hacia la creación de un sistema de codificación universal que transmita información de accesibilidad de calidad a los interesados.

El viajero con problemas de accesibilidad, ya sean permanentes o temporales, debe poder tener información real y efectiva sobre las soluciones disponibles. Para ello, es necesario que los diferentes integrantes del ecosistema de viajes de negocios muestren y recopilen información sobre sus instalaciones y servicios. Y que esta información esté disponible en los diferentes canales de reserva o en sitios web públicos. Por último, los gestores de viajes deben crear un entorno en el que los empleados se sientan cómodos al revelar sus requisitos de accesibilidad para que los programas y proveedores puedan apoyarlos de forma más proactiva. ♿



Cartas marcadas: prácticas anticompetitivas y discriminación de empresas y viajeros de negocio

Por definición, en los sistemas de mercado, la competencia es uno de los principales motores de la economía, entre cuyos efectos más inmediatos están el incremento de la eficiencia, la mejora de la calidad de los productos y servicios, el fomento de la innovación y finalmente la reducción de los precios.

La existencia de competencia en el mercado ofrece a los consumidores la opción de comparar entre distintos proveedores, y finalmente adquirir el producto que más convenga en cada momento.

Pero para que la competencia funcione, no obstante, deben darse determinadas condiciones:

- **Productos homogéneos o sustituibles:** si no son homogéneos no pueden compararse.
- **Eliminación de barreras de entrada o salida del mercado.** Es decir, que no se impida la existencia o la operativa de potenciales competidores.
- **Ausencia de control o influencia sobre el precio.** Es decir, que no exista fijación o concertación de precios.
- **Transparencia de mercado:** el consumidor debe tener acceso a la información necesaria para poder comparar y substituir un producto o servicio por otro.

Un mercado eficiente, en definitiva, es aquel en el que la información se transmite de modo perfecto, completo, de manera inmediata y sin coste.

A efectos de competencia, en el mercado del transporte de pasajeros, el legislador y la jurisprudencia distinguen entre 2 tipos de mercados: el mercado ascendente o aguas arriba, y el mercado descendente o aguas abajo.

El mercado ascendente es aquel en el que las compañías aéreas y en algún caso las compañías ferroviarias (cuando el producto es comparable/substituible con el avión, como en el caso del tren de alta velocidad), compiten en determinadas rutas o corredores. Es el mercado del transporte de pasajeros entre Barcelona y Madrid, Bilbao y Frankfurt o cualquier otro city pair que podamos imaginar.

El mercado descendente, en cambio, es el mercado de la venta de billetes de transporte de pasajeros. Y en este mercado las compañías aéreas o, en su caso también de ferrocarril, no únicamente compiten entre ellas, sino que lo hacen con plataformas y agencias que también venden billetes de tren o de avión a los consumidores, porque son igualmente productos sustituibles.

Condiciones que no se cumplen

Desde el punto de vista de la competencia, el análisis de la situación que presenta el mercado descendente en relación con determinadas rutas y proveedores como Ryanair, pero no únicamente Ryanair, dista mucho de cumplir las condiciones que definen un mercado eficiente y de competencia leal.

“ *La competencia leal en el mercado descendente solo es posible si todos los competidores tienen acceso a las mismas condiciones* ”



“ Las aerolíneas y compañías que desarrollan esta mala praxis confunden cliente y pasajero. En el ámbito corporativo, el cliente no es el pasajero, es la empresa ”

En primer lugar, porque se producen limitaciones de acceso a contenido (el caso más claro es el de la compañía irlandesa que impide de modo manifiesto a las agencias la distribución de sus productos). O bien porque el acceso a productos y tarifas por parte de competidores es posible, pero está sujeto a recargos adicionales; o simplemente, porque el contenido resulta accesible, pero no en su totalidad.

En este escenario, al que se enfrentan a diario las agencias de viajes, 3 de las 4 condiciones básicas para que se dé un marco de competencia leal no se están cumpliendo: ya sea porque el proveedor establece barreras de entrada al mercado de la distribución de billetes a sus competidores; o porque ejerce influencia o fija el precio de venta de terceros; o bien porque dificulta o impide la transparencia de mercado y, por tanto, impide la capacidad de comparar; o por todas ellas a la vez.

Y si no se da un escenario de competencia, los beneficios asociados a ésta no se dan y el mercado es menos eficiente porque el consumidor tiene menos opciones de comparar.

La competencia leal en el mercado descendente solo es posible si todos los competidores tienen acceso a las mismas condiciones. Es decir, acceso al mismo contenido y a las mismas tarifas.

El caso del mercado corporativo

Desde el punto de vista corporativo, por otro lado, estas prácticas constituyen una estupidez sin paliativos, que además pueden tener consecuencias nada despreciables.

Para empezar, las aerolíneas y compañías que desarrollan esta mala praxis confunden cliente y pasajero. En el ámbito corporativo, el cliente no es el pasajero, es la empresa, que es quien paga el billete y por cuenta de quien viaja el pasajero. En segundo lugar, este tipo de actuaciones pretenden limitar la libertad de las empresas de decidir los canales de reserva que utilizan.

Si yo puedo reservar un billete por cuenta de mi hermana, por ejemplo, ¿por qué se impide a una agencia hacer lo propio con su cliente, de quien también tiene un mandato? Todo ello sin olvidar el riesgo que puede suponer para la seguridad de los viajeros forzar a reservar a través de plataformas no autorizadas por la propia empresa, al margen del incremento del coste que supone operar a través de plataformas pensadas para el tráfico B2C.

Desde un punto de vista comercial, por otro lado, no deja de resultar insultante, que estas compañías hayan decidido tratar como lo hacen al cliente que le reporta mayores beneficios. Los viajeros de negocio son de media entre el 16% y el 20% del pasaje de las aerolíneas, pero generan más del 65% de sus ingresos. Parece mentira, pero es así.

Pero, con independencia de que este tipo de malas prácticas constituyan un error, y que sean más o menos insultantes, lo relevante es que son ilegales. La posición de la CE en esta materia es clara, la reciente investigación de la CE contra diversas compañías ferroviarias en 2023 es inequívoca al respecto, en la medida en la que establece la obligación de la compañía, de suministrar a las plataformas competidoras la totalidad de su contenido y condiciones en tiempo real.

“ Con independencia de que este tipo de malas prácticas constituyan un error, y que sean más o menos insultantes, lo relevante es que son ilegales ”

Y este criterio es exactamente aplicable al mercado de la venta de billetes de transporte aéreo.

Las agencias de viajes están en su pleno derecho a denunciar estas prácticas porque tienen una afectación evidente en su capacidad de competir en el mercado de la venta de billetes. Y porque suponen una clara discriminación de sus clientes, las empresas y los viajeros corporativos, con el único propósito de asegurar posiciones de dominio y eliminar la competencia de las agencias de viajes y otros intermediarios en el mercado descendente.

Por todo ello, resulta absolutamente imprescindible denunciar y sancionar cualquier tipo de actuación de esta naturaleza, y garantizar que se restablezca la competencia leal en el mercado de distribución de billetes, en tanto que condición imprescindible para continuar mejorando la eficiencia, la calidad, la innovación y la competitividad de los precios en el mercado. ➔



Marcel Forns
Director General GBTA



Adrià Izard

DIRECTOR TRAVELPERK ESPAÑA

“TravelPerk ofrece un servicio de 7 estrellas que se focaliza en las necesidades de todas las partes”



Fundada en 2015 en Barcelona, TravelPerk ha pasado de ser un “unicornio” a una consolidada plataforma de reserva y gestión de viajes de negocios. Una compañía que crece sin parar y que forma parte de la nueva oleada de actores tecnológicos que dibujan el futuro del business Travel. Por ello, hemos hablado con Adrià Izard, máximo responsable de la compañía en nuestro país.

Parece que el nivel de gasto de los viajes de negocios se ha recuperado totalmente, ¿esperáis que 2024 sea un año de crecimiento para TravelPerk?

Hay una clara recuperación y crecimiento en el sector de los viajes de negocios. En 2023, TravelPerk registró 1,5 veces más viajeros de negocios en comparación con 2022. El volumen de viajeros en 2023 también superó cinco veces los niveles anteriores a Covid. Y, al comparar el comportamiento de nuestros clientes antes del Covid y ahora, estamos viendo un aumento del 20 al 25 % en el gasto en viajes.

¿Qué tendencias estáis observando en los viajes de negocios en estos últimos meses?

Dado que el trabajo remoto e híbrido se está convirtiendo en la norma, la importancia de reunir a los equipos es cada vez mayor. Estamos viendo que las empresas ponen mucho más énfasis en encontrar la solución adecuada para gestionar y monitorear los viajes de sus empleados. En TravelPerk, para respaldar estos patrones de viaje cambiantes, hemos realizado algunas inversiones en reservas de grupos para permitir a las empresas consolidar planes de viaje cuando varias personas asisten al mismo evento, como en el exterior.

Además, estamos viendo más énfasis en los presupuestos de viajes como herramienta para atraer y retener a los mejores talentos.

Y hay un auge en los ‘viajes de negocios lentos’ o ‘slow business travel’. Lo vemos en la disminución de los viajes de ida y vuelta en un mismo día. Esto permite maximizar el tiempo en el destino y da prioridad al bienestar del empleado.

Hablando de sostenibilidad, ¿contáis con alguna herramienta que ayude a medir el impacto medioambiental de los viajes?

Por supuesto. Contamos con GreenPerk, un producto sin comisión que permite a las empresas compensar su huella

“ Hay un auge en los ‘viajes de negocios lentos’ o ‘slow business travel’. Lo vemos en la disminución de los viajes de ida y vuelta en un mismo día. ”

de carbono en viajes y controlar las emisiones de CO₂ de la empresa con varios insights.

Aunque aún no existe una ley que obligue a tener este control sobre las emisiones, es algo que puede acontecer en un futuro próximo. Por ello, las empresas realmente aprecian esta herramienta que no solamente les ayuda a controlar y reducir sus emisiones, sino que les protege ante futuras legislaciones.

¿Cómo está configurada la cartera de clientes de TravelPerk?

La cartera de clientes de TravelPerk consta de 6000 empresas, con sede en 100 países, incluidos nombres como Revolut, Red Bull, Aesop, Glovo y Desigual. Nuestra plataforma está orientada a Pymes y empresas de medianas de todas las verticales en Europa y EE. UU.

Recientemente TravelPerk ha recibido una inversión de más de \$100M, ¿a qué se destinará principalmente esta inyección de fondo?

Nuestro objetivo es acelerar el crecimiento profundizando la localización de nuestro producto en nuestros mercados principales para ofrecer la mejor solución de viajes de negocios.

En el negocio de los viajes corporativos, la mejor experiencia de producto significa ofrecer la mayor variedad de inventario al mejor precio disponible. Por ello, continuaremos aprovechando nuestras capacidades de inventario líderes en la industria abriendo mejores opciones en transporte aéreo, ferroviario, hotelero y automotriz.

¿Cómo puede ayudar exactamente la IA en la reserva y gestión de viajes corporativos? Pónganos un ejemplo.

Hemos logrado distintos avances importantes en eficiencia gracias a la IA, particularmente en el servicio de atención al cliente. Esto se debe principalmente a la automatización de procesos manuales, por ejemplo, solicitudes de cambio de vuelo. De esta forma nuestros agentes pueden centrarse en esos momentos que realmente aportan valor al cliente como atender por teléfono o chat en vivo cuando más lo necesitan.



Ofrecemos un inventario de viajes que incluye conexiones NDC con 18 aerolíneas, más de 25.000 tarifas de hotel negociadas en más de 150 países y conexiones con 50 transportistas ferroviarios. ”

Las nuevas aplicaciones de IA que se esperan a corto plazo incluyen la optimización de los procesos de generación de informes de administración de viajes y la prestación de valor adicional a los viajeros durante sus viajes a través de nuestra aplicación móvil.

