

# TravelManager

REVISTA PROFESIONAL DE VIAJES DE NEGOCIO

## MICE

**Perú:** La elección natural para viajes de incentivos

## MOVILIDAD TERRESTRE

Cómo mejorar la movilidad terrestre

## GESTIÓN

Business Travel Index  
Outlook 2024

¿Cómo gestionan los gastos de viaje las empresas españolas?



**Travel Manager  
Networking Day 2024**

**Binter**  
Líneas aéreas de Canarias

# 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:**

**Omar Absaoui López**  
grafica2@esponsor.org

**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:**

**E**l concepto *Duty of Care* ha evolucionado para convertirse en un imperativo ético y estratégico. Las empresas no solo deben garantizar el éxito de las misiones de sus colaboradores, sino también velar por su bienestar, seguridad y tranquilidad durante cada etapa del viaje.

Desde gestionar riesgos relacionados con emergencias médicas hasta prever amenazas geopolíticas o climáticas, el *Duty of Care* engloba la planificación integral de la seguridad del viajero. Sin embargo, en la era digital, este deber se entrelaza de manera crítica con un nuevo desafío: la ciberseguridad.

Los ejecutivos no solo transportan documentos físicos, sino que también viajan con dispositivos que contienen datos confidenciales: contratos, estrategias comerciales, datos financieros... En un mundo donde los ciberataques están a la orden del día, los aeropuertos, hoteles y redes públicas son entornos vulnerables que exponen a los viajeros a riesgos importantes.

En este contexto, las políticas de *Duty of Care* no solo deben integrar protocolos de seguridad física, sino también de ciberseguridad. Esto implica formación constante, uso de herramientas tecnológicas avanzadas y la implementación de prácticas que minimicen los riesgos digitales.

Además, las empresas deben establecer protocolos claros en caso de incidentes: ¿Qué hacer si un colaborador pierde su laptop en un taxi? ¿O si un directivo recibe un correo sospechoso mientras está en un aeropuerto? Estas situaciones, aunque comunes, pueden tener repercusiones graves si no están previstas.

El *Duty of Care* ya no es solo una obligación corporativa, sino una muestra tangible de la cultura de la empresa. Proteger al viajero de negocios, tanto en su dimensión física como digital, es un acto de responsabilidad y una inversión en productividad, confianza y reputación.



Oriol Ribas

Director de Comunicación de IBTA



## IBTA



Travel Manager Networking Day **\_5**

## Gestión



Business Travel Index Outlook 2024 **\_16**



¿Cómo gestionan los gastos de viaje las empresas españolas? **\_22**



Informe: Precio del kilometraje en España **\_26**

## Aerolíneas



Viajar a Canarias con todas las ventajas del Modo Canario **\_29**

## MICE



Perú: La elección natural para viajes de incentivos **\_30**



Madrid, nuevas herramientas para reuniones sostenibles **\_35**

## Movilidad Terrestre



De lo personal a lo profesional, todo controlado con Uber para Empresas **\_20**



Cómo mejorar la movilidad terrestre **\_32**

## Actualidad



Últimas noticias del sector **\_36**



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





# TravelManager Networking Day



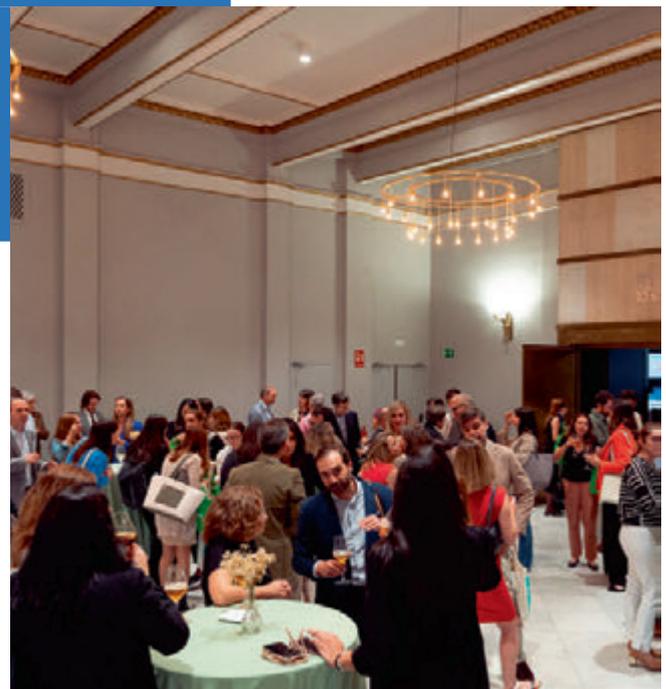
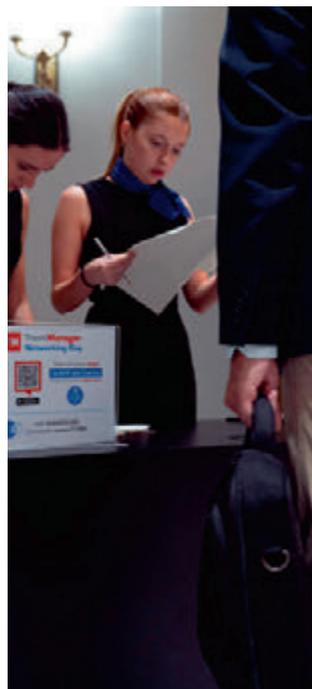
## Sostenibilidad y tecnología,

*protagonistas del Travel Manager Networking Day 2024*

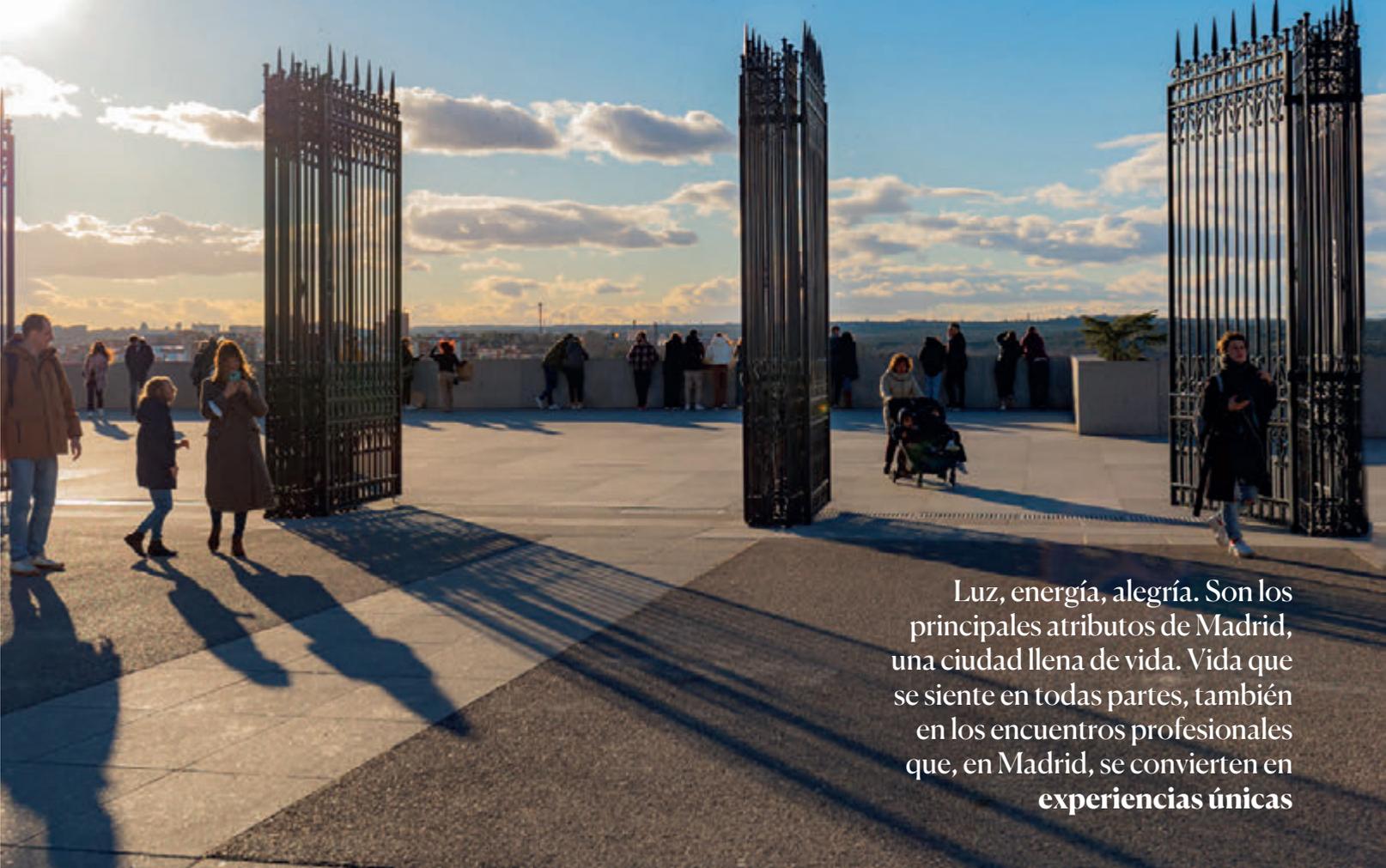


19 de junio de 2024  
Círculo de Bellas Artes (Madrid)

**C**erca de 150 Travel Managers y profesionales del Business Travel & MICE se reunieron en el Círculo de Bellas Artes de Madrid para asistir al *Travel Manager Networking Day*. Una jornada donde la sostenibilidad y las soluciones tecnológicas para la gestión de viajes fueron protagonistas principales en las diferentes presentaciones y ponencias.



# MADRID, DONDE LAS REUNIONES COBRAN VIDA



Luz, energía, alegría. Son los principales atributos de Madrid, una ciudad llena de vida. Vida que se siente en todas partes, también en los encuentros profesionales que, en Madrid, se convierten en experiencias únicas

## RECUERDOS IMBORRABLES

Recorre las calles y observa sus edificios históricos. La zona del **Paseo del Prado y el Buen Retiro**, Patrimonio de la Humanidad UNESCO, ofrece un innumerable conjunto de monumentos e instituciones culturales imprescindibles. El cielo azul invita a pasear y a compartir risas en las terrazas de Madrid, una ciudad sociable y acogedora que hará de tu evento corporativo un **encuentro inolvidable**.

## EMOCIONES A CADA PASO

**Increíbles espacios, hoteles que harán las delicias de los viajeros más exigentes, rutas llenas de historias y misterios, artesanos** que compartirán su saber hacer con tu grupo, **azoteas con vistas de 360º, una gastronomía de excelencia**, y, sobre todo, una **inagotable fuente de experiencias únicas**. Esa es la energía de esta ciudad que hace que, en Madrid, las reuniones cobren vida.

Madrid Convention Bureau  
info.mcb@esmadrid.com  
esmadrid.com/mcb

member of



MADRID  
CONVENTION  
BUREAU



Paloma Torres (Binter)



Agustina Fernández (Latam Airlines)

**Paloma Torres**, Corporate Sales Manager **BINTER**, inició el capítulo de las presentaciones mostrando la propuesta de valor de esta aerolínea canaria para el mercado corporativo. Una propuesta en la que destaca especialmente los 16 vuelos diarios entre las Canarias y Madrid, con tarifas flexibles y adaptadas a los viajeros de negocios.

Las tendencias tecnológicas y la innovación en sostenibilidad que está llevando a cabo

**Vincci Hoteles** fueron presentadas por **Beatriz González**, Directora de Distribución B2B & B2C de la cadena hotelera. En este sentido, González presentó la nueva propuesta MICE FULLNESS, centrada en la organización de eventos sostenibles a través de la tecnología y herramientas como la Calculadora de Huella de Carbono que permite a los organizadores medir y compensar las emisiones generadas.



Beatriz González (Vincci Hoteles)

En esta misma línea, **Agustina Fernández**, *Regional Commercial Director* de **Latam Airlines**, repasó la inversión en innovación y sostenibilidad que está llevando a cabo la industria aérea y cómo esta aerolínea utiliza la Inteligencia Artificial o el *Machine Learning* para liderar el sector y mejorar sus procesos y servicios. Concretamente, la aerolínea está poniendo el foco en tres grandes pilares: la optimización del consumo de combustible, la agilización de procesos

como el proceso de embarque o la reducción del desperdicio de alimentos. En este último caso, Fernández destacó, por ejemplo, que siempre se sobreestima la cantidad de comida necesaria para un vuelo y que los pasajeros generan aproximadamente 1 kg de residuos por persona y por vuelo. Esto incluye vasos, auriculares, plásticos, alimentos no consumidos, etc. Pero gracias a la IA es posible mejorar la capacidad de estimación de alimentos, sobretudo en la *class economy*.

**Isabel García Frontera**, Directora General para España de **Freenow**, repasó las tendencias sobre movilidad corporativa y resumió las bases para desarrollar una política eficaz de viajes de negocios a partir de un extenso estudio realizado por **Freenow for Business** en 7 países europeos. Entre algunas de sus conclusiones destaca que el 72% de los viajeros de negocios afirma que le gustaría (*mucho y hasta cierto punto*) combinar su viaje de negocios con viajes de placer, una tendencia conocida como bleisure.

Volviendo al sector del alojamiento, **Marta Marín**, Sales Director de **Apartool**, desgarnó las ventajas del alojamiento

corporativo (*Corporate Housing*) tanto para los viajeros como para las empresas, una opción cada vez más habitual y en constante crecimiento en estos últimos años.