Mientras que algunas empresas de nuestro sector están creando chatbots, convenciendo a los medios que hay que resolver problemas que no existen, nosotros estamos duplicando la productividad de nuestro equipo y manejando el doble de consultas con la misma cantidad de agentes.

Pese a ser una TMC digital, siempre destacáis el factor humano como pilar de vuestro éxito.

En TravelPerk nuestra filosofía es crear una cultura de pertenencia, no de “encajar”. Para pertenecer verdaderamente, las personas deben compartir los mismos valores. Y si se consigue hacer bien, los empleados crecen con el negocio. Nuestra cultura y valores, es lo que nos ha llevado tan lejos.

Incluso hemos sido clasificados entre los 50 primeros en el Top 100 Global Most Loved Workplaces® por Newsweek.

¿Qué os define y diferencia respecto a vuestra competencia?

La experiencia de cliente. En TravelPerk siempre apuntamos a un servicio para el cliente de más de 5 estrellas, de 7 estrellas. Lo más importante para TravelPerk es cumplir las necesidades de los clientes y sobrepasar sus expectativas. Por ello, no cobramos cargos por comunicarse con atención al cliente para el soporte

de reservas, modificaciones y cancelaciones. Y nos esforzamos por responder cada llamada en 15 segundos, chatear en 3 minutos y responder correos electrónicos en 2 horas.

Además, ofrecemos un inventario de viajes líder en la industria, incluyendo conexiones NDC con 18 aerolíneas, más de 25.000 tarifas de hotel negociadas en más de 150 países en todo el mundo, lo que ahorra a los clientes hasta un 25%, y conexiones con 50 transportistas ferroviarios.

Por último, TravelPerk está profundamente arraigado en el ecosistema tecnológico. Estamos perfectamente integrados con más de 45 partners, incluidas herramientas de gestión de gastos y soluciones de recursos humanos, para que los clientes puedan conectarse fácilmente a sus plataformas o flujos de trabajo.

¿Qué es lo que más valoran vuestros clientes?

Aquello que más valora nuestro cliente es el apoyo que les damos a las empresas en cada paso del camino. Ya sea el travel manager, el viajero, o el departamento de finanzas, desde TravelPerk ofrecemos un servicio de 7 estrellas que se focaliza en las necesidades de todas las partes antes, durante y después de un viaje de negocios. 🌟

Bruselas acusa a 20 aerolíneas de practicar greenwashing



La Comisión Europea ha alertado a 20 aerolíneas y les ha instado a retirar algunas de sus prácticas potencialmente engañosas en materia de sostenibilidad.

A raíz de una denuncia de la Oficina Europea de Uniones de Consumidores, la Comisión Europea y las autoridades de protección de los consumidores de la UE (CPC) han remitido cartas a veinte compañías aéreas señalando varios tipos de alegaciones medioambientales potencialmente engañosas e invitándolas a adaptar sus prácticas a la legislación europea.

La red CPC, dirigida por la Dirección General de Inspección Económica de Bélgica, la Autoridad de Consumidores y Mercados de los Países Bajos, la Autoridad de los Consumidores de Noruega y la Dirección General de Consumo de España, se ha centrado en las alegaciones de las compañías aéreas de que las emisiones de CO₂ causadas por un vuelo podrían compensarse mediante proyectos medioambientales o el uso de combustibles sostenibles, a los que los consumido-

res podrían contribuir mediante el pago de tasas suplementarias.

Las autoridades comunitarias temen que las prácticas detectadas pueden considerarse acciones u omisiones engañosas, las cuales están prohibidas en virtud de los artículos 5, 6 y 7 de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales.

¿Prácticas engañosas?

La Comisión Europea y la red CPC cree que algunas de las propuestas de las aerolíneas en materia medioambiental son potencialmente engañosas. Y añade los siguientes ejemplos:

- **Pago de una tasa adicional para financiar proyectos medioambientales** o para apoyar el uso de combustibles de aviación alternativos como forma de reducir o contrarrestar plenamente las emisiones de CO₂.
- **Utilizar el término «combustibles de aviación sostenibles» (SAF)** sin justificar claramente el impacto medioambiental de tales combustibles.
- **Utilizar los términos «verde», «sostenible» o «responsable»** de manera absoluta, u otras alegaciones medioambientales implícitas.
- **Afirmar que la compañía aérea está avanzando hacia cero emisiones netas de gases de efecto invernadero (GEI)** o hacia cualquier comportamiento medioambiental futuro, sin compromisos ni objetivos claros y verificables, y sin un régimen de supervisión independiente.

- **Presentar a los consumidores una «calculadora» de emisiones de CO₂ de un vuelo concreto**, sin aportar pruebas científicas suficientes sobre si tal cálculo es fiable y sin la información sobre los elementos utilizados para realizarlo.
- **Presentar a los consumidores una comparación de los vuelos en relación con sus emisiones de CO₂**, sin proporcionar información suficiente y exacta sobre los elementos en los que se basa la comparación.

Las autoridades europeas instan a las aerolíneas a dar una respuesta, exponiendo las medidas propuestas para dar respuesta a las reservas derivadas de sus alegaciones medioambientales con fines de comercialización en virtud del Derecho de la UE en materia de protección de los consumidores.

Tras recibir las respuestas de las empresas, la Comisión Europea organizará reuniones con la red CPC y las compañías aéreas para debatir las soluciones propuestas por esas compañías. Además, la Comisión supervisará el cumplimiento de los cambios acordados.

Si las compañías aéreas afectadas no adoptaran las medidas necesarias para resolver los problemas planteados en la carta, las autoridades podrían decidir adoptar medidas coercitivas, incluidas sanciones. ➔



Los Juegos Olímpicos disparan las reservas hoteleras en Francia

Un informe de Amadeus revela un importante incremento de las reservas hoteleras en las principales ciudades francesas fruto de la celebración de los Juegos Olímpicos en París este verano.

La herramienta de business intelligence de Amadeus Demand360+® muestra que las tasas de ocupación de los hoteles franceses durante los Juegos Olímpicos que se celebrarán en París, del 26 de julio al 11 de agosto, se han disparado en comparación con años anteriores. Un incremento que se prorrogó entre el 28 de agosto y el 8 de septiembre a causa de la celebración de los Juegos Paralímpicos.

Según Amadeus, a 1 de abril, el índice de ocupación de los hoteles franceses entre el 21 de julio y el 4 de agosto casi alcanza o supera el 50% de reservas. Un porcentaje que fue del 24% en 2023. Ello supone un crecimiento del 87% en las cifras de ocupación en comparación con el año pasado.

Para las semanas del 28 de julio y el 4 de agosto, las cifras son todavía más destacables. Esas semanas estaban reservadas en un 20% y un 18% en abril de 2023, respectivamente, pero este año los hoteles ya están reservados en un 55% y un 51% para esas semanas. Esto supone un aumento del 153% para la semana del 28 de julio y del 155% para la semana del 4 de agosto, en comparación con el año pasado.

En cualquier caso, esta tendencia se mantiene también durante las semanas anteriores y posteriores a los Juegos Olímpicos. En general, los índices de ocupación hotelera de verano en Francia registrados hasta abril de este año son superiores a los niveles anteriores a la pandemia en todos los ámbitos.

Suben los precios

La tarifa media diaria (ADR) de una habitación en Francia está creciendo en comparación con años anteriores. Si en julio de 2023, la ADR era de 482€, este año es de 583€, lo que supone una variación del 21% y casi el doble de lo que cobraban los hoteles antes de la pandemia, cuando el ADR en julio de 2019 era de 306€.

Otras ciudades anfitrionas

No solo París registra crecimientos en sus tasas de ocupación hotelera. También afecta a otras ciudades anfitrionas de los Juegos Olímpicos.

La ciudad de Lille acogerá este verano torneos olímpicos de baloncesto y balonmano. Para la semana del 28 de julio, las reservas ya alcanzan el 43%, un 271% más que el año pasado a estas alturas.

Por su parte, Lyon acogerá 11 partidos de fútbol a lo largo de los Juegos Olímpicos. Durante la semana del 11 de agosto, los hoteles registraron un índice de ocupación del 56% en abril de 2024, lo que supone un aumento del 108% en comparación con el mismo periodo del año pasado, cuando se situaba en el 27%.

Por último, este fenómeno también se da en Marbella, que acogerá competiciones olímpicas de fútbol, vela y kitesurf. Los hoteles de esta ciudad ya rozaban el 50% de ocupación en abril de 2024 para las semanas del 7 de julio al 4 de agosto. Destaca la semana del 28 de julio, con un 55% de ocupación, un 187% más que en la misma época del año pasado (19%).

Por otro lado, las reservas de grupos se componen principalmente de viajes de negocios habitualmente. Ello hace que durante los meses de verano este tipo de reservas apenas representen entre un 3% y un 4% de las tasas de ocupación hotelera en Francia.

Sin embargo, con los diversos equipos deportivos que llegan al país, así como organizaciones de medios de comunicación de todo el mundo, no es de extrañar que las reservas de grupos representen el 12% de las reservas y el 25% de la ocupación hotelera prevista para este verano.

Reservar con antelación

Como puede observarse, es necesario reservar con antelación si deseamos o necesitamos visitar París este verano.

Los datos de Amadeus muestran que el 85% de las reservas se realizan entre 0 y 90 días antes de la estancia, y el 43% de las reservas se realizan actualmente en París entre 0 y 14 días antes de la estancia. Si estas tendencias se mantienen a medida que nos acercamos al acontecimiento, las reservas podrían aumentar aún más.

El índice de ocupación de los hoteles parisinos para la semana del 21 de julio era un 130% superior a 1 de abril de 2024, en comparación con la misma fecha del año pasado. La tasa de ocupación para la semana del 28 de julio ya está al 74% de su capacidad (un crecimiento del 215% en comparación con abril de 2023), y la semana del 4 de agosto está al 70% de su capacidad (un asombroso crecimiento del 233% en comparación con abril del año pasado). En general, la tasa de ocupación registrada en abril para los hoteles de París es superior en todas las semanas desde principios de julio hasta mediados de septiembre. 🏆



Coches compartidos y billetes de tren, nuevos servicios de Uber

La app de Uber ha añadido a sus servicios de movilidad la posibilidad de compartir viajes así como de reservar billetes de tren. Los usuarios de Uber en Madrid disponen de una nueva opción: UberX Share. Se trata del servicio de viajes compartidos de Uber, con el que el usuario puede “ahorrar hasta un 30% en el precio de su viaje si lo comparte con otros pasajeros.”

La propuesta es ofrecer viajes más asequibles y desplazar a más personas en menos vehículos, contribuyendo a reducir emisiones y mejorar la congestión del tráfico.

El servicio ya está disponible desde hoy en la app de Uber en Madrid y será siempre, como mínimo, un 8% más barato que UberX, la opción más popular de la plataforma. Una vez solicitado el viaje, el pasajero recibirá una notificación si otro usuario se dirige en la misma dirección. Confirmado el emparejamiento, los dos pasajeros compartirán una parte del trayecto (o todo si se dirigen al mismo destino) y el precio del viaje se reducirá automáticamente, pudiendo llegar a ser un 30% más barato que si se opta por viajar solo.

UberX Share es la evolución del servicio de *carpooling* de la plataforma, que lleva años en funcionamiento en Estados Unidos y ciudades europeas como París o Estocolmo, donde ha demostrado su eficacia a la hora de democratizar el acceso a los servicios de Uber como alternativa realista al uso del vehículo privado.

Este nuevo servicio junto a Uber Green, la opción de vehículos eléctricos de Uber, y la oferta de micromovilidad de bicicletas y patinetes eléctricos de Lime, UberX Share son la gran apuesta de la compañía para alcanzar sus objetivos de sostenibilidad en Europa.



Y ahora también trenes

Uber también ha anunciado que próximamente será posible reservar billetes de tren de media y larga distancia a través de su aplicación en España, el segundo país europeo donde este servicio estará disponible, tras el Reino Unido.