**Víctor Carrasco Orío**, especialista en digitalización de procesos financieros de **OKTICKET**, presentó el potencial de esta compañía tecnológica para optimizar todo el proceso de gestión de gastos de viaje de forma segura, sencilla y rentable. De hecho, OKTICKET ya ha ayudado a que más de 2.000 empresas y 350.000 clientes a dar el paso definitivo hacia la transformación digital en materia de gestión de gastos de viaje.



Isabel García Frontera (Freenow)



Víctor Carrasco Orío (OKTicket)



Marta Marín (Apartool)

“ **Los profesionales y empresas más importantes del sector Business Travel de nuestro país compartieron una mañana de contenidos y networking en una nueva edición de este evento organizado por IBTA.** ”

Por otro lado, **Federico Muller-Thyssen Volpini**, EMEA Sales Manager de **BWH**, presentó el potencial de esta red hotelera mundial- compuesta por World-Hotels™, Best Western® Hotels & Resorts y SureStay Hotels®- así como el portfolio para el viajero corporativo y la organización de eventos. Actualmente

suma 4.300 hoteles en más de 100 países y territorios en todo el mundo, con un total de 18 marcas en todos los segmentos que ofrecen más de 381.000 habitaciones. Todo ello sin olvidar una completa propuesta MICE para la celebración de eventos o interesantes programas de fidelización.



**Federico Muller-Thyssen Volpini (BWH)**



**Leticia Alcalá (Lufthansa Group)**

¿Cómo conectar el mundo de forma sostenible, según **Lufthansa Group**? La respuesta a esta pregunta la proporcionaron **Leticia Alcalá**, General Manager Sales Spain, e de **Lufthansa**, Lufthansa, y José Vicente Ferrandis, Account Manager de la aerolínea germana.

En concreto, el objetivo es reducir a la mitad sus emisio-

nes de CO<sub>2</sub> en comparación con 2019 en 2030. y alcanzar la neutralidad en carbono en 2050. Para ello, fomentan la intermodalidad del transporte, modernizarán la flota con aviones más eficientes, optimizarán las operaciones, reducirán residuos y plásticos, incrementarán el uso de SAF y se realizarán acciones de compensación de emisiones.







Manu Payá (Uber para Empresas)



María de Andrés (Viajes El Corte Inglés)

También estuvo presente en la jornada **Uber para Empresas** que de la mano de **Manu Payá**, Head of Sales de la compañía para el sur de Europa, mostró las diferentes propuestas y soluciones para el viajero de negocios. Unas soluciones que, desde sus inicios, se han basado en la innovación y la sostenibilidad.

**Viajes el Corte Inglés Empresas** no quiso perderse el Tra-

vel Manager Networking Day. En esta ocasión para presentar los principales puntos del Plan Director de Sostenibilidad de la compañía, estructurado en 9 programas y 15 acciones. Un plan que fue presentado por **Pilar de Aguilar Macipe**, Responsable de Marketing de VECEI Empresas, y **María de Andrés**, Responsable de Sostenibilidad del **Grupo Viajes El Corte Inglés**.



La sostenibilidad también fue el eje central de la presentación de Air Europa, con **Carolina León**, Business Development Manager de la aerolínea, presentando los retos de futuro de la aerolínea.

Por su parte, **Victoria Lanne**, ejecutiva de cuentas de Iryo, contextualizó el cada vez más importante peso de la compañía en el sector de la alta velocidad ferroviaria y anunció el inicio de la venta de billetes

de la nueva ruta directa que conecta Barcelona-Sevilla en menos de 6 horas,

Nuevamente, la transformación digital del programa de viajes volvió a ser protagonista. En este caso de la mano de **Miriam Castro**, Business Development Manager de FCM, quien explicó cómo identificar la herramienta de viajes adecuada y cómo medir el éxito en materia de adhesión de los viajeros y de control de costes.



Carolina León (Air Europa)



Victoria Lanne (Iryo)



Miriam Castro (FCM)



**Diego González (IAG7 Viajes)**

A través de un quiz, **Diego González**, Director Nacional Comercial para Empresas de **IAG7 Viajes**, repasó las tendencias actuales del *Business Travel*: sostenibilidad, tecnología y seguridad y salud del viajero.



**Ana Ballesteros y Fernando Álvarez (Air France KLM Delta)**

Por su parte, la importancia del bienestar y el cuidado del viajero, especialmente en viajes de largo radio, fue la temática abordada por **Fernando Álvarez**, Corporate Sales Manager de **Air France KLM**, y **Ana Ballesteros**, Account Manager **Delta Airlines**.

En este sentido, Ballesteros y Álvarez presentaron el innovador programa "Travel Well" de la aerolínea norteamericana, una solución especialmente desarrollada y pensada para viajeros corporativos



# Hacia el turismo regenerativo

El plato fuerte del evento fue la Masterclass de **Guy Bigwood**, fundador y CEO de **Global Destination Sustainability Movement** y uno de los expertos más reputados del mundo en el sector de la sostenibilidad del turismo, eventos y destinos.

Bigwood analizó la actual situación de la industria turística y su influencia sobre el medio ambiente, definiendo los pasos necesarios que deberían seguirse para redefinir el futuro de los viajes de negocios y los eventos corporativos. Unos pasos que deben evolucionar desde la minimización del impacto hacia la creación de un impacto positivo del Business Travel.

La jornada terminó con un coctel-almuerzo que también sirvió a los asistentes para ampliar y reforzar su red de contactos profesionales, siendo este uno de los principales objetivos del evento.



Guy Bigwood



**La jornada se cerró con la Masterclass de Guy Bigwood, uno de los expertos mundiales más reputados del mundo en el sector de la sostenibilidad del turismo, eventos y destinos**



# BTI OUTLOOK 2024:

## EL GASTO EN VIAJES DE NEGOCIOS EN EUROPA SIGUE RECUPERÁNDOSE

*La edición 2024 del Business Travel Index Outlook (BTI) elaborado por GBTA arroja positivos resultados sobre el crecimiento del sector a corto y medio plazo, siendo la sostenibilidad el concepto que marca muchas de las decisiones y tendencias de travel managers y viajeros.*

El sector de los viajes de negocios en Europa sigue mostrando signos de recuperación y crecimiento en medio de un panorama económico y político complejo. Así se desprende del último informe Business Travel Index (BTI™) Outlook de GBTA, donde las previsiones apuntan que el gasto en este sector alcance este año 2024 los 360.400 millones de euros. Ello supondría un aumento del 10.4% respecto a 2023.

Los más de 360.000 millones de euros gastados por los países europeos en Business Travel suponen que el “viejo continente” represente el 26.4% del gasto global en viajes de negocios en todo el mundo, proyectado en 1.36 billones de euros al finalizar 2024.

En este sentido, la zona Asia Pacífico supone el 40,8% del gasto en viajes de negocios, seguida por América del Norte (26,9%) y Latinoamérica (3,7%), mientras que África y Oriente Medio suponen solo el 2,1%.

Se espera que el gasto global en viajes de negocios alcance un máximo histórico de 1.48 billones de dólares para finales de 2024, superando por primera vez los niveles previos a la pandemia. Para finales de 2028, se proyecta que supere los 2 billo-

nes de dólares. Y se prevé que el crecimiento se modere gradualmente a lo largo de los próximos años, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 7% entre 2025 y 2028.

Aunque la tasa de recuperación ha sido destacable, es importante señalar que estos niveles de gasto incluyen la significativa inflación observada a nivel mundial en los últimos años. Al considerar el gasto real (ajustado por inflación), esperamos que los niveles de gasto continúen rezagados respecto a los máximos previos a la pandemia en los próximos años (lo que implica que los volúmenes también se mantendrán por debajo de los niveles previos a 2019).

*“Se espera que el gasto global en viajes de negocios alcance un máximo histórico de 1.48 billones de dólares este año, superando por primera vez los niveles previos a la pandemia”*



### Europa en el contexto global: recuperación y retos

A pesar de los avances en la recuperación de la industria, el mercado europeo de viajes de negocios aún se encuentra ligeramente por debajo de su participación en el mercado global en comparación con los niveles previos a la pandemia. Europa, y en particular Europa Occidental, enfrenta desafíos económicos y una creciente incertidumbre política que han ralentizado su crecimiento en comparación con otras regiones. Las diferencias entre Europa Occidental y Europa Emergente también se hacen evidentes, con una recuperación más rápida en el oeste y un crecimiento emergente que comienza a destacarse en

países de Europa del Este.

Los viajeros de negocios europeos destinan la mayor parte de su presupuesto a alojamiento, seguido de alimentación y bebidas, y transporte aéreo. Esta tendencia se alinea con una mayor atención a la sostenibilidad, donde cada vez más viajeros optan por alternativas multimodales de transporte que sean más amigables con el medio ambiente, como los viajes en tren. Sin embargo, a pesar de esta creciente concien-

cia ambiental, la adopción de prácticas de viaje sostenibles no siempre es constante.

En el caso de Europa Occidental, el sector inmobiliario liderará el crecimiento en gasto de Business Travel (15,6%), seguido del entretenimiento (13,6%) y la administración pública (12,7%).

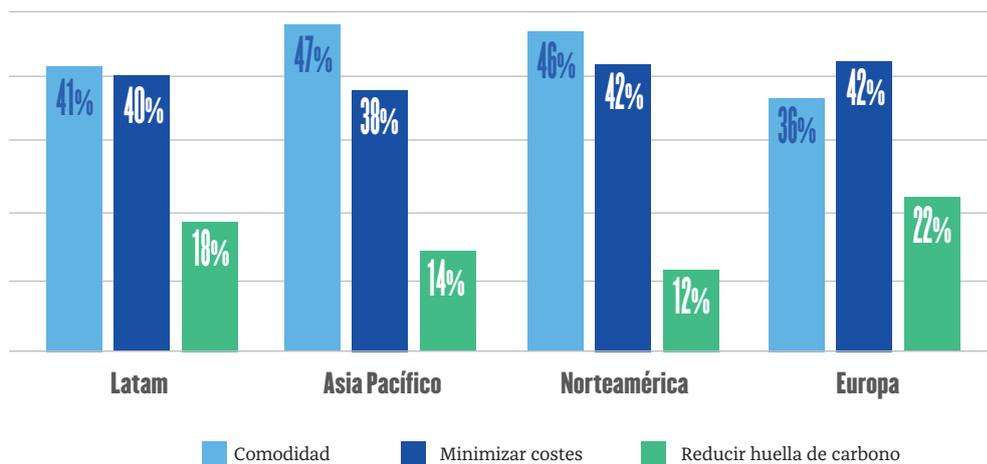
Varios países de Europa Occidental que inicialmente mostraron una recuperación más lenta ahora han superado sus niveles de gasto anteriores a la pandemia.

Es el caso de España, Grecia, Austria y Suiza, que en 2023 superaron sus niveles de gasto en viajes de negocios de 2019, marcando un cambio significativo en su recuperación.

Por su parte, en los países emergentes europeos son los sectores de construcción, finanzas y seguros, y transporte y almacenamiento experimentarán el mayor crecimiento, con incrementos del 22,8%, 19,7% y 19,6%, respectivamente. Esto se debe a que muchos países en Europa del Este están destinando recursos para infraestructura y consolidación de sus mercados financieros, sectores que resultan esenciales para su desarrollo económico y su integración en el mercado global.



### Prioridad del viajero de negocios

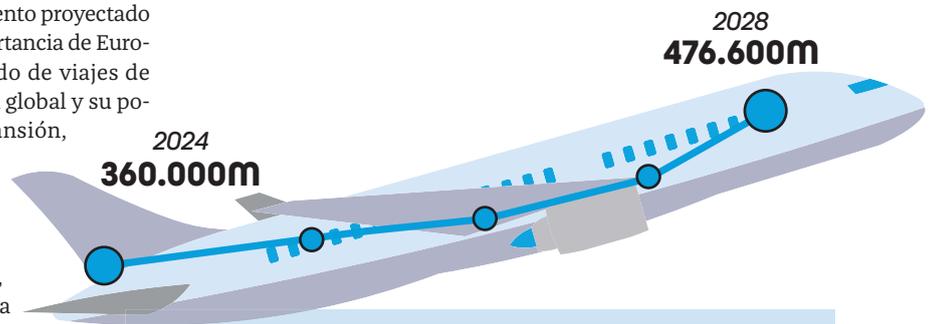


*“El 22% de los viajeros de negocios europeos afirma que reducir las emisiones de carbono es su principal prioridad en los viajes de negocios”*

### Perspectiva de crecimiento a cinco años

El informe de GBTA proyecta un crecimiento constante para Europa en los próximos años. Se espera que el gasto en viajes de negocios en la región crezca a un ritmo más acelerado que en la mayoría de las regiones del mundo, aunque a un paso menor que en Asia-Pacífico. Para 2028, el gasto en viajes de negocios en Europa podría alcanzar los 476.600 millones de euros, representando un 25,8% del gasto global en este ámbito.

Este crecimiento proyectado subraya la importancia de Europa en el mercado de viajes de negocios a nivel global y su potencial de expansión, en especial si la región sigue avanzando en temas de sostenibilidad, infraestructura y digitalización para atender las necesidades cambiantes de los viajeros de negocios.



*“Para 2028, el gasto en viajes de negocios en Europa podría alcanzar los 476.600 millones de euros”*

**¿Cómo viajan por negocios los europeos?**

Es interesante analizar las tendencias y comportamiento de los viajeros europeos que se desgranán en el informe de GBTA. Unas tendencias que vienen marcadas en buena parte por la importancia de la sostenibilidad.

El estudio de GBTA de este año, realizado a más de 1.100 viajeros de negocios europeos, refleja una creciente conciencia sobre las preocupaciones ambientales. En la encuesta, el 22% de los viajeros de negocios europeos afirma que reducir las emisiones de carbono es su principal prioridad en los viajes de negocios y que están dispuestos a sacrificar algo de comodidad para lograr una menor huella de carbono. Este porcentaje es superior al promedio global del 16%.

Además, los viajeros de negocios europeos (42%) son más propensos que los de América del Norte (36%) y Asia-Pacífico (35%) a afirmar que “siempre” o “con frecuencia” consideran las emisiones de carbono al decidir si viajar por trabajo. Sin embargo, los viajeros europeos no son necesariamente más propensos que los viajeros de otras regiones a considerar las emisiones al tomar decisiones durante el viaje, como elegir opciones más sostenibles en vuelos (40% frente al 41%), alojamiento (44% frente al 46%) o comidas (42% frente al 46%).

En esta línea, solo el 34% de los viajeros europeos incluyó un vuelo en su último viaje de trabajo, en comparación con el 43% a nivel global. Está claro que el uso del tren como transporte alternativo está ganando mucha fuerza. Según GBTA, esto responde tanto a la mayor densidad de redes ferroviarias y conexiones en Europa como a la

creciente concienciación ambiental. Es más, cerca del 29% de los viajeros europeos utilizó el tren en su último viaje de negocios, cifra que supera ampliamente el promedio global del 19%.

El alojamiento sigue siendo el mayor gasto de un viaje de negocios. También es más importante en Europa —en comparación con otras categorías— que, a nivel mundial, alcanzando casi 129.000 millones de euros, seguido de alimentos y bebidas (63.300 millones de euros), transporte aéreo (56.900 millones de euros) y transporte terrestre (42.200 millones de euros).

En cuanto a la frecuencia de viajes, los viajeros de negocios europeos están en línea con otras regiones. Casi una cuarta parte de ellos (23%) afirma que viajan “con más frecuencia” hoy en día que hace cinco años. Sin embargo, el 22% dice que viaja por trabajo con menos frecuencia ahora. A nivel



global, una mayor proporción de viajeros de negocios actualmente viaja por trabajo “con más frecuencia” (28%) que “con menos frecuencia” (20%).

En promedio, los viajeros de negocios europeos estiman que permanecieron 2.9 noches en su destino en su último viaje de trabajo, cifra similar al promedio global de 3.0 noches.

Respecto a los viajes en clase business o premium, el 26% de los viajeros de negocios europeos optaron por este tipo de cabina en su vuelo. Un porcentaje mayor que en América del Norte (21%) pero inferior a la de Asia-Pacífico (30%) y América Latina (29%).

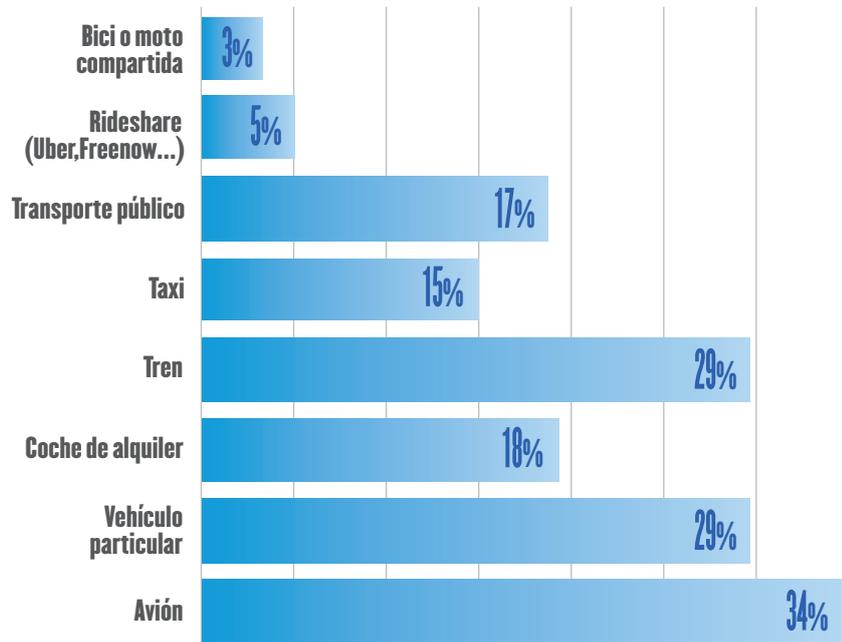
En esta misma línea, los porcentajes son similares al analizar

la tipología de hoteles. Casi un tercio de los viajeros europeos se hospedó en un hotel de lujo (7%) o de alta categoría (22%). Esta cifra es superior a la de América Latina (20%) pero inferior a la de América del Norte (36%) y Asia-Pacífico (33%).

Al ser consultados sobre el cumplimiento de sus objetivos de negocio en su último viaje de trabajo, el 77% de los viajeros de negocios en Europa indicó que el viaje fue “moderadamente” o “muy” provechoso. Esta cifra es algo inferior al 81% de viajeros a nivel global que calificaron su viaje con una valoración similar.

*El 29% de los europeos se hospedó en un hotel de lujo o de alta categoría. Algo inferior a la de América del Norte (36%) y Asia-Pacífico (33%).*

**Medio de transporte utilizado principalmente en el último viaje de negocios**



### ¿Cómo se hacen las reservas?

Llama la atención que una gran parte de los viajes de negocios se reservan mediante plataformas no especializadas. En Europa, el 45% de los viajeros reserva vuelos a través de canales retail, como agencias de viaje en línea (OTAs), en lugar de canales especialistas (TMC, OTA's, etc) que gestionan el 31% de estos vuelos.

Esto también ocurre, y con porcentajes similares, a la hora de reservar hoteles.

Además, los viajeros afirman que en el 25% de los casos es otra persona quien realiza su reserva de viaje. Si se analiza el tipo de canal retail, los viajeros europeos (27%) son más propensos que sus homólogos norteamericanos (17%) a usar una agencia de viajes en línea (OTA) para reservar un vuelo, mientras que los norteamericanos son más propensos a reservar directamente con una aerolínea (27% frente al 18%, respectivamente).

[CLICK HERE](#)

### El coste de un viaje

A nivel global, el gasto medio en viajes de negocios fue de \$833.72 por persona y viaje. El alojamiento representó \$312.68 por viaje; los alimentos y bebidas alcanzaron \$153.12 por persona mientras que el transporte aéreo promedió \$176.00; y el transporte terrestre (\$103.05) y otros gastos diversos (\$88.87) completaron el total. Al considerar todos los viajes de negocios (en empresas con o sin programas de viajes gestionados) y todos los tipos de viaje (viajes de un día/pernocta, de larga o corta distancia), el alojamiento representa, de media, la mayor proporción del gasto en viajes de negocios. Los gastos en transporte aéreo serían mayores, excepto porque no todos los viajes de negocios incluyen un vuelo (solo el 45% de los últimos viajes realizados por los viajeros de negocios a nivel global incluyeron un vuelo), lo que reduce el promedio global.

### Distribución de gastos por categoría en un viaje de negocios

	Europa	Norte America	Latam	Asia Pacific	Media Global
Alojamiento	\$300,66	\$407,34	\$216,50	\$237,48	\$312,68
Restauración	\$147,77	\$185,20	\$98,53	\$145,21	\$153,12
Transporte aéreo	\$132,62	\$222,39	\$162,50	\$165,30	\$176
Transporte terrestre	\$98,53	\$139,93	\$62,48	\$81,34	\$103,05
Otros gastos	\$82,14	\$92,58	\$51,53	\$112,14	\$88,87

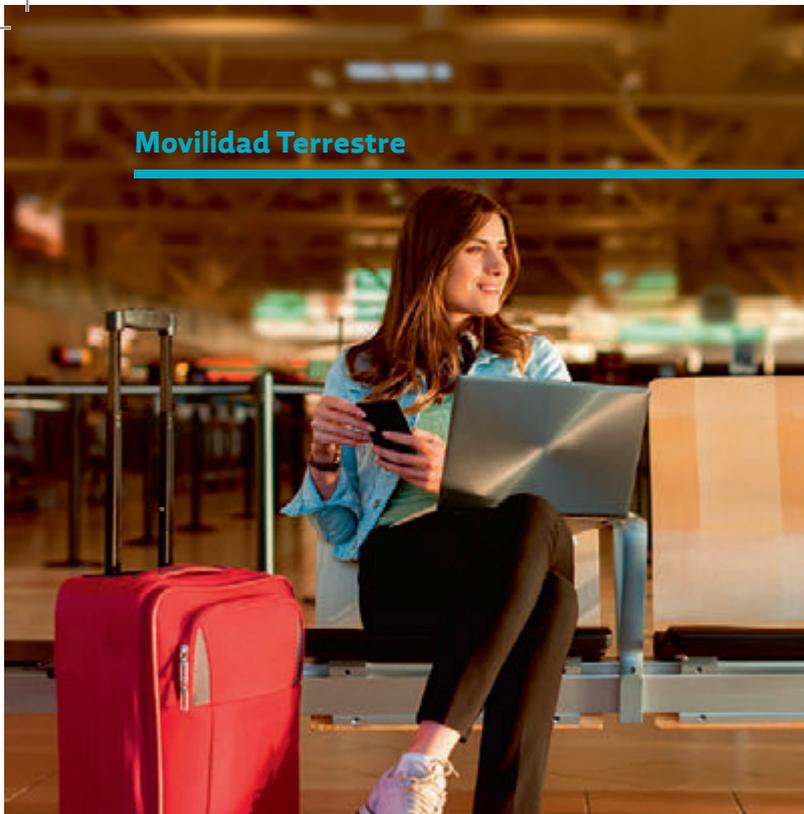
*“Cerca del 29% de los viajeros europeos utilizó el tren en su último viaje de negocios, cifra que supera ampliamente el promedio global del 19%”*

### Mirando hacia el futuro

Como se puede observar durante todo el informe, la sostenibilidad tiene un papel cada vez más importante en la evolución de los viajes de negocios, especialmente en Europa. Según Catherine Logan, vicepresidenta sénior de GBTA para las regiones EMEA y APAC, “el informe elaborado muestra que el valor y la demanda de los viajes de negocios en Europa continúan siendo sólidos. Al mismo tiempo, también destaca la importancia crítica de acelerar los esfuerzos para construir una industria más sostenible. La prosperidad futura de los viajes de negocios depende de integrar la sostenibilidad en todos los aspectos de la experiencia de viaje.”

Sin duda, una llamada a la acción que subraya que proveedores, empresas y viajeros deben trabajar juntos para reducir el impacto ambiental, mejorar la eficiencia en los desplazamientos y responder a las expectativas de una generación cada vez más consciente del peso del cuidado medioambiental.





# DE LO PERSONAL A LO PROFESIONAL, TODO CONTROLADO CON UBER PARA EMPRESAS

El *bleisure* es cada vez más habitual y demandado por los viajeros de negocios. El concepto une “business” y “leisure”. Es decir, aprovechar un viaje de negocios para poder disfrutar de unas horas o días para el ocio o el descanso personal.

Si bien no todas las corporaciones permiten el *bleisure*, diferentes estudios e informes destacan el auge de esta práctica en el sector del Business Travel. Y no es de extrañar, teniendo en cuenta las ventajas y beneficios que puede aportar tanto al viajero de negocios como a la empresa. De hecho, según una encuesta de SAP Concur, el 22% de los empleados estaría dispuesto a rechazar un viaje de negocios si no pudiera ampliarlo para poder quedarse por motivos personales.

Sin embargo, como Travel Manager o gestor de movilidad, antes de dar cualquier paso para adentrarnos en el concepto *bleisure*, es importante asegurarnos de contar con las herramientas adecuadas que permitan separar los desplazamientos estrictamente profesionales de los personales. O lo que es más importante, diferenciar y desglosar los gastos profesionales de los particulares. Y es que una de las principales barreras a la hora de establecer la posibilidad del *bleisure* para viajeros de negocios es precisamente el hecho de poder desglosar los gastos, en función de cada momento.

## ¿Por qué es una buena idea ofrecer *bleisure* a los viajeros?



### ■ Mayor retención de talento.

Al ofrecer opciones de *bleisure*, la empresa permite que sus empleados combinen viajes de trabajo con momentos de ocio, lo que mejora su experiencia general y el compromiso con la compañía. Como consecuencia, el porcentaje de retención de personal seguro que aumenta, valorando especialmente la preocupación corporativa por el desarrollo profesional y el bienestar personal de los empleados.



### ■ Atracción de talento.

El *bleisure* no solo retiene, sino que también tiene la capacidad de atraer a nuevos empleados. Se trata de un beneficio especialmente valorado por las generaciones más jóvenes que se incorporan al mercado laboral, que aprecian especialmente la posibilidad de conciliar su vida laboral con la familia y el ocio. De esta forma, el *bleisure* es capaz de convertir a nuestra empresa en un lugar atractivo y deseado para potenciales candidatos que buscan nuevas oportunidades profesionales.