La integración de los trenes en la app de Uber es posible gracias a un acuerdo con Omio Group, plataforma digital que facilita a los usuarios la búsqueda, comparación y reserva de billetes y que agrupa la oferta de viajes de Renfe, Ouigo e Iryo.

De esta forma, la oferta multimodal de Uber es notable. Los usuarios podrán utilizar Uber para viajar por España de manera fácil y cómoda. Además, por la compra de un billete de tren en Uber, el usuario recibirá un reembolso del 10% en créditos para usar tanto en la app de Uber como en la de Uber Eats.

“Uber también ha anunciado que próximamente será posible reservar billetes de tren de media y larga distancia a través de su aplicación en España, el segundo país europeo donde este servicio estará disponible.”

El portfolio de servicios de Uber en España se consolida así como uno de los más completos de Europa, contando con Taxi, UberX, UberX Share (en Madrid), Uber Green, Uber Comfort, Uber Black, Uber Van, Uber Pet, las bicicletas y patinetes eléctricos de Lime, alquiler de coches y, próximamente, compra de billetes de tren.

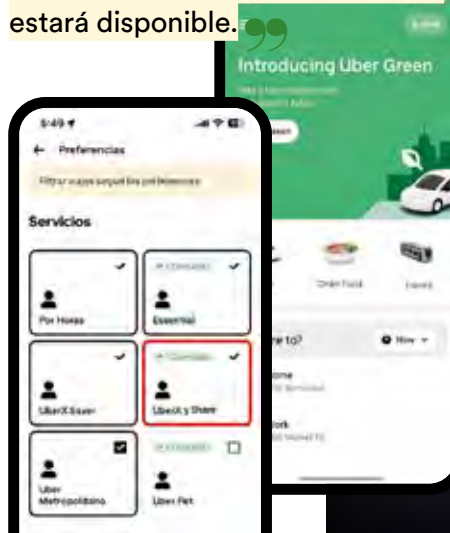


Camino a las cero emisiones

Los lanzamientos de UberX Share y Trenes se enmarcan en el compromiso de Uber de convertirse en una plataforma de movilidad cero emisiones en 2030 en Europa y EEUU y en 2040 en todo el mundo. En Madrid, la flota de Uber Green se ha multiplicado por cuatro desde el lanzamiento en 2022, y el objetivo es terminar 2025 con más de un millar de coches eléctricos en la ciudad.

Para alcanzar esa meta, cerca de 500 conductores y partners se han congregado hoy en Uber Green Day para informarse sobre las soluciones de recarga que empresas colaboradoras de Uber, como Repsol, Iberdrola, Endesa y Wenea, han dado a conocer durante el evento.

Además, los conductores y propietarios de licencias han tenido ocasión de probar hasta treinta vehículos eléctricos que compañías manufactureras que trabajan con la plataforma, como Tesla, BYD, MG, Hyundai, KIA, Toyota, Volvo, Stellantis, Volkswagen y Renault, han puesto a su disposición para comprobar de primera mano cuál se adapta mejor a sus necesidades. 🏆





Londres Gatwick inaugura un Hub de recarga para vehículos eléctricos

El aeropuerto de Londres Gatwick se ha convertido en el primer aeropuerto internacional en disponer de un Electric Forecourt®, un hub de recarga para vehículos eléctricos (EV) desarrollada por la empresa GRIDSERVE.

Esta infraestructura dispone de 30 cargadores para vehículos eléctricos de diferentes velocidades de carga, con energía 100% renovables. Los cargadores más potentes permiten recuperar hasta 160 kilómetros de autonomía en solo 10 minutos.

El espacio también ofrece Wi-Fi de alta velocidad, una sala de descanso, Costa Café, tienda de conveniencia Little Fresh y un área inte-

activa de experiencia de vehículos eléctricos. Y por si fuera poco, los visitantes pueden hablar con un experto en electromovilidad para consultas y dudas acerca de qué vehículo eléctrico comprar o incluso realizar un *test-drive* de diferentes modelos.

El Electric Forecourt® está situado en el acceso de Ring Road South a la terminal sur de Londres Gatwick, una *ubicación estratégica perfecta para viajeros, personal, residentes y flotas que pasan por la zona cada año.*

El edificio está abierto todos los días de 4:30 a.m. a 10:00 p.m., aunque los puntos de recarga están disponibles 24/7, todos los días del año.

La alianza one world abre su primera sala VIP en Europa

El aeropuerto de Amsterdam ha abierto las puertas de la primera sala VIP que la alianza one world pone a disposición de los pasajeros en suelo europeo.

La inauguración de la nueva sala VIP se produce después de la puesta en marcha del primer lounge VIP de one world en el aeropuerto de Seul Incheon en enero, coincidiendo además con el 25 aniversario de la alianza.

La nueva sala VIP de Amsterdam, gestionada en colaboración con ASPIRE, la filial de salas VIP del proveedor global de servicios terrestres de aviación Swisstop, está ubicada en la zona de salidas no Schengen del aeropuerto Schiphol de Ámsterdam.

Cuenta con un amplio salón de 473 m², un entorno luminoso y espacioso en el que los clientes pueden relajarse y "recargar energías." La nueva sala VIP de one world está con-

venientemente ubicada a no más de 10 minutos de las puertas de embarque de las aerolíneas miembros de la alianza y que operan vuelos directos en el aeropuerto holandés: American Airlines, British Airways, Cathay Pacific, Finnair, Iberia, Qatar Airways, Royal Air Maroc y Royal Jordanian.

La nueva sala VIP está abierta todos los días entre las 5:30 a.m. y las 10:00 p.m., para los clientes de one world Emerald y Sapphire que salen del aeropuerto Schiphol de Ámsterdam fuera del área Schengen en vuelos de one world, así como para los clientes de Primera Clase y Business Class.

En su conjunto, las aerolíneas de one world operan más de 200 vuelos semanales a Ámsterdam, conectando la capital de los Países Bajos con más de 900 destinos en todo el mundo a través de la red de miembros de one world.

Movimientos en el sector del motosharing

El sector del motosharing y de la movilidad urbana sigue en constante movimiento.

Por un lado, Cooltra ha adquirido a su antiguo rival Cityscoot, en suspensión de pagos desde el pasado mes de noviembre. Así, el Tribunal de Comercio de París resolvió que la oferta de Cooltra era la más solvente por su solidez económica, así como por su compromiso de mantener la mayor parte posible de la plantilla de la compañía francesa, que cuenta con una cuota de mercado del 60%, y satisfacer la demanda de sus más de 500.000 usuarios.

Con esta adquisición, Cooltra ampliará su servicio de motos compartidas en París, sumando un total de más de 1.500 motos eléctricas que podrán moverse por París y sus suburbios interiores.

En el otro lado de la balanza encontramos a SEAT MO. La marca española informaba a sus usuarios que la falta de rentabilidad del servicio y los elevados costes operativos no hacían posible la continuidad del servicio de motosharing de SEAT MO.

Hasta el momento, este servicio de motosharing, que en Barcelona disponía de 632 unidades, ha alcanzado

1,8 millones de viajes y 24,7 millones de minutos, lo que ha permitido dejar de emitir 230 toneladas de CO₂.

Según fuentes de la compañía, esto no significa el cierre de la filial

de movilidad urbana SEAT MO, ya que "seguirá trabajando en la búsqueda de nuevas opciones de movilidad adaptadas a las necesidades actuales del mercado."





Amadeus adquiere Voxel

Amadeus ha adquirido Voxel, empresa especialista en facturación electrónica y soluciones de pago B2B para agencias de viajes, hoteles y otros agentes del sector.

Con esta operación, Amadeus quiere ofrecer una experiencia de pago sencilla en el sector de los viajes. También complementará el negocio de pagos de Amadeus, Outpayce, mejorando su actual línea de productos para agentes de viajes, al tiempo que se expande en el área de hoteles.

Las soluciones de Voxel amplían la oferta de servicios de pago para los agentes de viajes y una forma de gestión electrónica de facturas más automatizada para turoperadores, TMC agregadores hoteleros y hoteles. También ayudará a Amadeus a pres-

tar un mejor servicio a sus clientes corporativos automatizando aún más la experiencia de los viajes de negocios, desde las reservas y los pagos hasta la gestión de gastos.

Voxel está especializada en facturación electrónica y pagos electrónicos B2B. Actualmente, la Plataforma Bavel de Voxel gestiona procesos de pago electrónicos de forma integral. Más de 50.000 hoteles, más de 1.000 operadores turísticos y empresas de viajes, y más de 3.000 restaurantes y franquicias de más de 100 países se benefician actualmente de esta plataforma.

Fundada en 1998, Voxel tiene su sede en Barcelona. La adquisición, ya cerrada, supone la incorporación de más de 200 empleados de Voxel a Amadeus.



El segundo hotel de la cadena de Rafa Nadal y Meliá abre este verano en la Costa Brava

Tras la apertura del Zel Mallorca el año pasado, la marca de hoteles creada por Meliá Hotels International y Rafa Nadal, inaugura este verano un nuevo establecimiento en Tossa de Mar, en el corazón de la Costa Brava.

El hotel es propiedad de Azora y se trata del antiguo Pola Giverola Resort, rodeado de 35 hectáreas de naturaleza.

Ubicado entre Cala Pola y Cala Giverola, el hotel cuenta con 214 habitaciones con una entrada que será el corazón del hotel, diseñado como un lugar de encuentro para los clientes, que contará con un córner propio

de café de especialidad, una concept store con productos de marcas locales e internacionales, un moderno supermercado, salas de estar con zonas de lectura y relax y kioscos de auto check-in. Asimismo, el hotel apostará por una oferta gastronómica diferencial y contará con renovadas instalaciones de ocio, deporte y wellness.

Los próximos destinos de la marca pasan por este nuevo establecimiento en la Costa Brava, mientras que en 2025 está prevista la apertura de nuevos hoteles en Madrid, Sayulita (México) y Punta Cana (República Dominicana).

Fira de Barcelona gestionará el Circuit de Barcelona-Cataluña hasta 2045

Fira de Barcelona explotará y gestionará la actividad del Circuit de Barcelona-Cataluña a partir del 1 de enero de 2025. Así lo han firmado, Circuits de Catalunya y Fira Barcelona, lo que su-

pondrá la creación de la sociedad Fira Circuit, íntegramente participada por Fira de Barcelona.

Esta decisión se enmarca en el Plan estratégico del Circuit de Barcelona-

Catalunya, cuyo objetivo es mejorar la eficiencia en la gestión, reforzar la apuesta por la digitalización, convertirse en una referencia en materia de sostenibilidad, intensificar el arraigo territorial y diversificar la actividad.

El contrato, que entrará en vigor el 1 de enero de 2025, tiene una duración de 20 años y establece un pago de Fira Circuit que combina una cantidad fija anual (un mínimo garantizado de 9 M€ el 2025 y de 10 M€ el 2026) más un variable en función de los ingresos (25% hasta los 45M€ de ingresos y 20% en adelante). Este acuerdo no afectará a los trabajadores y trabajadoras de Circuits de Catalunya, que mantendrán sus condiciones laborales.

El acuerdo da continuidad al que se aprobó el pasado 16 de abril cuando

la Generalitat autorizó la adjudicación de forma directa a Fira el contrato de arrendamiento de negocio para la explotación y gestión de la actividad de esta infraestructura.

El objetivo del Govern es optimizar la explotación de las instalaciones para que deje de ser un equipamiento exclusivamente concebido en el entorno de las grandes competiciones de motor, a través de nuevos modelos de negocio relacionados con las ferias y los congresos, el ocio saludable, los grandes eventos musicales y culturales, y la industria de la movilidad sostenible.

Por otro lado, la nueva alianza no afectará la titularidad de los activos ni tampoco la titularidad de los contratos de F1 y MotoGP, que seguirán siendo propiedad de Circuits de Catalunya.