### ■ Aumento de la productividad y la creatividad.

Permitir que el personal disfrute de tiempo de ocio fuera de su contexto habitual, posibilita a los empleados relajarse y recargar energía, lo que puede traducirse en un incremento de la motivación, la productividad, tanto durante el viaje como en la oficina, y un impulso del pensamiento creativo.



### ■ Ahorro de costes:

Es posible que, al prolongar un viaje de negocios por ocio, el empleado ahorre en el coste del viaje, eligiendo un hotel o un desplazamiento más económico si hay una parte de este viaje, en este caso el dedicado al *bleisure*, debe ser abonada por el propio empleado.



*El bleisure no solo retiene, sino que también tiene la capacidad de atraer a nuevos empleados. Se trata de un beneficio especialmente valorado por las generaciones más jóvenes”*

### La última milla en el bleisure

A la hora de abordar un “viaje bleisure” no solo debemos tener en cuenta las pernoctaciones adicionales o un posible cambio en la fecha del billete de vuelta. Los desplazamientos de última milla, aquellos que se producen una vez se ha llegado al destino, también son importantes.

En este capítulo, debemos tener en cuenta un cambio de tendencia que algunas empresas están empezando a aplicar en lo que la movilidad de los empleados se refiere. Y es que determinadas corporaciones están reemplazando modelos tradicionales, como coches propios o flotas corporativas, con paquetes de movilidad flexibles que permiten a los empleados elegir la mejor solución según sus nece-

sidades: micromovilidad, vehículos compartidos, transporte público o incluso opciones de alta gama. Unos paquetes de movilidad, también llamados “Mobility Budget”, que pueden ser gestionados por el empleado según sus necesidades. Y lógicamente, también pueden ser utilizados tanto para desplazamientos profesionales como personales.

Este enfoque centrado en el empleado no solo mejora su experiencia, sino que también mejora la eficiencia y la productividad en los desplazamientos corporativos.

Existen diferentes aplicaciones, como Uber para Empresas, que facilitan la personalización y adopción de esta nueva fórmula de movilidad corporativa que cuenta con múltiples ventajas:

- All-in-One App. Las soluciones de Mobility as a Service (MaaS), como Uber para Empresas, permiten a los usuarios acceder a múltiples opciones de transporte desde una sola plataforma, incluyendo trenes, bicicletas, micromovilidad y vehículos de alta gama. Esto asegura que cada empleado pueda elegir la opción que mejor se adapte a sus necesidades específicas, ya sea para desplazamientos rápidos o viajes de mayor confort.

- Bleisure, de lo personal a lo profesional, todo controlado. La movilidad personalizada facilita a los empleados alternar entre trayectos profesionales y personales sin complicaciones, todo desde una misma aplicación. Esto es ideal para quienes combinan negocios y ocio en sus desplazamientos.

- Cumplimiento de presupuestos y políticas de viaje. Las plataformas avanzadas permiten a los administradores configurar políticas de viaje personalizadas por empleado o departamento. Esto asegura que los usuarios sigan las normativas internas y optimicen el presupuesto corporativo, mientras disfrutan de la flexibilidad de gestionar sus opciones directamente en la aplicación.



### La política de viajes es clave

El cumplimiento de la política de viajes es uno de los dolores de cabeza habituales de muchos Travel Managers. Precisamente, la mejor forma de asegurarnos el cumplimiento de la Travel Policy es que sus usuarios la conozcan y la consulten cada vez que sea necesario.

Un conocimiento que resulta todavía más importante en el caso de ofrecer viajes bleisure. En este sentido, será necesario dejar bien claro qué gastos están cubiertos por la empresa y cuándo un desplazamiento o una reserva no está incluida como gasto de viaje o no aplica su reembolso.

Para evitar estos problemas, es crucial dejar claras las responsabilidades y establecer pautas sobre cómo solicitar la extensión de los viajes laborales. Así, podrás asegurarte de que tus empleados disfruten de su tiempo libre sin preocupaciones, mientras mantienes el control sobre los gastos de la empresa.

Además de ofrecer una versión online y en papel (si es necesario), puede ser muy útil contar con una sección de preguntas frecuentes y estar disponible para resolver cualquier duda durante el horario laboral.

### Uber para Empresas: un aliado para el bleisure

Uber para Empresas no solo destaca por sus servicios de movilidad terrestre, sino también por sus diferentes funcionalidades que posibilitan que los empleados puedan separar fácilmente los gastos laborales de los personales. En concreto, la app de Uber permite:



#### Cambiar fácilmente entre perfil laboral y particular.

Los viajeros y empleados pueden cambiar de forma sencilla entre sus perfiles personal y profesional, garantizando un control preciso de los gastos y un proceso fluido para el reembolso de los viajes de trabajo, si fuera necesario.



#### Gestión de gastos simplificada:

Los viajeros y empleados pueden cambiar de forma sencilla entre sus perfiles personal y profesional, garantizando un control preciso de los gastos y un proceso fluido para el reembolso de los viajes de trabajo, si fuera necesario.



#### Beneficios de viaje personalizados.

Las empresas tienen la opción de diseñar beneficios de viaje a medida para sus equipos que viajan por trabajo, lo que permite establecer normas y límites que se ajusten a las necesidades específicas de la empresa y de la tipología de viajes.

# ¿CÓMO GESTIONAN LOS GASTOS DE VIAJE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS?

Un estudio elaborado por Payhawk, solución integral para la gestión de notas de gastos, tarjetas de empresa, facturas y pagos, con la colaboración de IBTA, ha permitido analizar cuáles son las principales tendencias en gestión de gastos de viaje en las empresas españolas.

A través de las respuestas de travel managers y responsables financieros, hemos elaborado un estudio sobre cómo gestionan los gastos de viaje las empresas de nuestro país. Las conclusiones permiten a los diferentes responsables de esta parcela tener una visión global sobre cómo lo están haciendo respecto a otras empresas de su entorno.

## Métodos de pago para los gastos de viaje

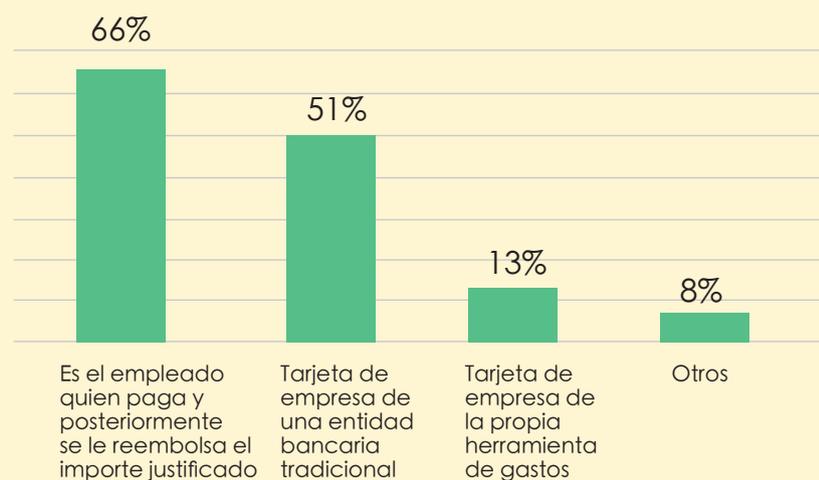
Todavía existe mucho campo de mejora en el ámbito de la optimización de la gestión de gastos. Según el estudio, el adelanto del pago por parte del empleado y el posterior reembolso del gasto es el método más utilizado por las empresas españolas (66%), seguido del uso de tarjetas de empresa de entidades bancarias tradicionales.

De las empresas que reembolsan a posteriori los gastos de viaje, la opción más utilizada es el reembolso mediante transferencia bancaria puntual, así como el reintegro de dichos gastos dentro de la nómina. Y todavía existe casi un 10% que incluso realiza estos reembolsos en efectivo. En cuanto al tiempo de devolución, casi la mitad de las empresas afirma hacerlo en menos de 15 días, lo que podría perjudicar la satisfacción del empleado.

También es interesante conocer cómo funcionan las aprobaciones y autorizaciones de gastos de viaje. En este sentido, el 44% necesita un único nivel de aprobación, mientras que el 35% requiere varios niveles y más del 20% depende de políticas predefinidas por importe, justificación o responsabilidad.

Pocas sorpresas en cuanto a la tipología de gastos más habituales autorizados en las políticas de viaje: restaurantes, transportes y hoteles figuran como los gastos más comunes en este punto.

## ¿Qué métodos utilizan los empleados para realizar el pago de gastos de viaje?



## Uso de herramientas tecnológicas

Gracias a la participación tanto de travel managers como responsables financieros, en algunos capítulos se pueden observar diferencias relevantes entre las empresas donde el travel manager es también el responsable de la gestión de gastos.

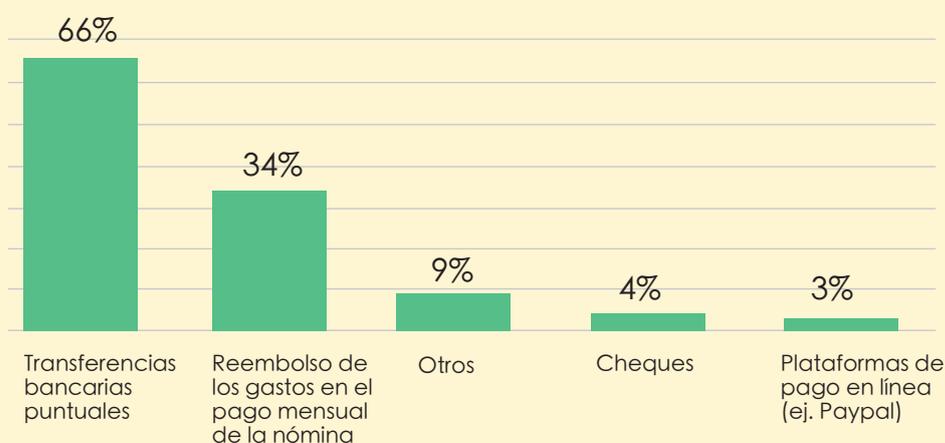
A pesar de que es el departamento financiero quien gestiona estos gastos, un 70% de los financieros indica que los empleados de su empresa no cuentan con una aplicación móvil para gestionar los gastos de viaje. Por otro lado, más de la mitad de los travel managers sí usan este tipo de aplicaciones para gestionar los gastos de viaje, lo que beneficia una gestión más eficiente de los gastos.

En cualquier caso, la automatización de gastos de viaje todavía es una tarea

pendiente en nuestro país. De hecho, mejorar la automatización y digitalización de la gestión de gastos es el concepto más mencionado al preguntar sobre futuros cambios o mejoras en este capítulo, por delante del control de costes y fraude.

En este mismo sentido, son muchos los responsables que todavía experimentan problemas con un capítulo tan importante como la deducción de gastos. El 71% de los travel managers y el 55% de responsables financieros enfrenta dificultades de algún tipo a la hora de presentar la documentación necesaria para la deducción de gastos, lo que ofrece la oportunidad de incorporar soluciones y herramientas que faciliten esta tarea.

¿Cómo se realizan los reembolsos de gastos de viaje a los empleados en su empresa?



**Payhawk**



**«TODAVÍA EXISTE CASI UN 10 % DE EMPRESAS QUE REALIZA LOS REEMBOLSOS DE LOS GASTOS DE VIAJE EN EFECTIVO»**

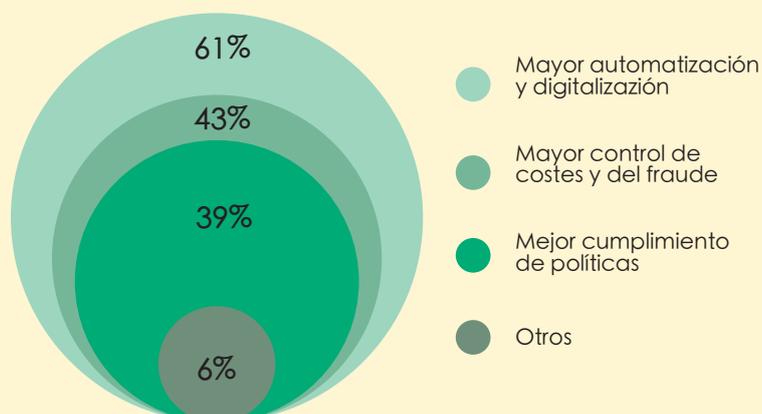
#### Prioridades

Volvemos a encontrar diferencias importantes entre prioridades y formas de gestionar en función del perfil profesional encargado de los gastos de viaje. Los travel managers priorizan el cumplimiento de políticas, mientras que los directores financieros se centran en el control de costes.

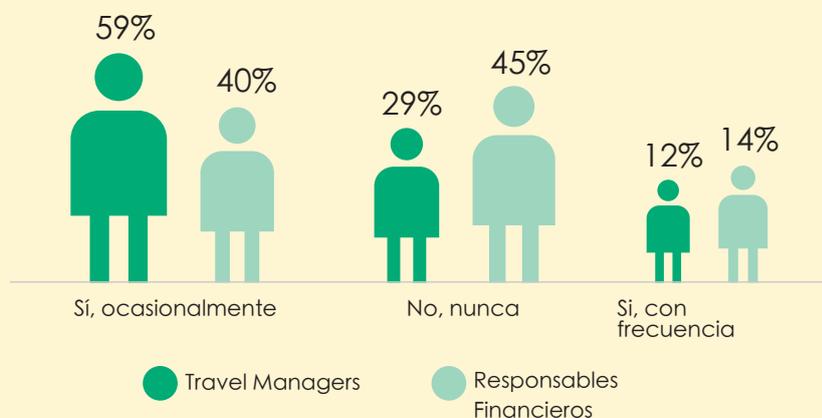
También llama la atención la baja preocupación que genera el fraude potencial (21% de los travel managers y 9% de los directores financieros), a pesar de haber tenido experiencias previas.