2023, el año más seguro de la historia de la aviación

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) ha hecho público su informe sobre seguridad aérea que, tras el análisis de diferentes parámetros, concluye que 2023 fue el mejor año de la historia en cuanto a seguridad se refiere.

La aviación continúa avanzando en materia de seguridad y los indicadores de 2023 muestran los mejores resultados hasta la fecha. De hecho, el año pasado no hubo ni accidentes mortales ni pérdidas de casco con aviones de pasajeros.

Solo se produjo un accidente mortal, en este caso con un avión de turbohélice, que provocó 72 muertes. Y todo ello con 37 millones de movimientos de aviones (jet y turbohélice), lo que significa un aumento del 17% respecto a 2022.

De esta forma, la tasa general de accidentes fue de 0,80 por millón de

sectores en 2023. Es decir, un accidente por cada 1,26 millones de vuelos. Esta cifra mejora respecto al 1,30 de 2022 y es la tasa más baja en más de una década. Además, superó el promedio móvil de cinco años (2019-2023) de 1,19 (un promedio de un accidente por cada 880.293 vuelos).

Por otro lado, el riesgo de mortalidad descendió a 0,03 en 2023, desde 0,11 en 2022 y 0,11 durante los cinco años, 2019-2023.

Con este nivel de seguridad, de promedio, una persona tendría que viajar en avión todos los días durante 103.239 años para sufrir un accidente fatal.

IATA también destaca que ninguna de sus aerolíneas miembro y de las aerolíneas registradas en la Auditoría de Seguridad Operacional de la IATA (IOSA) no experimentaron ningún accidente fatal en 2023.



Atlantida Travel se incorpora al programa SAF de Air France-KLM

Durante los próximos tres años, la agencia de viajes Atlantida Travel formará parte del programa de combustible sostenible para la aviación (SAF, en sus siglas en inglés) de Air France-KLM.

Con dicho acuerdo, firmado por Fabrice Marchand, Trade Sales Manager de Air France, KLM y Delta para España y Francesc Escánez, CEO de Atlantida Travel, la agencia se incorpora al grupo de empresas que contribuyen de manera activa al desarrollo de la industria del combustible sostenible de aviación (SAF), tan importante para la descarbonización del transporte aéreo.

Hasta la fecha, en España, además

de Atlantida Travel, se han incorporado empresas como Ficosa, Icarion, Grupo Bestours, BMC Global y, en el área de carga aérea, el Grupo JTM.

A nivel mundial también participan, entre otras, empresas como ABN AMRO, Arcadis, Lavazza, Maison Valentino, Kuehne & Nagel, Salvatore Ferragamo o Bolloré.

El programa corporativo "Sustainable Aviation Fuel" de Air France-KLM tiene como objetivo apoyar a las empresas que deseen contribuir a la descarbonización del transporte aéreo, estimular el desarrollo del mercado de SAF y, de forma más general, reducir la huella de carbono del sector de la aviación.

Sercotel incorporará hasta 15 hoteles urbanos este año

Sercotel siguió cosechando buenos resultados en 2023 y continúa incrementando su oferta de establecimientos.

La cadena hotelera consolidó su sólido crecimiento en 2023 alcanzando una facturación de 124,6 millo-

nes de euros (+33%), siendo el tercer año consecutivo de expansión para la compañía. En este sentido, el portfolio de Sercotel se ha ampliado en 2023 con 9 hoteles, entre ellos el primer hotel en Andorra, el Sercotel Delfos Andorra,

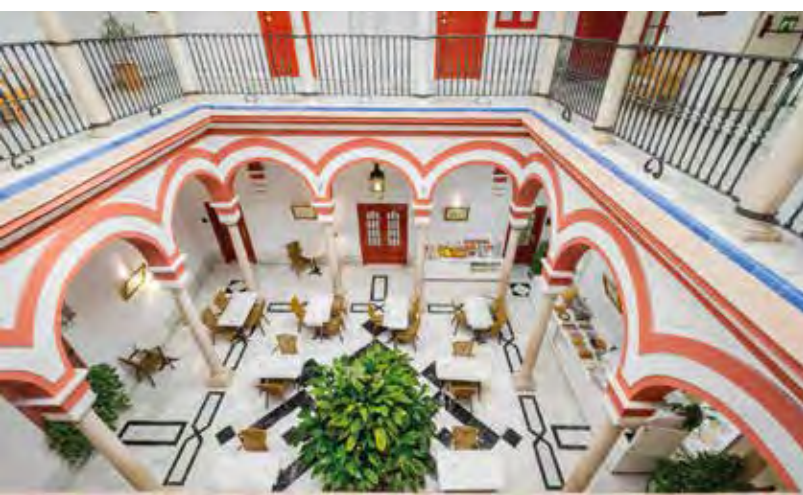
además de dos establecimientos en destinos relevantes como son el Sercotel Playa Canteras (Las Palmas de Gran Canaria) y el Sercotel Rosaleda Málaga.

Para 2024, año en el que celebra su 30 aniversario, las perspectivas son muy positivas, esperando alcanzar los 160 millones de euros, una cifra un 29% por encima de las registradas en 2023.

Por otro lado, Sercotel ha anunciado su entrada en el segmento vacacional. Y lo hará a través de operaciones de expansión, esperando incorporar entre 3 y 5 hoteles en destinos de sol y playa a lo largo del año. Serán hoteles con un rango de 80 a 250 habitaciones, ubicados preferiblemente en destinos nacionales, especialmente en las Islas Canarias, las Islas Ba-

leares y la Costa del Sol. Además, espera incorporar este 2024 entre 12 y 15 nuevos hoteles urbanos y alcanzar los 100 hoteles en explotación directa para 2025 y duplicar el número de hoteles franquiciados.

Otro logro significativo ha sido la apertura de tres nuevos establecimientos de restauración en 2023: La Ribera Sitges, ArteSano en colaboración con Granier, y Godere. Para el próximo año, la cadena tiene planes de incorporar entre 2 y 5 nuevos proyectos gastronómicos. En 2023, el área de restauración de la empresa generó una facturación de 25 millones de euros, y la meta es duplicar esta cifra en tres años, alcanzando los 50 millones de euros en ingresos para 2026.





Cathay regresa a Barcelona con vuelos directos a Hong Kong

Desde este mes de junio, Cathay Pacific vuelve a operar vuelos desde el aeropuerto de Barcelona para ofrecer la única ruta directa entre Barcelona y la ciudad de Hong Kong.

De esta forma, Cathay Pacific reestablece uno de los destinos internacionales más importantes desde Barcelona tras la suspensión de esta ruta a consecuencia de la pandemia en 2020. Un vuelo que Cathay Pacific inauguró en 2017, siendo el primer vuelo de pasajeros de la historia entre ambas ciudades.

La ruta directa entre Barcelona y Hong Kong tendrá vuelos todos los lunes, jueves y sábados, a lo que hay que sumar las tres frecuencias sema-

nales ya operativas desde Madrid los martes, viernes y domingos. La ruta Barcelona-Hong Kong se operará con el Airbus A350-900, con 280 asientos disponibles en clase Business, Premium Economy y Economy.

Además, gracias a la red de Cathay Pacific desde su hub de operaciones en el Aeropuerto Internacional de Hong Kong (HKIA), es posible enlazar estas rutas con total comodidad y tiempos de espera muy cortos con cualquier otro de sus múltiples destinos en Asia-Pacífico, como China Continental, Japón, Tailandia, Vietnam, Corea del Sur, Australia, Nueva Zelanda, Indonesia o Filipinas.

Lufthansa City Airlines confirma sus primeros destinos

La nueva filial de Lufthansa, especialista en vuelos de corto radio, ha anunciado las primeras rutas que empezarán a operarse este verano.

Las rutas confirmadas tienen como punto de conexión el aeropuerto de Munich desde donde se operarán vuelos a Berlín, Hamburgo, Bremen, Düsseldorf, Colonia y Hanover. Fuera de Alemania, también conectará la capital bávara con Birmingham, Burdeos y Manchester.

Según ha anunciado la aerolínea, en los próximos meses se irá completando la red de vuelos y conexiones dentro de Europa. Recientemente, el Grupo Lufthansa anunció el pedido de

40 aviones Airbus A220-300 y otras 20 opciones de compra, dejando claro la apuesta por esta nueva aerolínea.

Con ella se busca fortalecer la competitividad de la red de corta distancia del Grupo Lufthansa y el crecimiento planificado de las rutas de larga distancia de Lufthansa.

Los pasajeros a bordo de Lufthansa City Airlines pueden esperar la oferta de productos y la experiencia del cliente de Lufthansa para rutas de corta y media distancia. Los primeros dos de los cuatro aviones Airbus A319 que se desplegarán este año ya han sido pintados con los nuevos colores de Lufthansa City.

El sector MICE en España rozará los 15.000M€ este año

Un informe del Spain Convention Bureau, elaborados por la consultora BRAINTRUST, confirma la buena salud del sector MICE en España, con unas perspectivas de crecimiento excepcionales para los dos próximos años.

El turismo de reuniones cerró 2023 con una facturación de 13.367 millones de euros en España. Esto significa un crecimiento del 8,55% respecto a 2019 y un 28% sobre 2022.

Se trata de cifras procedentes de un informe del Spain Convention Bureau, una entidad que agrupa a 63 destinos de reuniones en el seno de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).

El tirón de la demanda y precios más elevados fruto de la inflación explican en parte estos incrementos. Pero se han superado todos los pronósticos, una vez que las reuniones se han dotado de mayor propósito y significado para los organizadores y asistentes, volviendo con fuerza a la presenciali-

dad sin descuidar su huella medioambiental, e incorporando en la mayoría de los casos un impacto positivo en los destinos, con la sostenibilidad en su más amplio sentido de la palabra como eje de todas sus actividades.

Cifras en positivo

En cuanto a número de viajeros, el informe arroja un total de 10,36 millones en 2023: +29,8% vs. 2022 y +1,5% vs. 2019.

Para este año, se espera un crecimiento del 3,6% llegando hasta los 10,73 millones, y un nuevo 4% en 2025 alcanzando la cifra de los 11,16 millones de viajeros.

El gasto medio diario por viajero se elevó en 2023 hasta los 351,9 euros. La cifra está claramente marcada por la actual inflación, pero es claramente superior a la de 2019, cuando el gasto medio diario era de 219,2 euros. El informe destaca que el gasto medio de este tipo de viajero es tres veces mayor que el del turista de ocio.

En esta línea, el *Spain Convention Bureau* destaca que este dato "debe transmitir la imperiosa necesidad de trasladar a los estamentos políticos y organismos públicos y privados, la aportación de las reuniones a la economía de los destinos, frente a otros tipos de viajeros como el vacacional."

Para José Manuel Brell, Socio responsable de la práctica de Estudios y Modelos Cuantitativos, y de la Industria de Turismo y Ocio en BRAINTRUST, "la industria de reuniones prosigue su escalada, batiendo todos los récords, haciendo de la misma un baluarte eco-

nómico del turismo en su conjunto. España seguirá creciendo incluso por encima de la media mundial, aprovechando un crecimiento económico por delante de los países avanzados más cercanos, quienes siguen siendo el caladero fundamental de nuestras políticas de promoción y comunicación a través del importantísimo papel que ejerce el *Spain Convention Bureau*. Nuestro país debe seguir siendo líder en este segmento de viajes de reuniones, está en nuestra mano trabajar incansablemente por hacer realidad todo el potencial a nuestro alcance".





Amex GBT adquirirá CWT

Eran muchos los expertos que preveían un 2024 lleno de compras y fusiones en la industria turística. Y así ha sido. Y es que American Express Global Business Travel (Amex GBT) ha anunciado la firma de un acuerdo definitivo para adquirir CWT- antiguamente conocida por Carlson Wagonlit Travel- por un precio de aproximadamente 570 millones de dólares.

Según un comunicado de la compañía, "la transacción se financiará con una combinación de acciones y efectivo y se espera que se cierre en la segunda mitad de 2024, sujeta al cumplimiento de las condiciones de cierre habituales, incluida la recepción de ciertas aprobaciones regulatorias."

Al cierre de la transacción, Amex GBT espera emitir aproximadamente 71,7 millones de acciones ordinarias a un precio fijo de 6,00 dólares por acción y utilizar el efectivo disponible para cancelar la deuda de CWT y el resto de la transacción. Actualmente, CWT presta servicios a

4.000 clientes y se espera que genere aproximadamente 850 millones de dólares en ingresos y entre 70 y 80 millones de dólares de EBITDA ajustado en 2024.

Según Paul Abbott, CEO de Amex GBT, "incorporar CWT al modelo probado de software y servicios de Amex GBT creará más opciones para los clientes, más oportunidades para las personas y más valor para los accionistas".

Por su parte, Patrick Andersen, CEO de CWT, afirmó que "unir fuerzas con Amex GBT ayuda a acelerar nuestra visión de un futuro tecnológico para los viajes de negocios, donde las personas y la tecnología se combinan para ofrecer una experiencia excepcional al cliente. Tenemos mucha confianza en la creación de valor de la empresa combinada".

Una vez que se cierre la adquisición, los clientes de CWT tendrán acceso al software y servicios de Amex GBT para viajes y gastos, incluidos Neo1, Neo y Egencia, además de Select.



Bulgaria y Rumanía ya forman parte del espacio Schengen

Desde el pasado 31 de marzo, Bulgaria y Rumanía ya forman parte del espacio Schengen.

Así, ambos países ya podrán aplicar las normas Schengen, incluida la expedición de visados Schengen, y se eliminarán los controles en las fronteras aéreas y marítimas interiores.

Según la UE, desde diciembre pasado, ambos estados miembros han tomado todas las medidas necesarias para garantizar una aplicación fluida de las normas de Schengen a partir del 31 de marzo de 2024.

Sin embargo, el Consejo de la UE todavía debe fijar una fecha para que ambos países puedan le-

vantar los controles fronterizos terrestres entre Bulgaria, Rumanía y el resto de países Schengen. Una decisión y una fecha que debería fijarse este mismo año.

Por otro lado, se ha establecido una iniciativa regional sobre cooperación policial entre los Estados miembros a lo largo de las rutas de los Balcanes occidentales y el Mediterráneo oriental, incluidos Bulgaria, Rumanía, Austria, Grecia, Hungría y Eslovaquia. Esto permitirá abordar los desafíos relacionados de forma conjunta y sostenible, también en lo que respecta a la delincuencia transfronteriza.

¿Cuáles son las empresas en las que más gastan los trabajadores?

El Informe de Gastos 2024 elaborado por Tickelia permite conocer las empresas en las que se realizan mayores gastos de empresa.

Según el análisis de esta empresa especializada en gestión de notas de gastos y viajes corporativos, McDonald's, Glovo, Meliá, Repsol, Saba o Vueling son las empresas en las que más gastan los trabajadores de las empresas españolas.

Como apunta Oscar Llonch, CRO de Inology, empresa desarrolladora de Tickelia, "la ventaja de digitalizar los tickets y analizar el origen de los gastos es que las empresas pueden impulsar determinadas políticas de gastos que pueden suponer un ahorro importante para las empresas, pero también diseñar acuerdos de colaboración y fidelización con terceras marcas en beneficio de los empleados".

Del informe se desprende que los principales gastos de los empleados se producen en los sectores y subsectores de: restauración (comida rápida, apps y servicios de comida a domicilio...), aerolíneas, desplazamientos cortos, gasolineras, parkings y hoteles.

El informe de Tickelia revela también las marcas más demandadas en cada categoría. En los gastos en aerolíneas Vueling (37 %) se impone sobre Ryanair (32 %) e Iberia (32 %). En el caso de las hamburgueserías, McDonald's (57%) es la marca preferida frente a Burger King (30%) o Goiko (13%).

Las apps más usadas para pedir comida son Glovo (79%), Uber Eats (12%) y Just Eats (9%).

Y en lo que se refiere a desplazamientos cortos, los VTC (46 %) se usan más que los taxis (40%) y el transporte público (14%).

En las gasolineras la preferida es Repsol (68%) por delante de Cepsa (23%) y BP (11 %), mientras que, en los parkings, los más frecuentados son los de Saba (38 %) y Aena (35 %) frente a los de Empark (20 %) e Índigo (7 %). Por último, los hoteles más habituales son los Meliá Hotels International (44

%), seguidos de Barceló Hotel Group (31 %) y Eurostars Hotel Company Hottusa (25 %).

Estas conclusiones han sido realizadas tras analizar más de 50 millones de tickets de gastos reportados a través de la plataforma Tickelia por parte de empleados de más de 2.000 empresas.





Grupo LATAM elimina el 96% de los plásticos de un solo uso

El grupo LATAM terminó 2023 con un importante avance en la eliminación de los plásticos de un solo uso en toda su operación, logrando reducir más de 1.700 toneladas, que representan alrededor de un 96% del alcance definido por el grupo LATAM como plástico de un solo uso, equivalente a 266 millones de bolsas de plástico.

El 4% restante corresponde a aquellos elementos que no pudieron ser reemplazados o eliminados por razones de índole legal, seguridad, sanitario u operacional o por no contar con opciones de reemplazo disponibles en el mercado.

En Cabina Business se han implementado bolsas de algodón reutilizables para los elementos de descanso y amenities, como la almohada, plumón, cubre asiento y audífonos, al mismo tiempo que se lanzaron nue-

vos amenity kits sin plásticos de un solo uso, hechos en Brasil con materias primas locales, producción artesanal, cruelty free y que han sido diseñados por artistas emergentes sudamericanos.

En cabina Economy, se activó la utilización de vajilla reutilizable en todo el servicio, en base a plástico de alta durabilidad rotable, así como cubiertos y revolvedores de bambú. También, se inició el uso de cintas de papel para contener los elementos de descanso en las filiales de Colombia, Chile, Perú y Ecuador. En aeropuertos, se aplicaron nuevas etiquetas de papel y bolsas de cortesía de papel. Por último, en oficinas y áreas operacionales se comenzó a utilizar vasos de papel, así como carros, bolsos y bolsas de papel para contener y trasladar materiales de almacén al avión.



Okticket logra las ISO 9001 e ISO 27001

Tras superar una serie de auditorías internas y externas, Okticket ha obtenido la ISO 9001 y la ISO 27001.

La primera es un estándar internacional que especifica los requerimientos para la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad, y recoge las mejores prácticas para su aplicación, ya sea interna, para certificación, o con fines contractuales.

La ISO 27001 es la certificación de los Sistemas de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI). Establece los requisitos para establecer,

implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión de seguridad de la información (SGSI) dentro de una organización. Se enfoca en proteger la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información.

De esta forma, esta empresa especialista en la gestión y automatización de gastos de empresa da un paso más en su capacidad para cumplir con las necesidades de los clientes y asegurar la Seguridad de la Información.

Vincci Hoteles recicla más de la mitad de sus residuos



Vincci Hoteles logró reciclar el 58% de sus residuos durante el año pasado, lo que equivale a más de la mitad del total generado por la cadena.

Estos avances son el resultado de las distintas acciones que está realizando Vincci Hoteles encaminadas tanto a la reducción de residuos como a su correcta gestión. Durante el año 2023, Vincci Hoteles llevó a cabo una auditoría de circularidad de residuos plásticos, con el objetivo de comprender mejor los tipos de residuos y su destino dentro de los hoteles.

De esta forma, también ha centrado sus esfuerzos en reducir la generación de residuos con medidas como la revisión de criterios de compra para dar preferencia a productos a granel, introducción de dosificadores, formación y concienciación, etc.

Entre los programas emblemáticos de Vincci Hoteles se encuentra "Desperdicio Cero", dedicado a la reducción del desperdicio alimentario.

Este programa no solo implica un control riguroso de compras y caducidades, sino que también garantiza que los alimentos excedentes se redistribuyan para ser consumidos o se donen a organizaciones sin ánimo de lucro.

Este año, Vincci Hoteles ha dado un paso adicional al establecer indicadores medioambientales vinculados a su financiación con CaixaBank.

Estos indicadores, como la reducción del residuo indiferenciado, reflejan un enfoque integral que une lo financiero y lo ambiental, respondiendo a las crecientes demandas de sostenibilidad por parte de las administraciones y la sociedad en general.



FORMACIÓN PARA PROFESIONALES

Para trabajar en el Business Travel es importante ser un Experto

IBTA, a través del **Business Travel Institute (BTI)** cuenta con la oferta formativa más amplia y experimentada del sector, ofreciendo cursos tanto en modo inscripción abierta, como cursos privados realizados en exclusiva para empresas interesadas en formar un grupo de participantes propio (miembros del equipo, clientes, etc.).

BUSINESS TRAVEL DIPLOMA (BTD)

Para Gestores de Viajes de empresa y Proveedores

ADVANCED BUSINESS TRAVEL DIPLOMA (ABTD)

Para titulados del BTD

MOBILITY EXPERT DIPLOMA*

Programa ofrecido en colaboración con AEGFA

Posibilidad de realizar formaciones “In Company”

** (Saldrás con tu propio Plan de Movilidad Corporativo)*

BUSINESS TRAVEL DIPLOMA (BTD)

El objetivo del **Business Travel Diploma** es ofrecer las bases, metodología y conocimiento para obtener una visión académica sobre la gestión de viajes de negocio (Corporate Travel Management).

ADVANCED BUSINESS TRAVEL DIPLOMA (ABTD)

El **Advanced Business Travel Diploma** es el curso avanzado con los contenidos y los estándares profesionales más altos del Sector a nivel internacional. Se requiere la realización previa del BTD o programa similar.



Iberia, primera aerolínea que operará el nuevo A321XLR de Airbus

Iberia será la primera aerolínea del mundo que incorporará el nuevo Airbus A321XLR que permitirá reforzar su red de largo radio. En los próximos meses, Iberia espera recibir 8 unidades después del verano.

La característica de este avión es que, a pesar de tener un solo pasillo ("narrow body"), permite realizar viajes transoceánicos de una forma más sostenible, ya que consume alrededor de un 30% menos que los modelos más grandes ("wide body") como el A330 o A350 de la flota de Iberia.

Según Iberia, los nuevos aviones serán protagonistas en la operativa con América, porque además de disponer de más unidades con alcance para realizar viajes transoceánicos, "los A321XLR permitirán hacer un uso más eficiente de la flota de acuerdo con la demanda de cada uno de los

mercados." De hecho, los primeros destinos de largo radio* a los que viajará este nuevo modelo serán previsiblemente Washington y Boston.

Este modelo dispone de 182 asientos en configuración de cabina Business y Turista. Los maleteros son más espaciosos, con una capacidad de almacenamiento de hasta un 60% más de maletas de mano, seis diferentes modos de iluminación de las cabinas o un moderno panel en la entrada del avión, entre otros.

En el caso de la cabina Business, el A321XLR dispondrá de 14 asientos individuales con ventana y acceso directo al pasillo. Todas las cabinas del nuevo A321XLR ofrecerán la posibilidad a los clientes de traer sus propios auriculares y conectarlos vía bluetooth; además, incluyen puertos de carga mejorados USB tipos A y C.



¿Cuál es el mejor aeropuerto del mundo?

El Aeropuerto Internacional de Hamad (DOH) en Doha ha vuelto a conseguir el premio Skytrax World Airport Awards como "Mejor Aeropuerto del Mundo 2024".

Además de este galardón, también ha sido nombrado como "Mejor Aeropuerto de Compras del Mundo" por segunda vez consecutiva y de "Mejor Aeropuerto de Oriente Medio" por décimo año consecutivo.

Este reconocimiento se basa en meticulosas evaluaciones realizadas por viajeros realizadas entre un grupo de más de 500 aeropuertos a nivel internacional.