En cuanto a posibles cambios o restricciones en políticas de gastos de viaje, solo el 29% de los travel managers y el 19% de los responsables financieros tienen previsto modificar o restringir la política de gastos. De hecho, casi tres cuartas

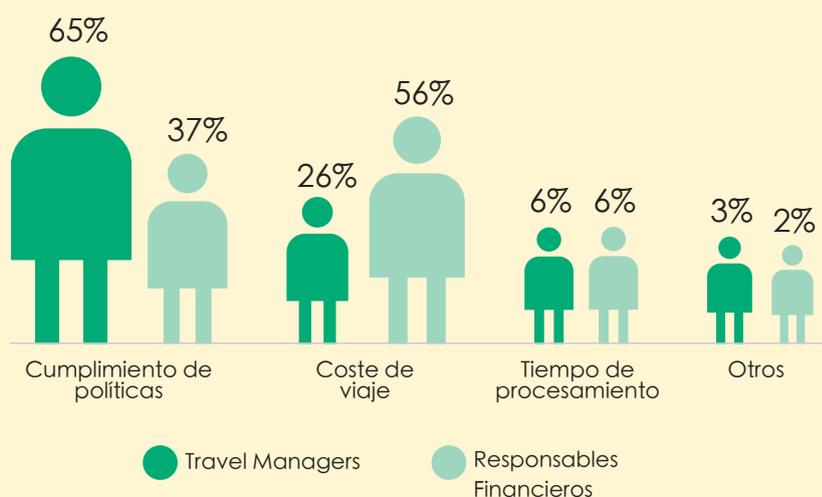
¿Qué mejoras o cambios espera implementar en los próximos años en la gestión de gastos de viaje y gastos generales?



¿Ha experimentado dificultades en la presentación de comprobantes y documentación necesaria para la deducción de gastos de viaje?



¿De qué forma mide la eficiencia y el control de los gastos de viaje?



**«EL 29 % DE LOS TRAVEL MANAGERS Y EL 19 % DE LOS RESPONSABLES FINANCIEROS TIENEN PREVISTO MODIFICAR O RESTRINGIR LA POLÍTICA DE GASTOS»**

partes de los responsables financieros no está considerando ningún tipo de modificaciones o restricción. En cambio, cerca de la mitad de los travel managers afirma estar en pleno proceso de cambio.

Por último, poco más del 25 % de los encuestados afirma contar con una herramienta de gestión de gastos que también sea capaz de medir la huella de CO2 de los mismos. De hecho, más de la mitad de los encuestados no está familiarizado con este tema o, directamente, nunca había oído hablar de ello. Contar con una herramienta que cuantifique de manera automática el CO2 asociado a los gastos de viaje permite mejorar la transparencia de las operaciones, al tiempo que ayuda a las empresas a cumplir con las nuevas normativas y apoyar sus propias iniciativas ESG.

Según Iñigo Aguirre, Vicepresidente de Business Development de Payhawk, *“en el campo de la gestión de gastos todavía queda mucho camino por recorrer en cuanto a la adopción de herramientas y sistemas de gestión de viajes que permitan automatizar el reporte de gastos”*.

*“La automatización progresiva y la implantación de herramientas digitales pueden mejorar la eficiencia y la transparencia en el proceso de gestión de gastos. Además, esto ofrece la oportunidad de explorar nuevas tecnologías como la Inteligencia Artificial, para mejorar el análisis predictivo y la optimización de los gastos, además de garantizar un mayor seguimiento de la huella de carbono de los viajes de empresa, algo fundamental en el momento actual”*, concluye.

Si quieres conocer más detalles, tendencias y datos sobre cómo gestionan los gastos de viaje las empresas españolas, escanea este código QR:



*Pito pito  
gorgorito*

*Dónde vas  
tú tan bonito*

*Donde quiero  
como quiera*

*Siempre vuelo  
a mi manera*



Así de fácil es decidir todo  
cuando vuelas con Air Europa.

**æ AirEuropa**   
*Tú decides*

Más información en [aireuropa.com](http://aireuropa.com)

# Informe: Precio del kilometraje en España

Emburse Captio ha publicado la 10ª edición de su Informe del *Kilometraje en nuestro país con los últimos datos y evoluciones de este concepto tan importante para la gestión y devolución de gastos de muchas empresas.*

Para poder elaborar este informe, se han extraído, de forma anónima, una muestra de más de 107 millones de tiques de viajeros de negocios registrados durante 2023.

Tras el análisis de toda esta información, es posible detectar la evolución, el comportamien-

to y las tendencias tanto de los usuarios y conductores como de las empresas y su gestión de gastos.

**El precio del kilometraje se estanca**

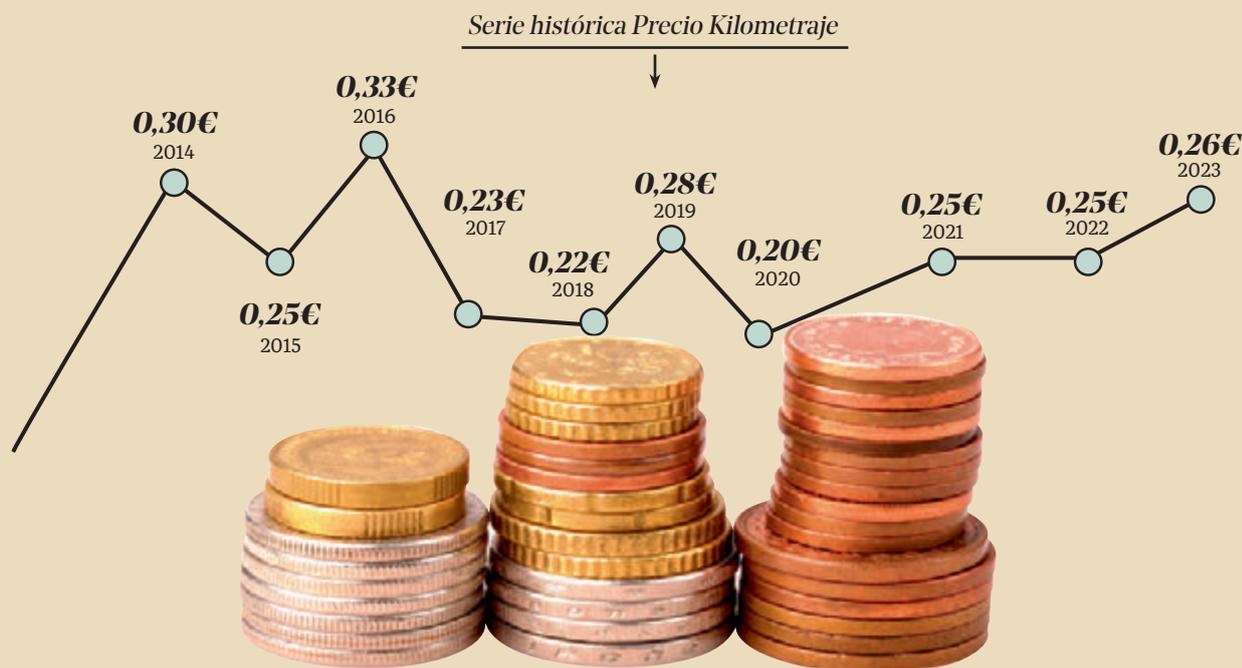
La principal pregunta que responde este informe es: ¿a cuánto se paga actualmente el

kilometraje en España?

El promedio del precio del kilometraje alcanza los 0,26 céntimos. Así que el promedio varía levemente respecto al 2021 y 2022 (+4 %), cuando la media fue de 0,25 céntimos. Aunque son 5 céntimos más que en 2020, todavía está lejos

de los 0,30€ de 2014 o de los 0,33€ de 2016.

Podemos observar en el gráfico que la evolución del precio del kilometraje no ha sido constante, viéndose influenciada por cambios en el precio del petróleo, la pandemia o periodos de crisis.



*“El promedio del precio del kilometraje alcanza actualmente los 0,26 céntimos”*

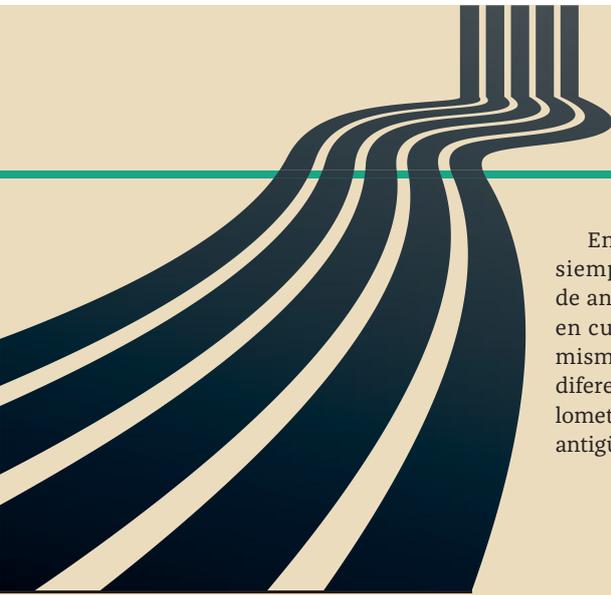
Si se divide por tramos, podemos observar que el 34 % de las empresas españolas pagan entre 0,21 y 0,30 euros por kilómetro. En cambio, en 2022 el 62 % de las empresas españolas se situaba en el rango de 0,21 y 0,40 euros. Por otro lado, desciende el número de empresas que pagan igual o por debajo de

los 0,2 euros, pasando del 37 % al 31 %. También siguen descendiendo aquellas corporaciones que pagan 0,10 euros o menos, pasando del 7% en 2022 al 3%.

Hay que destacar el descenso del número de empresas que pagan más de 0,3 euros, del 31% al 29%.

Por otro lado, siempre es

interesante observar los extremos. En 2023 el precio mínimo del kilometraje ha subido un céntimo, a 0,05 euros. El máximo fue de 2,10 euros, lo que supone una disminución de 0,9 euros con respecto al 2022. Esto quiere decir que la distancia entre ambas cifras se ha alejado mínimamente.

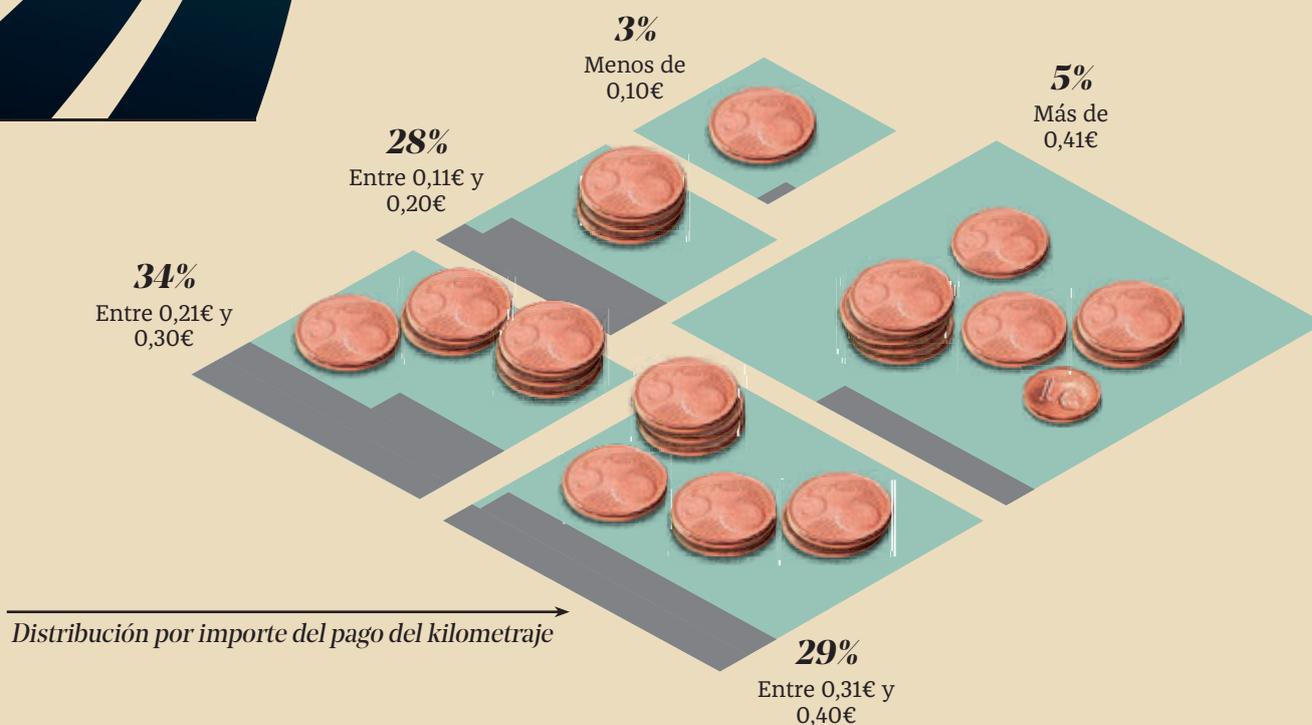


En cualquier caso, y como siempre se dice en este tipo de análisis, es necesario tener en cuenta que dentro de una misma empresa puede haber diferencias en el precio del kilometraje por factores como la antigüedad de los trabajadores

o su responsabilidad dentro de la compañía.