En 2023, el aeropuerto de Hamad aumentó un 31% su tráfico, con más de 45 millones de pasajeros, superan-

do el impulso establecido durante la Copa Mundial de la FIFA. El aeropuerto también dio la bienvenida a nuevas aerolíneas asociadas, como Vistara, Iberia, Xiamen Airlines, Garuda Indonesia y Japan Airlines, y presta servicio a más de 250 destinos, incluyendo vuelos de pasajeros, carga y chárter.

Para este 2024, está prevista la llegada de nuevas aerolíneas, la mejora de la conectividad y el apoyo a los esfuerzos de Qatar para acoger diversos eventos mundiales.

Las funciones comerciales y operativas del aeropuerto están gestionadas por MATAR, la Compañía Qatarí de Gestión y Explotación de Aeropuertos, una filial corporativa del Grupo Qatar Airways.

iryo potencia el transporte multimodal

El operador de alta velocidad ferroviaria lanza la segunda fase de "iryo Conecta", añadiendo más destinos y transportes.

iryo lanza la solución "más destinos iryo-Conecta" para impulsar todavía más el transporte multimodal.

A través de su App y su página web, facilita la planificación y compra de distintas combinaciones de tren, autobús y avión para llegar a destinos internacionales, ciudades de costa y áreas de interior donde iryo todavía no lo hace.

A través de 'Conecta Tren', se pueden combinar los trenes iryo con otros de media distancia regionales para viajar entre lugares como Valladolid y Valencia, así como con trenes internacionales para llegar a capitales europeas como París.

Con 'Conecta Bus' es posible ir más allá de las estaciones de tren con nuevos destinos costeros.

Por su parte, 'Conecta Avión' enlaza con 7 destinos internacionales, convirtiendo en realidad trayectos como Córdoba-Cancún o viajar desde cualquier destino iryo, como Zaragoza o Valencia, a Miami, Nueva York, México, Sao Paulo o Buenos Aires. De momento, esta segunda fase alcanza 150 rutas iniciales, pero en los próximos meses se añadirán muchas más.

Además, también se ha lanzado 'Conecta Coche de alquiler', que nace de la alianza con AVIS, que se ha convertido en el rent a car exclusivo para los usuarios de iryo.

El acuerdo ofrece beneficios exclusivos a los miembros del programa de fidelización de iryo, 'Club Yo', como descuentos del 15% en alquileres de vehículos, y un programa de recompensas exclusivo que permite que cada vez que un miembro del club reserve un vehículo con AVIS, este reciba un cash-

back del 2% del valor de cada alquiler. Todas estas opciones se añaden a las ya existentes como 'Conecta Taxi y Parking', donde el operador colabora con Imbric, para ofrecer a los usuarios la posibilidad de reservar taxi o plaza de parking en las estaciones mediante la creación de un perfil iryo en su plataforma.

A través de 'Conecta Cercanías', todos los billetes de iryo permiten acceder a los trenes de Cercanías en cualquier ciudad de origen de las 11 donde opera hasta 4 horas antes de la salida

del tren, y hasta 4 horas después de la llegada (incluyendo los servicios de Rodalies de Barcelona). Gracias al trabajo conjunto con ADIF, los propios tornos de acceso al tren están habilitados facilitando la lectura del billete de iryo.

Por último, iryo ha realizado un acuerdo multimodal con Air Europa para permitir adquirir viajes combinados de tren y avión en los canales de la aerolínea, mediante una única compra fusionando las conexiones ofrecidas por iryo en las 11 ciudades donde opera con los 54 destinos de la aerolínea.





Récord de pasajeros de Alta Velocidad de Renfe en un día

Renfe alcanzó el récord de viajeros el pasado viernes 31 de mayo al registrar 118.000 pasajeros en los servicios de Alta Velocidad (AVE y Avlo) y Larga Distancia. Con una oferta de 335 trenes en circulación, este registro supone el récord de viajeros diarios de este año.

El mayor número de frecuencias y destinos se ha traducido en un aumento progresivo de la demanda que es más notable desde la reciente incorporación de las unidades S106 que suponen un aumento de 5.000 plazas diarias en los cuatro corredores: Madrid-Zaragoza-Barcelona; Madrid-Asturias; Madrid-Galicia; y Madrid-Comunidad Valenciana y Murcia. En total circulan 24 servicios, doce por sentido.

Los AVE S106 ofrecen 507 plazas, son de rodadura desplazable y, por lo tanto, aptos para viajar a diferentes puntos de la geografía. Además, disponen de prestaciones como cafetería a bordo y pantallas táctiles en todos los asientos. La distribución de sus doce coches se realiza entre butacas confort, con una disposición de 2+2, y estándar, con asientos dispuestos en filas de 3+2.

Por su parte, los nuevos Avlo S106, que circulan en el corredor Madrid-Zaragoza-Barcelona-Figueras, Comunidad Valenciana y Murcia, tienen 581 asientos y es el modelo de alta velocidad con mayor capacidad de los que operan en España. La línea Madrid-Valencia, Valencia-Madrid, ya cuenta con estos trenes desde el 1 de junio.

Rosario Sánchez Grau, nueva secretaria de Estado de Turismo

El Consejo de Ministros aprobó el nombramiento de Rosario Sánchez Grau como nueva secretaria de Estado de Turismo, en sustitución de Rosana Morillo.

Licenciada en Economía y en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pompeu Fabra, Rosario Sánchez Grau forma parte por oposición del cuerpo de auditores de la Sindicatura de Comptes de les Illes Balears.

Sánchez Grau ha desempeñado el cargo de delegada del Gobierno en Illes Balears, y en la legislatura 2019-2023 fue consejera de Hacienda y Relaciones Exteriores del Gobierno de las Illes Balears.

Empezó su carrera profesional en la firma de auditoría KMPG y posteriormente desempeñó diversos cargos de responsabilidad en las administraciones de Illes Balears, tales como la Dirección de Gestión de la empresa pública Gestión Sanitaria de Mallorca; la Dirección insular de Presupuestos del Consell de Mallor-

ca; la Secretaría General de la Consejería de Salud y Consumo y la Dirección General de Coordinación del Gobierno Balear.

El relevo en la Secretaría de Estado de Turismo, acordado y previsto con anterioridad, se produce tras la voluntad de Rosana Morillo de reincorporarse a la actividad privada, quien ocupaba dicha Secretaría desde diciembre de 2022.



La aviación aumentó su huella de carbono un 16% en Europa el año pasado

La consultora de inteligencia de datos turísticos Mabrian ha hecho público un informe en el que se observa el aumento de la huella de carbono del sector aéreo.

En concreto, el sector aéreo generó en Europa 172 millones de toneladas de CO2 durante 2023, un 16% más que en 2022. Además, supone el 4% de la huella de carbono total generada en Europa según las estimaciones de la Unión Europea. Para compensar esta huella de carbono, se estiman necesarios 7.000 millones de árboles por año, lo que supone el 11% del total de masa forestal en Europa, de acuerdo a las estimaciones de la Unión Europea.

El informe también muestra el TOP 10 de los países que más contribuyeron a incrementar las emisiones de CO2 relacionadas con la aviación. Un ránking que encabeza el Reino Unido con 31,4

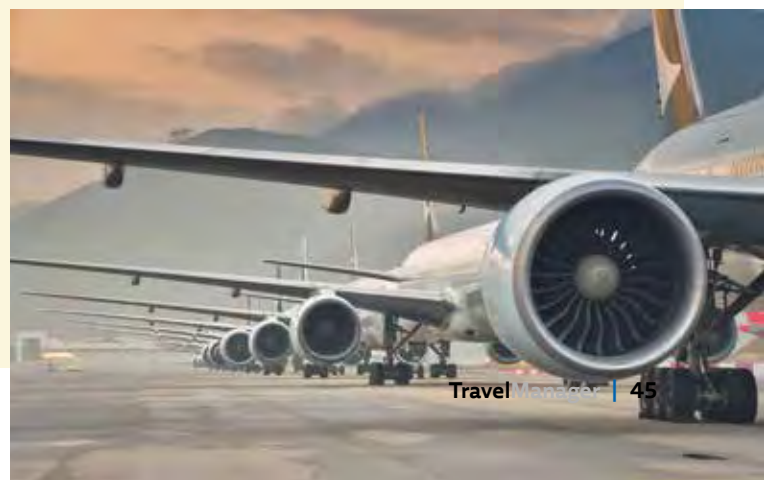
millones de toneladas de CO2 generadas, representando el 18% del total de emisiones. Le siguieron Alemania y España, con 20 millones de toneladas cada uno, ambos con un 12% del share en las emisiones totales en Europa. Rusia y Francia ocuparon el cuarto y quinto lugar, contribuyendo con 18 millones de toneladas, equivalente al 10% cada uno.

Destaca la variación significativa en las emisiones generadas con respecto a 2022, que aumentan un 16%. Especialmente destacable en algunos países como el Reino Unido con un incremento del 24,20%, seguido por Italia con un aumento del 22,69%, y Francia con un aumento del 15,93%.

Según Carlos Cendra, socio y Director de Marketing y Comunicación de Mabrian, "este análisis no pretende señalar al sector de la aviación,

que es imprescindible para el sector turístico y está avanzando mucho en la descarbonización, sino que pretende que los destinos turísticos tomen consciencia de la necesidad de medir el impacto que generan sus visitantes al medio ambiente, para poder actuar en consecuencia, tomar medidas compensatorias y avanzar en el objetivo Net Zero o neutralidad climática fija-

do para 2050. Sin duda, la medición es la clave para poder tomar medidas y conseguir los objetivos marcados. Por otro lado, proponemos usar indicadores cruzados, como la relación entre la huella de carbono y los ingresos generados por visitante en la economía local del destino, que permiten medir mejor el impacto desde el punto de vista del equilibrio".





Air Europa estrena el nuevo hangar de Globalia en Madrid

El nuevo hangar de Globalia Mantenimiento en el aeropuerto de Madrid-Barajas ha entrado en funcionamiento con la llegada de un primer avión de la flota de Air Europa.

De esta forma, un Boeing 787 Dreamliner ha inaugurado unas de las instalaciones más avanzadas del sector, donde se dará servicio de asistencia a los aviones de las principales compañías aéreas del mercado.

Además, el nuevo edificio actuará como centro de excelencia técnica de Air Europa, donde tanto sus unidades

Boeing 737 de corto y medio radio como los Boeing 787 Dreamliner de largo radio, podrán ser mantenidas de la mejor forma posible.

El nuevo hangar de Globalia Mantenimiento ocupa un área de más de 22.400 m², lo que permite alojar, de manera simultánea, hasta tres aviones de fuselaje ancho y hasta seis de fuselaje estrecho. Está previsto que este año trabajen en estas instalaciones hasta 120 profesionales, aunque el año que viene el objetivo es contar con 180 empleados directos.



Barceló adquiere un nuevo hotel en Roma

Barceló Hotel Group ha anunciado la inversión de 60M€ en la compra y reforma de un hotel en la capital de Italia, especializado en eventos y congresos.

El hasta ahora hotel Midas, anteriormente propiedad del fondo Alpine Capital, está ubicado en la céntrica Via Aurelia de Roma, ofrece 350 habitaciones y una de las mejores ofertas MICE de la ciudad gracias a su centro de convecciones y 17 salas de reuniones con capacidad para hasta 1.300 personas.

Por otro lado, dispone de amplios jardines, piscina y una completa oferta gastronómica. Barceló Hotel Group ya opera este hotel de cuatro estrellas desde el pasado jueves, día en el que se firmó el acuerdo de compraventa.

El objetivo de la compañía es reposicionar el emblemático establecimiento y convertirlo en uno de los mejores hoteles para eventos y congresos de Roma. Tras la reforma, el nuevo hotel será comercializado con la marca Barceló.

Con esta adquisición de este nuevo hotel en Roma, y tras las recientes aperturas en Varsovia y Eslovenia, Barceló Hotel Group confirma su apuesta por la expansión en el continente europeo, donde la compañía abrió su primer hotel en Praga en 1993.

Actualmente, la cadena hotelera opera 16 hoteles en Alemania, Bulgaria, Eslovenia, Grecia, Hungría, Italia, Malta, Polonia, Portugal y República Checa.

El embarque por reconocimiento facial llega al Puente Aéreo de Iberia

El Puente Aéreo de Iberia entre Madrid y Barcelona, que este año cumple 50 años desde su puesta en marcha, ya permite realizar el embarque por reconocimiento facial, pudiendo superar con este sistema tanto el filtro de seguridad como la puerta de embarque sin necesidad de sacar el móvil y/o enseñar la documentación necesaria.

En el aeropuerto de Adolfo Suárez Madrid-Barajas, Iberia dispone de seis puertas de embarque con reconocimiento facial: J46, J50, J52, J54, J56 y J58. Además, cuenta con 2 kioscos en el área de facturación (Puente Aéreo y Business) y cuatro puertas biométricas en el filtro de seguridad (dos en el acceso principal, una en Puente Aéreo y una en el Fast Track).

Por su parte, en el aeropuerto Josep Tarradellas Barcelona-El Prat la aerolínea tiene una puerta de embarque biométrico (A02), dos puertas en el filtro de seguridad y un kiosco en la zona de facturación.

El embarque por reconocimiento facial no afecta a los grupos de embarque, que mantendrán su orden habitual.

Al llegar a la puerta, cada cliente elegirá si prefiere el acceso convencional con tarjeta de embarque o la puerta biométrica (siempre que esté dado de alta en el programa y haya asociado su tarjeta de embarque a su identidad biométrica durante el proceso de facturación).

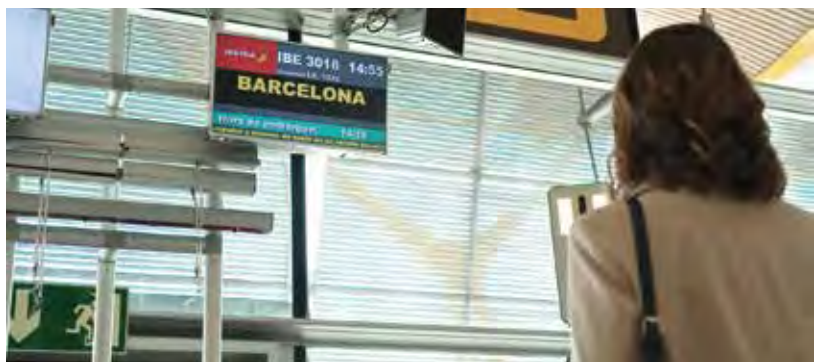
Este servicio está disponible para todos los clientes que cuenten con tarjeta

Iberia Plus. Actualmente, el embarque biométrico **solo está disponible para los móviles con sistema operativo iOS** y, próximamente, también podrá realizarse en los teléfonos Android.

Los únicos requisitos que hay que cumplir para poder darse de alta en el servicio de reconocimiento facial es ser mayor de 18 años y tener un DNI español (DNI 3.0. con tecnología NFC para poder comunicarse con el móvil) o un

pasaporte electrónico de la Unión Europea. Iberia recuerda que el uso de este servicio no exime de llevar encima la documentación física, por si se les requiriera en algún momento del viaje.

Por otro lado, la foto del documento de identidad queda alojada en los servidores de AENA con los debidos sistemas de encriptación y solo se puede consultar con motivo de la operativa de este programa.





Vincci inaugura su tercer hotel en Oporto

La cadena hotelera afianza su presencia en Portugal con la apertura de su quinto hotel en este país, con una inversión de 21,5 millones de euros.

El nuevo hotel Vincci Bonjardim es un nuevo establecimiento de cuatro estrellas en Oporto, siendo el tercer hotel que la cadena tiene en esta ciudad.

Ubicado muy cerca de los principales puntos de interés de la ciudad y de su casco histórico, está formado por un edificio de siete plantas y 104 habitaciones, cuyo proyecto de decoración e interiorismo está inspirado en el cercano mercado de Bolhão.

También cuenta con una propuesta gastronómica que incluye su lobby bar y su terraza TERRAÇO DO JARDIM

rooftop lounge en la quinta planta, con piscina, solárium, tumbonas y zona chill out, donde la vegetación está muy presente y ofrece unas espectaculares vistas.

Su situación permite disfrutar de algunos de sitios imprescindibles de Oporto, como el Mercado de Bolhão, a escasos diez minutos andando, la iglesia y torre de los Clérigos, la librería Lello o la estación de São Bento. Además, se encuentra muy bien comunicado, junto a la parada de metro de Trindade.

El propietario de este nuevo establecimiento es BEGICAP INVESTMENTS que ha realizado una inversión total de aproximadamente 21.500.000 euros en el proyecto.



Level inaugura su ruta entre Barcelona y Miami

LEVEL, la aerolínea de largo radio de Barcelona, ha iniciado las operaciones de su nueva ruta entre Miami y la capital catalana.

La ruta, que se inauguró el pasado mes de abril, contará con tres frecuencias semanales, ampliándose a cuatro durante los meses de junio y septiembre. Fruto de la buena acogida y previsiones de demanda, Level ha decidido extender la operativa del Barcelona-Miami también durante la temporada de invierno 2024-2025.

Los vuelos están disponibles en la web de LEVEL y se pueden ad-

quirir desde 199€ por trayecto. Según la aerolínea, la apertura de esta nueva ruta Barcelona-Miami generará importantes beneficios económicos para Barcelona y Cataluña, ya que aumentará los flujos financieros, atrayendo nuevas inversiones y generando gasto en el territorio de las personas que visiten la ciudad.

Según un estudio del catedrático de economía Xavier Fageda, el impacto económico que generará esta nueva ruta de LEVEL se estima en cerca de 50 millones de euros anuales en términos de inversión y gasto turístico.

El impacto de los principales congresos celebrados en Madrid fue de 88M€

Los 20 congresos más importantes celebrados en Madrid durante el año pasado tuvieron un impacto económico de 88 millones de euros, según un análisis económico de Oxford Economics.

Estos grandes congresos, con una participación superior a los 1.000 visitantes cada uno, congregaron en la ciudad a 72.000 congresistas y supusieron la creación de más de 42.000 empleos directos e indirectos.

Entre los congresos más destacados, se encuentran los congresos de la *European Society for Medical Oncology* (ESMO), el *European Rotors*, el *FTTH Council Europe*, la Sociedad Española de Medicina de Urgencias y Emergencias (SEMES), la Asociación Madrileña de Veterinarios de Animales de Compañía (Vetmadrid), la Sociedad Española de Otorrinolaringología (SEORL-PCF) o la *T3chFest Conference*.

El alojamiento en la ciudad fue el gasto al que más dinero se destinó (44 millones de euros), por delante de la restauración (20,5 millones), servicios de negocios asociados al evento (8 millones), transporte (7,2 millones), alquiler de espacios (3,5 millones), compras (2,5 millones) y ocio (2,2 millones).

Para este año, las perspectivas también son positivas. Ya está asegurada la celebración de 20 congresos que superarán los 1.000 asistentes.

Y entre los confirmados destacan los congresos de la Sociedad Internacional para el Estudio de Anomalías Vasculares (ISSVA), la Federación Mundial de Hemofilia (WFH), la Asociación Europea de Hematología (EHA), la Asociación Europea para el Estudio de la Diabetes (EASD), la Federación de Asociaciones Europeas

de Gestión de Riesgos (FERMA), la Sociedad Internacional de Continen-

cia (ICS) y el Congreso Internacional de Botánica (IBC).





Air Canada refuerza sus conexiones con Madrid

La aerolínea canadiense ha puesto en marcha una nueva ruta entre Madrid y Montreal.

La nueva ruta estará activa todo el año con cuatro frecuencias en verano y tres en invierno, conectando múltiples destinos de Canadá, Estados Unidos y Caribe con la capital, con una media de 1.063 plazas semanales en ambos sentidos.

Además, Air Canada refuerza la operativa de la ruta Madrid-Toronto y que, desde junio, dispone de cinco frecuencias semanales, con 1.275 plazas a la semana en ambos sentidos.

De esta forma, Air Canada contará con una oferta de asientos en sus conexiones con Madrid de 2.338 plazas a la semana, 9.352 mensuales y 56.112 en toda la temporada estival.

Además, el Área Delegada de Turismo del ayuntamiento de la capi-

tal española ha firmado, además, un acuerdo de comarketing con la aerolínea canadiense para la realización de campañas de promoción y publicidad conjuntas con el objetivo de promocionar estos vuelos.

Para la ciudad de Madrid, Canadá es un mercado prioritario, ubicándose en el puesto número 12 de sus emisores de turismo internacional.

En 2023, la capital registró la llegada de 73.815 viajeros procedentes de este país, que generaron 175.812 pernoctaciones, con una estancia media de 2,38 días y un gasto total en destino de 61,53 millones de euros, según datos experimentales obtenidos por el INE en la Comunidad de Madrid. Durante el primer trimestre de 2024, ya se ha dado la bienvenida a 12.644 canadienses, un 23,24 % más que en el mismo periodo del año pasado.

Marriot sumará más de 100 propiedades en Europa en 2 años

Marriott International ha anunciado su intención de agregar casi 100 propiedades y más de 12.000 habitaciones a su oferta hotelera en Europa.

Este crecimiento se realizará a través de conversiones de hoteles y de proyectos de “reutilización adaptativa”. Es decir, reconvirtiendo en hoteles edificios ya existentes. Los planes son que este incremento del portfolio de Marriot concluya a finales de 2026.

Según la cadena, los hoteles previstos representan más del 40% de la cartera de desarrollo europeo de la compañía que se espera abrir durante ese periodo.

A día de hoy, Marriot cuenta en Europa con una cartera de más de 800 propiedades, con casi 150.000 habitaciones de 25 marcas en 47 países y territorios. Para Marriott, este es buen momento para las conversiones de hoteles y proyectos de reutilización adaptativa en países como Italia, Reino Unido, España y Turquía, y en todos los segmentos de marca.

La nueva marca de segmento medio de Marriott, Four Points Express by Sheraton, ha impulsado oportunidades de conversión en la región desde su lanzamiento en 2023. Tras la reciente apertura de Four Points Express by Sheraton Bursa (Turquía), la marca tiene previsto añadir cinco propiedades más tanto en Turquía como en el Reino Unido para finales de 2025.

Las marcas Moxy Hotels, AC Hotels by Marriott, Four Points by Sheraton y Residence Inn by Marriott representarán más del 25% de las incorporaciones previstas por la compañía a través de conversiones y proyectos de reutilización adaptativa en Europa para finales de 2026. Por su parte, las marcas del segmento premium, Tribute Portfolio y Autograph Collection, representarán más del 20% de las nuevas aperturas en Europa.

El segmento lujo (The Luxury Collection, W Hotels, The Ritz-Carlton y St. Regis Hotels & Resorts) copará el 10% de dichas inauguraciones.

Hilton lanza un programa específico para PYMES

La cadena hotelera norteamericana ha lanzado una nueva plataforma exclusiva para las empresas medianas y pequeñas. Hilton for Business es un nuevo programa de viajes digital que permite a los profesionales que dirigen pequeñas y medianas empresas simplificar la gestión de viajes y al mismo tiempo mejorar las recompensas y descuentos por su fidelidad.

Según datos de Hilton, el 75% de las pymes reservan sus propios viajes de negocios y administran sus propios viajes internamente, sin subcontratación. En esta línea

El programa global ofrece un con-

junto integral de herramientas para mejorar la experiencia de gestión y reserva de viajes de negocios, con acceso a tarifas con descuento y beneficios Hilton Honors tanto para la empresa como para los viajeros en todo el mundo.