Además, las diferencias del precio del kilometraje también vienen marcadas por las políticas de gastos de viaje de cada corporación o del sector de actividad económico.

Pero, según Emburse Captio, “al igual que en anteriores ediciones, es el convenio colectivo empresarial el que marca la cantidad a abonar por cada kilómetro recorrido en coche.”



#### ¿Quién recorre más kilómetros?

La media de kilómetros por trayecto es de 106 km, un 5% superior al anterior informe. En este capítulo es necesario destacar que las empresas pequeñas recorren más kilómetros que las medianas o las grandes. Eso sí, la distancia entre grandes y pequeñas se ha recortado. Especialmente porque las corporaciones de menor tamaño han reducido la longitud de

sus trayectos (-19%) y las grandes los han aumentado (+9%).

Las empresas más pequeñas también realizan un mayor número de viajes por usuario: 39 viajes en 2023, es decir, 3,25 viajes por mes. En las más grandes esta cifra disminuye hasta 24 (2 por mes), lo que significa un 38,5 % menos.

También las empresas más pequeñas tienen más kilómetros informados por usuario,

aunque la cifra baja más de 200 km, hasta los 4.805 kilómetros en 2023. O lo que es lo mismo, 400 kilómetros por mes.

En el caso de las grandes corporaciones, los kilómetros mensuales (192 km) son casi la mitad que en las pequeñas. Por su parte, las empresas medianas se encuentran en un punto intermedio, con 281 km mensuales por usuario.

El sector con más kilóme-

tros recorridos por viaje sigue siendo el de agricultura, ganadería y forestal. Le siguen el de educación y el de transporte y almacenamiento.

En cuanto al mapa anual de movilidad, el informe desgana que marzo y mayo son los meses con más desplazamientos de los trabajadores, siendo agosto y diciembre los que menos kilómetros acumulan.

#### Promedio km recorridos por trayecto según tamaño de empresa

Tamaño de empresa	2022	2023
Empresas pequeñas	124	154
Empresas medianas	118	119
Empresas grandes	89	95

**“Las pequeñas empresas han reducido la longitud de sus trayectos (-19%) mientras que las grandes corporaciones los han aumentado (+9%)”**

**¿Qué sector paga mejor?**

El informe también ha elaborado un ranking en función del sector de actividad que mejor paga el kilometraje.

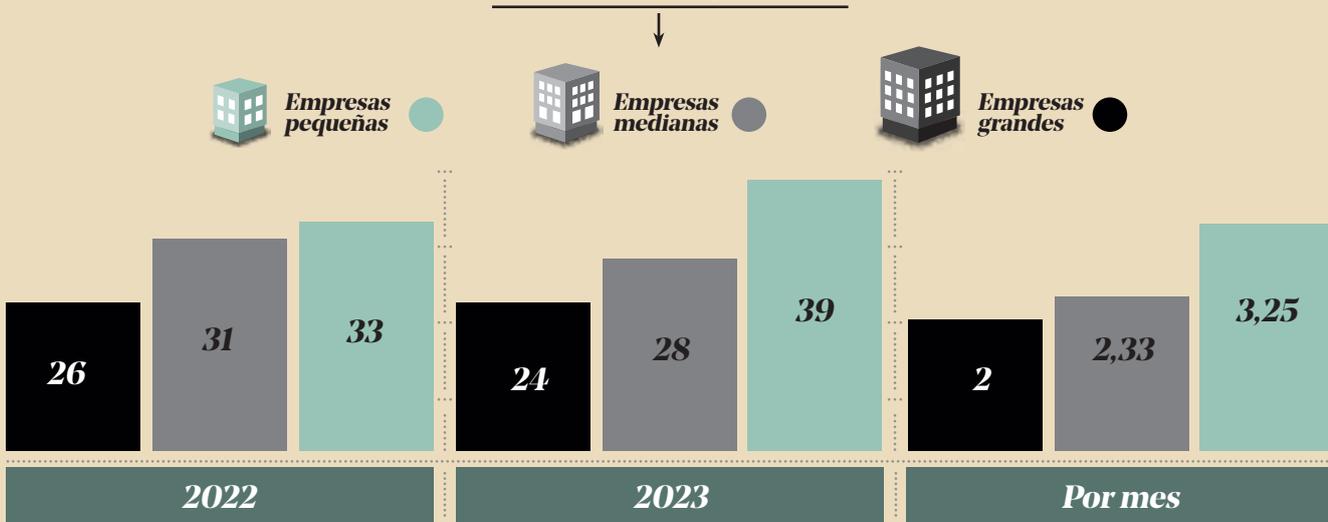
En 2023, los sectores que mejor han pagado el kilometraje han sido, por este orden: financiero, construcción y servicios profesionales.

De esta forma, el sector de la salud y el mayorista desaparecen del podio; el sector financiero mantiene el número 1 de 2022 y se incorporan dos sectores nuevos: la construcción y servicios profesionales.

Al hacer un estudio retrospectivo de los datos recogidos en los informes anteriores, vemos que cada año el ranking ha variado, los sectores que aparecían con mayor frecuencia en las primeras posiciones eran

las finanzas, la salud y la asistencia social, aunque en 2023 la segunda y la tercera posición caen para dejar paso a los sectores anteriormente mencionados. Así que se puede concluir que, en España, estos son los sectores empresariales en los que el precio del kilometraje es más alto y estable.

Promedio informes por usuario



**Tributación fiscal del kilometraje**

Entre 2005 y 2023, el importe máximo exento de tributación y de Seguridad Social para gastos de kilometraje había sido de 0,19 euros por kilómetro. Aunque este importe no era de cumplimiento obligatorio, sí establecía un límite a las exenciones fiscales.

Sin embargo, con la reforma de 2023, este tope se ha incrementado a 0,26 euros por kilómetro, cantidad que ahora estará exenta de tributación en el Impuesto sobre la Renta de las

Personas Físicas (IRPF) y de cotización en la Seguridad Social.

La exención en el IRPF implica que la cantidad recibida por el trabajador en concepto de kilometraje no se considerará ingreso imponible. Es decir, el trabajador no deberá pagar impuestos sobre esta cantidad, y la empresa tampoco aplicará una retención de IRPF sobre ella.

En cuanto a la Seguridad Social, la exención significa que los gastos de kilometraje no se incluirán en el cálculo de las

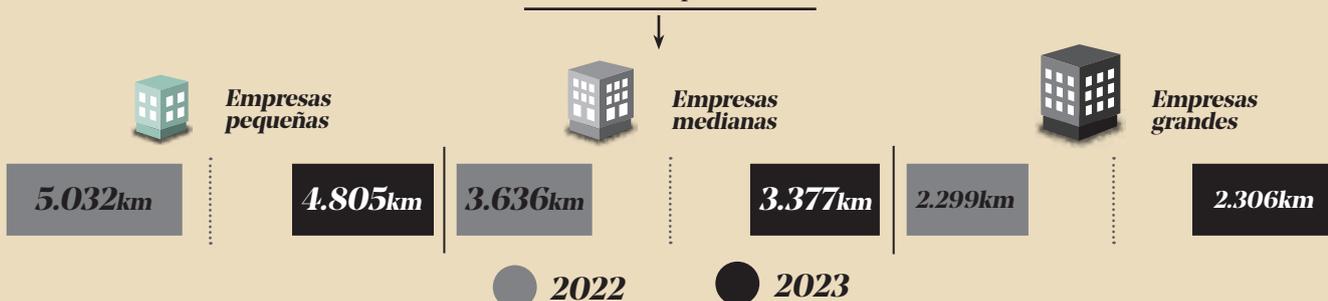
**“En 2023, los sectores que mejor han pagado el kilometraje han sido el financiero, la construcción y los servicios profesionales”**

cotizaciones sociales, tanto las que corresponden al trabajador como las que cubre la empresa.

Cabe recordar que los gastos de kilometraje deben cubrir el combustible y los gastos relacionados con el desgaste ocasionado al vehículo y sus posibles averías. También entran dentro de esta protección, aunque de manera proporcional, el seguro y los impuestos relacionados con el vehículo como el circulación o matriculación.

Quedan fuera de este concepto los peajes y los parkings. En este caso deberán ser compensados a través de notas de gastos, pero no como gastos de kilometraje.

Promedio km por usuario

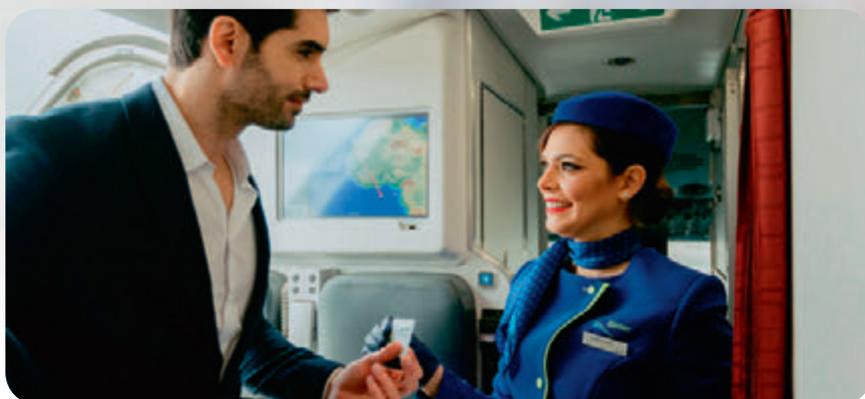


# Viajar a Canarias con todas las ventajas del **MODO CANARIO**



La entrada de Binter en el corredor aéreo entre Madrid y Canarias el pasado mes de febrero ha supuesto la ampliación de la oferta, no solo en número de asientos, sino también en opciones de servicio al pasajero, ya que el producto de Binter es diferente al que solemos encontrar en otras aerolíneas. Ellos lo denominan 'Modo Canario' e incluye servicios a los que los pasajeros del archipiélago están acostumbrados cuando viajan entre las islas, como el equipaje de mano, un aperitivo de cortesía o el entretenimiento a bordo.

La compañía ha creado su oferta pensando en el bienestar del pasajero a lo largo de todo el proceso del vuelo, desde su adquisición hasta que llega a su destino y la diferencia se nota en el trato excelente de sus tripulaciones, en el confort de sus aviones, con más espacio para las piernas y filas de dos asientos, sin el incómodo asiento de en medio, y en muchos detalles más, como el menú de cortesía que reparten a todos los pasajeros con bebidas y café o té y que hace las delicias de los viajeros, o los vuelos en conexión gratuitos con cualquier aeropuerto de Canarias.



*"Con su amplia oferta de vuelos con Madrid, con 8 conexiones diarias con Tenerife y 8 con Gran Canaria, y las mejoras introducidas en su tarifa Flexiplus, Binter se convierte en una gran opción para los viajeros de negocios"*

Con todas estas ventajas, Binter se convierte en una gran opción para volar a cualquiera de sus 26 destinos, 15 de ellos en España (Península y Baleares), 8 en África Occidental y 3 en las islas portuguesas. Además, su amplia oferta de vuelos con Madrid, con 16 conexiones diarias, 8 con Tenerife y 8 con Gran Canaria, y las mejoras introducidas en su tarifa Flexiplus, la compañía canaria se convierte en una gran opción para los viajeros de negocios.

## **GRAN FLEXIBILIDAD EN LOS CAMBIOS DE VUELOS**

Las últimas novedades de la tarifa Flexiplus de Binter permiten a los pasajeros de la compañía que hayan adquirido esta tarifa adelantar o atrasar su vuelo para viajar dentro del mismo día, sin pagar por ello ningún tipo de penalización

ni coste por diferencia de precio, manteniendo el trayecto.

Para realizar estos cambios no es necesario ir al aeropuerto, sino que puede hacerse en cualquier momento y cómodamente desde la aplicación móvil de la aerolínea, su web o por teléfono, como se hace en sus rutas en Canarias. Esta ventaja se aplica a todos los trayectos con Madrid, con independencia de la isla de origen o destino y aunque se incluya en vuelo en conexión.

A este atractivo beneficio, se suman ventajas de la tarifa Flexiplus como el acceso a las Salas VIP de los aeropuertos y al fast track, embarque también prioritario, sin olvidar la elección de asientos en filas preferentes o la posibilidad de facturar, en mostradores exclusivos de la compañía, hasta dos piezas de equipaje en bodega sin coste alguno.

# Perú:



**Machupicchu, Cusco**  
© Daniela del Carpio / Promperú

**P**ero, ¿exactamente por qué? ¿Es acaso por las experiencias que Perú ofrece en cada destino? ¿Las actividades únicas, los venues precisos para el turismo de reuniones? Perú es la alternativa perfecta para que tu siguiente reunión empresarial sea un éxito rotundo.

Perú goza de una característica esencial: es multidiverso. Nevados altiplánicos se suman a una amazonía que conecta el cielo con la tierra. Es el marco más propicio para que la creatividad aflore, mientras se explora la geografía que tiene el país, en una ubicación privilegiada para este tipo de turismo.

Ahora imagina cómo todo este conjunto característico de Perú puede elevar al siguiente nivel tu próxima reunión empresarial, de integración o negocios.