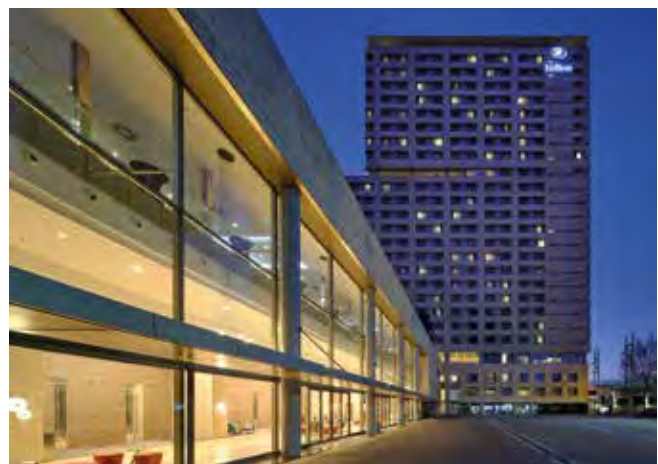
El registro de Hilton for Business se creó para permitir un proceso de inscripción y verificación rápido. Una vez registrada, la empresa y sus empleados obtienen acceso al sitio web de reservas y otros atractivos beneficios.

En esa etapa, los viajeros individuales también podrán crear perfiles de viajes personales y de negocios separados dentro de su propia cuenta Hil-

ton Honors, lo que permitirá una diferenciación y gestión perfecta entre los dos perfiles.

Además de permitir que cualquier viajero de una empresa reserve fácil-

mente tarifas con descuento, los propietarios de empresas tienen control total y pueden delegar la gestión del programa a cualquier número de administradores.





Binter aumenta conexiones nacionales y con Marruecos

La aerolínea canaria ha incrementado algunas de sus conexiones con nacionales y retoma rutas con Marruecos. Binter ha incrementado sus frecuencias con Murcia con hasta 4 vuelos semanales (lunes, miércoles, viernes y sábados). También consolida las frecuencias con Vigo (VGO), que mantendrá sus vuelos diarios con el archipiélago canario.

Por otro lado, y de cara al programa de verano, Binter retoma sus conexiones con Tánger entre el 20 de junio y el 24 de octubre, ampliando de

esta forma el periodo de operación con respecto al año anterior.

Igualmente, Binter ha programado entre el 6 de julio y 14 de septiembre sus enlaces con Esauria (ESU).

Con Portugal, vuelve a poner en marcha el vuelo directo entre Madeira (FNC) y Marrakech (RAK), que se ha programado para los jueves y domingos entre julio y mediados de septiembre, y suma una conexión entre la isla portuguesa y Gran Canaria (LPA) los domingos durante los meses de mayo y junio.



¿Cuál es el mejor hotel de negocios de España?

El Hotel Hilton Diagonal Mar Barcelona ha sido reconocido en los World Travel Awards 2024 como “Mejor hotel de negocios de España” por cuarta vez. El jurado de estos reconocidos premios valoró su servicio excepcional, instalaciones de vanguardia y atención meticulosa a las necesidades de los viajeros de negocios.

Ubicado junto al Poblenou, el barrio de moda de la ciudad condal, ofrece un entorno ideal para reuniones, conferencias y eventos corporativos, con salas adaptables a cualquier formato, y un equipo dedicado de profesionales de eventos.

El hotel dispone de 22 espacios multifuncionales entre los que se que incluyen salas de reuniones am-

plias y bien iluminadas. Además de esto, cuenta con unos espacios exteriores de 2.800 m² en la terraza de Purobeach Barcelona, situada en la segunda planta del hotel.

El espacio comprende las zonas de piscina, wellness, gastronomía y la Glasshouse, un espacio acristalado ideal para eventos tanto corporativos como sociales en cualquier época del año gracias a su aclimatación.

Anteriormente, el hotel fue reconocido por la organización con el premio al “Mejor Hotel de Negocios del Mundo” y “Mejor Hotel de Negocios en Europa” en 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023, así como “Mejor Hotel de Negocios en España” en 2018, 2019 y 2022.

Nuevas rutas de Air France para este verano

Air France amplía su mapa de actuación este verano, incluyendo nuevas rutas y confirmando su papel principal en un contexto de demanda sostenida.

Desde España, Air France mantiene la operativa del verano pasado volando a París-Charles de Gaulle desde 9 aeropuertos: Barcelona, Bilbao, Ibiza, Madrid, Málaga, Palma de Mallorca, Sevilla, Tenerife Sur y Valencia.

Es en los vuelos de larga distancia donde destaca la actividad de Air France, aumentando su capacidad un 9% respecto al verano pasado.

Refuerza su oferta a América del Norte, reanudando en mayo su vuelo diario a Minneapolis y estrenando una nueva ruta entre París-Charles de Gaulle y Phoenix (Arizona), operada 3 veces por semana con Boeing 787-9.

Además, prolongará en verano su ruta a Raleigh-Durham (Carolina del Norte), que abrió en invierno de 2023, reforzando este servicio con hasta 7 vuelos semanales, frente a los 3 de la temporada de invierno.

Air France ofrecerá más de 210 vuelos semanales a 17 destinos en Estados Unidos y casi 60 vuelos semanales a 5 destinos en Canadá.

Los destinos asiáticos y africanos también presentan novedades. Se prolonga todo el verano la ruta diaria a Abu Dabi (Emiratos Árabes Unidos) desde París-Charles de Gaulle, inaugurada en invierno de 2023.

También se retoma la ruta a Dar Es Salaam (Tanzania), inaugurada en el verano del año pasado, con 3 vuelos semanales en continuación desde Zanzibar. Por otro lado, refuerza su oferta a Japón con dos vuelos diarios entre París-Charles de Gaulle y Tokio-Haneda; y hasta 4 vuelos semanales a Tokio-Narita.

Se aumentan frecuencias a destinos clave en África y el Océano Índico. Los vuelos a Cotonou (Benín) y Antananarivo (Madagascar) serán operados diariamente. Habrá dos vuelos diarios a Camerún, repartidos entre Yaundé y Douala. Por último, los vuelos a Brazzaville (República del Congo) pasarán

a ser operados con Airbus A350-900. A ello hay que añadir que se seguirán instalando las nuevas cabinas de viaje de larga distancia en los Boeing 777-300ER y Airbus A350-900. Este nuevo producto, disponible en Business, Premium Economy y Economy, es el nuevo estándar de la aerolínea.

Media distancia

Air France también se refuerza en los vuelos europeos, ofreciendo 45 rutas estacionales en Francia y Europa, además de su red habitual. Desde Pa-

ris-Charles de Gaulle se inaugurarán tres nuevas rutas: Verona, Narvik Lofoten (Noruega), y Kalamata (Grecia).

Además, la ruta a Tromsø (Noruega), que antes solo se operaba en invierno, se ampliará a la temporada de verano, con hasta 2 vuelos semanales de Airbus A319.

Por último, Transavia France, filial de bajo coste del Grupo Air France-KLM, ofrecerá este verano 116 destinos en 33 países a través de 206 rutas, siendo la primera aerolínea de bajo coste en los aeropuertos de París.





TimeShifter Jet Lag

¿Quieres evitar el jetlag? TimeShifter utiliza la neurociencia circadiana para ayudar a los viajeros a superar el desfase horario.

Solo hay que ingresar las fechas de viaje para que la app nos vaya ofreciendo consejos personalizados sobre la exposición a la luz, la ingesta de cafeína y el horario de sueño.

Estos consejos se basan en función de nuestras preferencias de horarios de sueño, itinerario de vuelo, cronotipo.

Además, tienen en cuenta las escalas y admite viajes de ida, de ida y vuelta y de varias ciudades. Y si el vuelo se retrasa o cancela, podemos editar el itinerario.

Imprescindible para los que viajan cruzando zonas horarias.



FLIO

Esta app será uno de nuestros mejores compañeros de viaje.

Especialmente útil para conocer a fondo los aeropuertos del mundo, con mapas del aeropuerto, ubicaciones de tiendas y restaurantes, salas VIP, farmacias, cajeros automáticos, wi-fi...

También informa del estado de los vuelos, conexiones de destinos y salidas, puertas de embarque... Incluso en caso de retraso o cancelación de vuelo, nos dirá si tenemos derecho a una reclamación de indemnización.



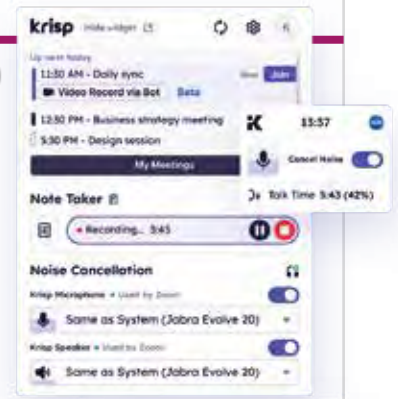
Croissant

Para encontrar los espacios de coworking y oficinas de trabajo flexibles, nada mejor que Croissant.

Con este App encontraremos las mejores ubicaciones para instalarnos y trabajar en el mejor ambiente, sin importar la ciudad del mundo en la que nos encontremos.

Además, incluso podremos contratar una suscripción que nos permitirá acceder a los mismos gracias a nuestra membresía a Croissant.

La aplicación es perfecta para trabajar en entornos profesionales a nivel mundial, adaptándose a tu agenda de viajes.



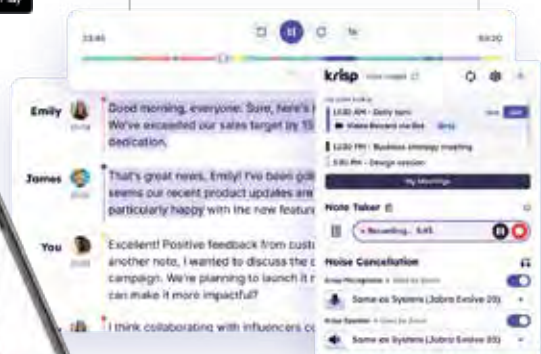
Krisp

Encontrar un espacio tranquilo para llamadas y reuniones virtuales no siempre es fácil cuando estamos de viaje de negocios.

Krisp es una solución de cancelación de ruido que garantiza que las videollamadas sean claras y nítidas, sin importar dónde nos encontremos.

Utilizando IA, filtra el ruido de fondo en ambos extremos de la llamada y es compatible con las principales aplicaciones de videollamadas.

No es una app para móviles, pero sí para los que trabajan moviéndose.





PREMIOS BUSINESS TRAVEL 2024

*¿Tienes una buena práctica en Business Travel o MICE?
Entonces ... ¡Te mereces ser reconocido!*

¿Eres Travel Manager?

Presenta un breve abstract explicando tu "best practice" sobre uno de los ámbitos que quieras destacar de tu trabajo:

- Sostenibilidad
- Política de Viajes
- Transformación Digital
- Seguridad y Prevención
- RSC en Business Travel y Políticas de Diversidad e Inclusión
- Control de Gestión
- Best Practice en MICE
- Innovación
- Otros ámbitos

¿Eres una Empresa Proveedora?

Presenta un breve abstract de un Best Practice desarrollado para algún cliente en alguno de los ámbitos descritos en el apartado anterior. El premio será otorgado de manera conjunta a tu empresa y al Travel Manager que haya contribuido al Caso de Éxito.

De esta manera queremos también reconocer y fomentar el trabajo, la colaboración y la innovación que realizan de forma conjunta empresas proveedoras y sus clientes.

Y de entre todas las candidaturas premiadas, el jurado elegirá al **Travel Manager del Año**.

Entra en ibta.es/eventos/premios y **presenta tu candidatura**.

Los galardones se entregarán en la Gala del Turismo de Negocios que tendrá lugar en Madrid el próximo mes de noviembre.



*Pito pito
gorgorito*

*Me apetece
un pescadito*

España y Europa

desde **17** EUR
trayecto

América

desde **246** EUR
trayecto

Así de fácil es decidir tu menú
cuando vuelas con Air Europa.

Más información en aireuropa.com

 **AirEuropa** 
Tú decides