Partamos con un ejemplo: Una reunión de integración social, de camaradería o celebración de objetivos cumplidos puede convertirse en una experiencia única, gracias a la exquisita gastronomía peruana. Una de las cocinas más renombradas del

mundo, que tiene su origen en el mestizaje de culturas y fusión de ingredientes autóctonos. A esta receta, se suma la creatividad y talento de sus cocineros, para dar un sabor y personalidad única a cada plato.

Pero, ¿qué hacer cuando se acaba la comida? Pues, continuar el recorrido.

## Escenarios naturales sin igual

Los escenarios naturales que tiene Perú conforman el ambiente más adecuado para un brainstorming exitoso, con ideas que brotan únicamente cuando la mente está en armonía con la naturaleza y el entorno adecuado para ello. Se agrega a la fórmula espacios óptimos, equipados con tecnología y recursos que aseguran la excelencia necesaria que tu marca o empresa requiere para brindar un meet inolvidable de incentivos.

Estar en Perú y perderse la oportunidad de un networking en contacto con la naturaleza no estaría bien. Solo por nombrar algunos escenarios inolvidables: Loreto, Lima, Cusco, Ica, Arequipa.

Las experiencias trascendentales que disfruta un equipo dispuesto a maravillarse y construir momentos únicos no son pocas: El Río Amazonas y su biodiversidad que puede ser explorada a través de cruceros de lujo; el Centro Histórico de Lima y la Costa Verde con una vista incomparable al Océano Pacífico. Vivir el recorrido del tren hacia Machupicchu en Cusco, apreciando el Valle Sagrado. En Ica, recorrer el desierto de Huacachina, sobrevolar las Líneas de Nasca para apreciar sus enig-



**Turismo Vivencial, Cusco**  
© Daniela del Carpio / Promperú

# La elección natural para viajes de incentivos

**El destino ideal para tu próximo viaje de incentivo definitivamente es Perú.**

máticas figuras, y finalmente, en el mar, pasar por la Reserva Nacional de Paracas y las Islas Ballestas. En Arequipa, en el Cañón del Colca, apreciar el espectáculo majestuoso del vuelo del cóndor. Todo esto sumado a una increíble gastronomía caracterizada por utilizar técnicas milenarias que perduran hasta hoy. Un ejemplo es el uso del batán, un utensilio ancestral que se utiliza para moler los ingredientes como el ají panca, rocoto, maíz o hierbas aromáticas, las cuales combinadas crean platos emblemáticos como el rocoto re-

lleno, la ocopa o el adobo. Sin embargo, Perú no solo es lo que tiene por ofrecer a simple vista. También cuenta con una ubicación estratégica. Perú está en el corazón de América del Sur, lo que lo convierte sin duda alguna en un punto de encuentro idóneo para delegaciones de toda la región y de otros continentes también. Además, el país cuenta con un moderno aeropuerto internacional en Lima, que conecta con las principales ciudades del mundo y desde luego, con 18 departamentos del Perú.

No debemos dejar de lado la relevancia del factor humano y el nivel de servicio que aporta. La calidez, amabilidad e identidad del pueblo peruano hacen que los visitantes se sientan bienvenidos, incluso cuando el motivo que los lleva es el turismo de negocios. Están listos para que su trato y entrega sea motivo de volver a elegir Perú por su servicio también. La cultura e historia del país añaden un valor especial a cualquier evento de integración o conexión, proporcionando experiencias que dejan huella, como el turismo comunitario.

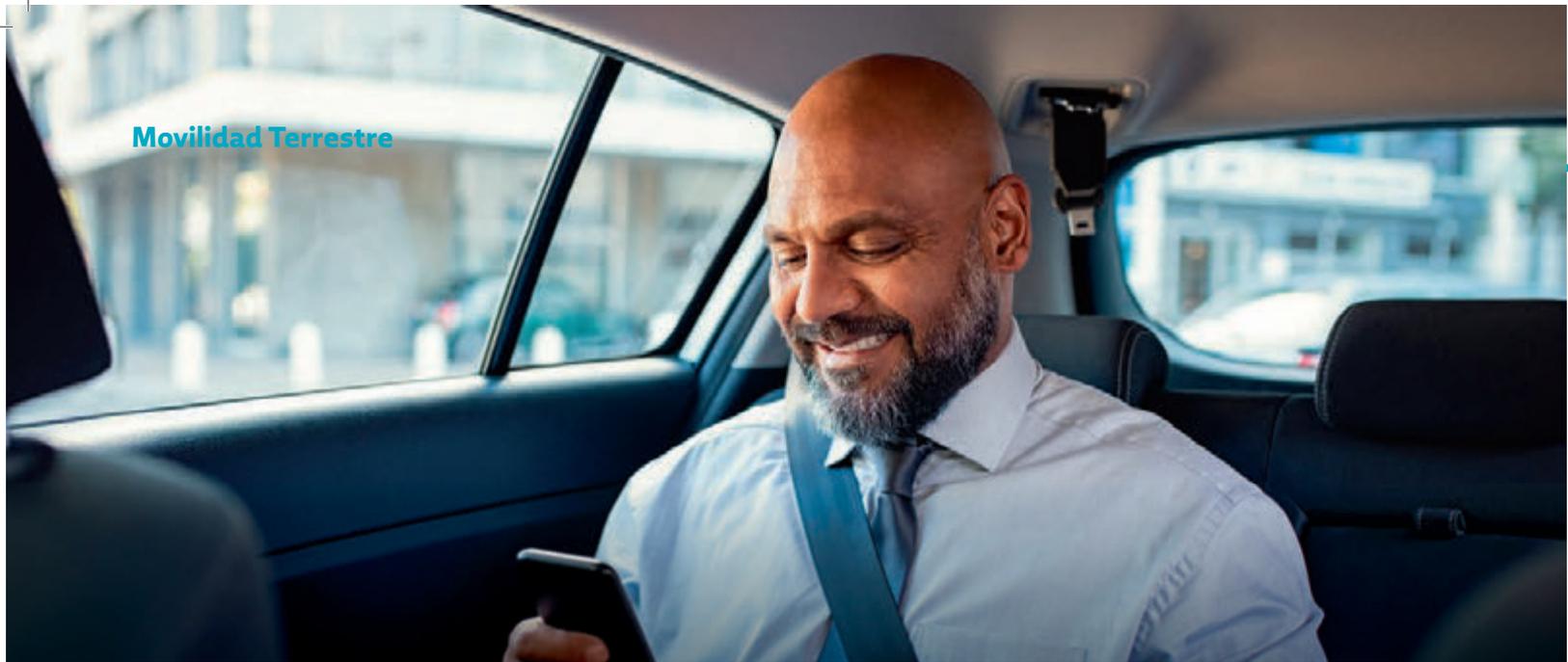


## Turismo sostenible y responsable

Perú está trabajando activa y continuamente en promover el turismo sostenible y responsable. Esto se puede traducir en un punto a favor para empresas que buscan alinear sus eventos con prácticas éticas y respetuosas con el medio ambiente, en armonía con uno de los países con mayor biodiversidad en todo el planeta. No obstante, no se trata solo de la naturaleza, sino también de lo que puede ofrecer a niveles infraestructurales. Lima, por ejemplo, es un centro de negocios en crecimiento con un ambiente em-

presarial dinámico en sectores clave como tecnología, finanzas y banca, marketing, ingeniería empresarial, turismo y más.

Estos argumentos resaltan cómo Perú y su amplia oferta puede ser el lugar perfecto para el siguiente viaje de incentivo de tu empresa, ofreciendo una combinación única de oportunidades profesionales y experiencias culturales que enriquecerán la visita de tus contactos y socios.



# Cómo mejorar la movilidad terrestre: Eficiencia, Seguridad y Sostenibilidad

Las empresas de servicios de movilidad terrestre ofrecen soluciones seguras, sostenibles y prácticas para los desplazamientos corporativos. Unos servicios que benefician a las empresas, pero especialmente a los empleados, mejorando la comodidad y la eficiencia de sus movimientos laborales, así como la seguridad.

Los desplazamientos de los empleados se han convertido en un aspecto crucial para la eficiencia y productividad de las organizaciones. Con el avance de la tecnología, las propuestas de empresas de Mobility as a Service (MaaS) se están consolidando como una alternativa habitual para satisfacer las necesidades de movilidad de los empleados en entornos corporativos.

Estos servicios, que ofrecen una variedad de beneficios, no solo mejoran la comodidad de los traslados, sino que también abordan cuestiones clave como la seguridad, la sostenibilidad y la practicidad, especialmente en situaciones tan habituales como la vuelta a casa después de horas extra cuando es difícil encontrar transporte público, tras un evento corporativo o cuando se necesita ofrecer movilidad a un cliente externo.

## Seguridad

La seguridad de los empleados es una prioridad para cualquier empresa, especialmente cuando se trata de desplazamientos nocturnos o fuera de los horarios

laborales habituales. Los servicios de aplicaciones como Freenow, ofrecen diversas características que proporcionan un nivel de seguridad superior al de los taxis tradicionales o el uso de transporte público.

### · Seguridad personal y trazabilidad:

Los conductores de estas plataformas están sometidos a estrictos procesos de selección y verificación, lo que garantiza que el personal al volante cumpla con ciertos estándares de fiabilidad. Además, las aplicaciones permiten a los pasajeros compartir su ubicación en tiempo real con amigos

o colegas, lo que añade una capa adicional de seguridad durante el trayecto. La posibilidad de rastrear el recorrido en tiempo real a través de la app también contribuye a una mayor tranquilidad.

### · Riesgos minimizados en desplazamientos nocturnos o después de eventos:

Tras una jornada laboral extensa o después de un evento corporativo, los empleados pueden sentirse inseguros al optar por medios de transporte convencionales. Los servicios de movilidad terrestres garantizan un traslado cómodo y seguro, reduciendo

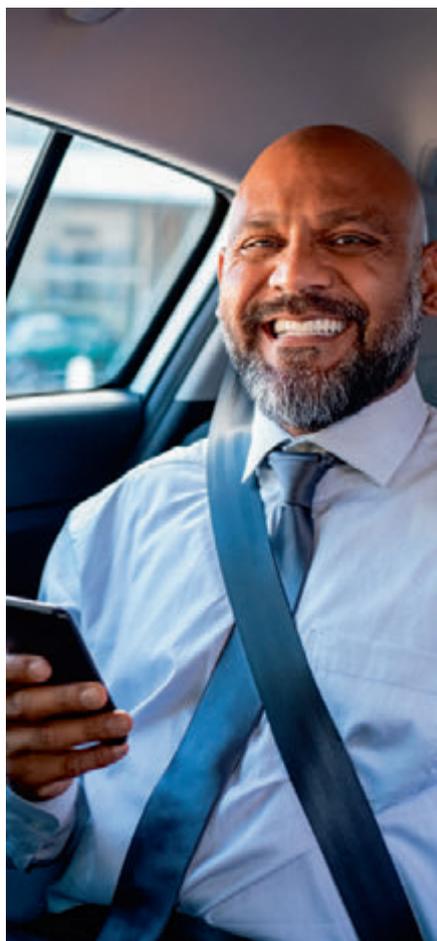


los riesgos asociados con el uso de transporte público a altas horas de la noche o los desplazamientos en vehículos privados sin la debida preparación.

De hecho, según un estudio realizado por FREENOW a Travel Managers y viajeros de negocios, el taxi es el medio de transporte de terceros más seguro con un 50%. Por detrás se colocan el coche de alquiler (43%) y el transporte público (26%).

Además, la seguridad es el criterio más importante a la hora de elegir proveedores de transporte terrestre para los desplazamientos corporativos, por delante de la gestión de costes (47%) o la fiabilidad (44%).

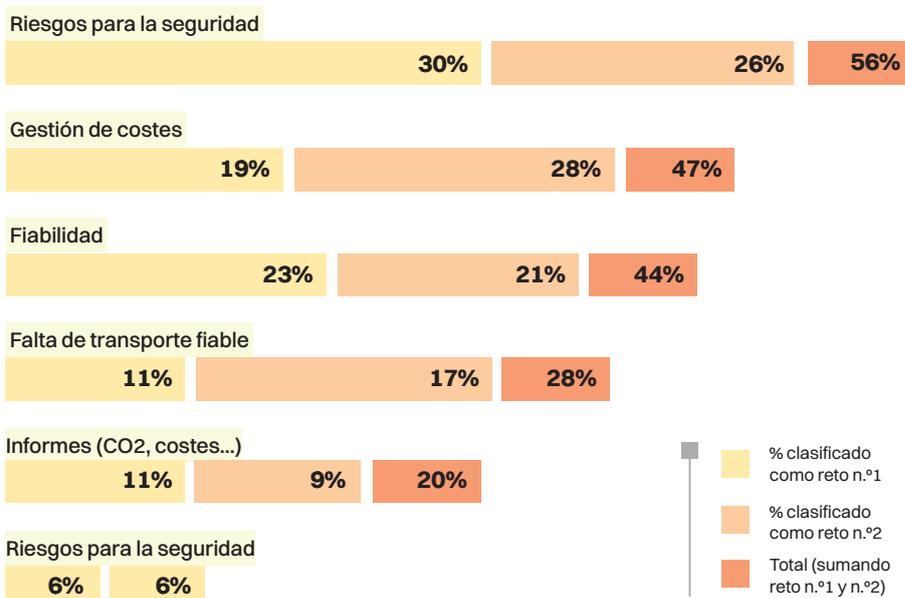
Sin embargo, poco más de la mitad (55 %) de las empresas consideran el transporte terrestre "siempre" o "a menudo" dentro de las políticas de prevención de riesgos.



## Sostenibilidad

Las compañías englobadas en el sector MaaS tienen la sostenibilidad en su ADN. En este sentido, las medidas adoptadas y sus políticas de vehículos están alineadas con los objetivos de sostenibilidad de la mayoría de sus empresas clientes.

## ¿Cuál es el reto más importante al que se enfrenta tu empresa con respecto al transporte de última milla?



\*Fuente: Freenow

- **Flotas de vehículos eficientes:** Estas plataformas cuentan con un importante parque móvil de vehículos eléctricos o híbridos, lo que contribuye a la reducción de las emisiones de CO2 en los desplazamientos urbanos. Incluso ofrecen la posibilidad de solicitar que nuestro desplazamiento se realice con un vehículo de estas características, cumpliendo así con la política de viajes de la empresa que así lo desee.

- **Uso compartido de vehículos:** También es posible utilizar un sistema de uso compartido de vehículos, reduciendo la cantidad de coches en circulación. Ello no solo contribuye a disminuir la congestión del tráfico y la contaminación, sino que hace que los desplazamientos corporativos sean más eficientes y eficaces. Si dos compañeros de trabajo deben ir a la misma reunión fuera de la oficina, ¿por qué viajar en dos vehículos diferentes?

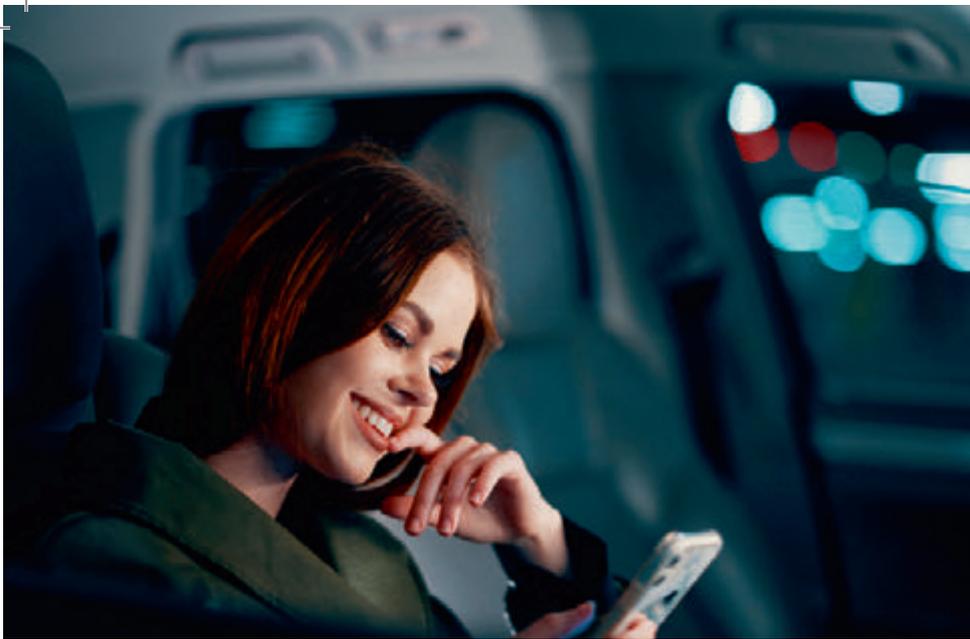
**“La seguridad es el criterio más importante a la hora de elegir proveedores de transporte terrestre para desplazamientos corporativos, por delante de la gestión de costes o la fiabilidad”**

## Practicidad y flexibilidad

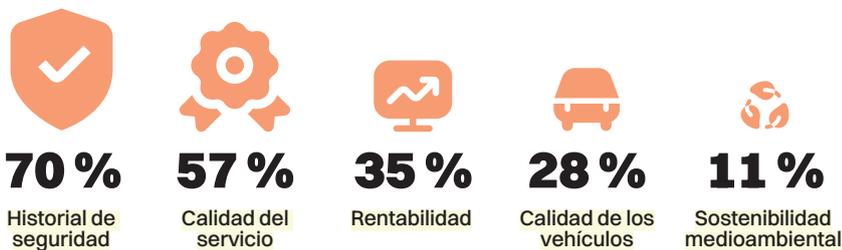
La flexibilidad y la comodidad son dos de los aspectos más valorados por las empresas cuando eligen un sistema de movilidad terrestre para sus empleados.

- **Disponibilidad 24/7:** La gran disponibilidad horaria, así como la posibilidad de reservar con antelación, permite utilizar estos servicios incluso después de horas extra o tras eventos que finalizan tarde. La facilidad de solicitar un viaje en cualquier momento a través de una app hace que este tipo de transporte sea más accesible y conveniente, eliminando la necesidad de esperar en la calle o recurrir al transporte público, que puede no ser tan seguro o confiable.

- **Adaptación a necesidades específicas:** Las empresas pueden personalizar los servicios de movilidad según las necesidades específicas de sus empleados. Por ejemplo, si se tiene que realizar un desplazamiento para llevar a un cliente externo a una reunión o evento, se puede asegurar que el vehículo sea apropiado para este tipo de trayecto, con opciones de mayor confort o vehículos que ofrezcan una mayor capacidad. Esta flexibilidad permite a las empresas proporcionar una experiencia de movilidad adecuada a todo tipo de perfiles.

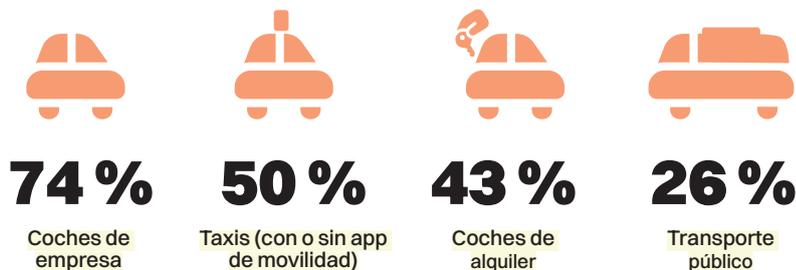


### ¿Qué criterios son los más importantes a la hora de seleccionar un proveedor de soluciones de última milla?



\*Fuente: Freenow

### ¿Qué medios de transporte terrestre consideras más seguros?



\*Fuente: Freenow



### Una solución también para eventos

El éxito de un evento depende de muchos factores. Y la movilidad es uno de ellos. ¿Cómo llegan los asistentes? ¿Cómo regresan a su punto de origen cuándo termina el evento? De ahí que compañías especializadas como FREENOW pongan a disposición de las empresas soluciones específicas para que la movilidad de un evento no sea un dolor de cabeza.

FREENOW simplifica la planificación de desplazamientos, proporcionando un medio de transporte cómodo, fiable y seguro.

También se simplifica la gestión de gastos. En este sentido, podemos seleccionar si es el organizador o el asistente quien se hace cargo del pago del desplazamiento. O incluso decidir qué desplazamientos concretos de asistentes correrán a nuestro cargo.

La sostenibilidad tampoco puede quedar de lado en estos casos. Para minimizar al máximo la huella medioambiental del evento, la flota de taxis de FREENOW permite elegir, por ejemplo, vehículos eléctricos.

Por otro lado, el software de gestión de viajes de empresa está diseñado para gestionar eventos de todos los tamaños, pudiendo disponer de un gran número de vehículos si así se desea.

**“El uso de servicios de MaaS en el ámbito corporativo es una tendencia en crecimiento que beneficia tanto a los empleados como a las empresas”**

Como consecuencia de todos los elementos anteriores, ofrecer un buen servicio de movilidad, repercutirá en la satisfacción de los asistentes, reforzando la percepción del éxito del evento y nuestra imagen de marca.

Como se puede comprobar, el uso de servicios de MaaS en el ámbito corporativo beneficia tanto a empleados como a empresas. Con la incorporación de soluciones tecnológicas, a la par que sostenibles, las empresas no solo mejoran la experiencia de sus empleados en sus desplazamientos profesionales. Poder gestionar y personalizar los traslados permite a las empresas optimizar el tiempo y los recursos de manera efectiva, lo que repercute en un ambiente laboral más seguro, eficiente y respetuoso con el medio ambiente.

# MADRID, NUEVAS HERRAMIENTAS PARA REUNIONES SOSTENIBLES



Madrid, en su apuesta por la sostenibilidad en el ámbito del turismo de reuniones ofrece a los organizadores, a través de **Madrid Convention Bureau**, diferentes herramientas para llevar a cabo sus encuentros de forma sostenible en la ciudad.

## Guía MICE de Sostenibilidad

Esta publicación, descargable desde [esmadrid.com/mcb](http://esmadrid.com/mcb), aborda la sostenibilidad desde la perspectiva ecológica, económica y social. La guía parte del análisis de los diferentes actores implicados en la organización de una reunión, con información práctica sobre la aplicación específica de los ODS en cada uno de los casos.



## Herramienta online PLUS, Legacy with US

En 2021, Madrid Convention Bureau puso en marcha la primera herramienta digital de gestión integral de la sostenibilidad y el legado, **PLUS, Legacy with US**.

Esta herramienta permite la generación de informes de sostenibilidad específicos para cada reunión en Madrid, con recomendaciones para **minimizar el impacto ambiental y social de cada reunión** y calcular, a posteriori, **la huella de carbono generada**.

Una de las últimas incorporaciones, en relación con la huella de carbono, es la clasificación que ahora ésta puede hacer, en función del alcance de las emisiones (emisiones directas, indirectas y en la cadena de suministro).



## Legado e impacto positivo

Entre los objetivos de Madrid Convention Bureau, está también apoyar a las asociaciones y entidades privadas que quieran que su reunión o evento contribuya a generar un **cambio beneficioso para la ciudad y tengan un impacto positivo en la ciudad**.

Con esta finalidad, el nuevo **Directorio de Entidades Sociales**, que cataloga un número elevado de entidades madrileñas del sector terciario, permite conocer las múltiples acciones de impacto positivo que incorporaran en los programas de cualquier reunión o evento. Este directorio está incluido en la plataforma PLUS, Legacy with US y en [esmadrid.com/mcb](http://esmadrid.com/mcb), tanto en inglés como en español.

Son muchas las posibilidades que ofrece Madrid para acoger cualquier tipo de reunión o evento de una forma sostenible, conscientes de que todos juntos construimos un futuro más verde. Para Madrid, para el planeta.

[esmadrid.com/mcb](http://esmadrid.com/mcb)

member of

**BestCities**  
GLOBAL ALLIANCE



**MADRID  
CONVENTION  
BUREAU**



## American Airlines conectará Madrid y Chicago el próximo verano

La aerolínea norteamericana ha anunciado cinco nuevos vuelos con destino Europa para su programa de verano 2025.

Aunque los programas de invierno están a punto de iniciarse, la mayoría de aerolíneas ya están anunciando su operativa para el próximo verano. Es el caso de American Airlines (AA), que añadirá cinco nuevas rutas hacia Europa.

Como parte de su plan de expansión de destinos transatlánticos, la aerolínea reanudará sus vuelos a Edimburgo, Escocia (EDI) por primera vez desde 2019, y también lanzará nuevas rutas a Atenas, Madrid, Milán y Roma.

En concreto, AA conectará por primera vez su hub en Chi-

cago (ORD) con Madrid (MAD), una nueva ruta que se sumará al Dallas-Barcelona. En ambos casos, con vuelos de frecuencia diaria a partir del 30 de marzo.

American Airlines también incrementará su presencia en Italia en 2025 con una nueva ruta desde Miami (MIA) a Roma (FCO) y desde Philadelphia (PHL) a Milán (MXP). Con esta expansión, American será la aerolínea estadounidense con más conexiones a Roma, sirviendo a la capital italiana desde seis aeropuertos en EE. UU.

AA también estrenará ruta entre Charlotte (Carolina del Norte) y Atenas, con cuatro vuelos diarios.

## Nuevo acuerdo de NDC entre Amadeus y Delta Airlines

Amadeus y Delta Air Lines han firmado un nuevo acuerdo de distribución global, que refuerza su colaboración a largo plazo y reafirma el compromiso de ofrecer mayor valor y opciones a los viajeros.

El nuevo acuerdo sienta las bases para la introducción de las capacidades NDC (New Distribution Capability) y seguirá proporcionando a los vendedores de viajes conectados con Amadeus acceso a la gama completa de contenidos de Delta.

La nueva colaboración se basa en la visión compartida de las empresas de modernizar la distribución de las aerolíneas y mejorar la experiencia del cliente.

A través de Amadeus Travel Platform, Delta se benefi-

cia de la capacidad de ofrecer más opciones a los viajeros, incluida una amplia gama de productos y servicios complementarios.

La plataforma de Amadeus seguirá ofreciendo el contenido de Delta a través de múltiples canales, incluidos Amadeus Selling Platform Connect, Amadeus Web Services y Cytric Easy. Esto garantiza que los vendedores y compradores de viajes de todo el mundo puedan comprar, reservar y utilizar fácilmente la gama completa de productos y servicios de la aerolínea.

El acuerdo se une al recientemente alcanzado entre Amadeus y United Airlines, que incluye tanto New Distribution Capability (NDC) como contenido EDIFACT.

## El contenido de Ryanair, ya disponible en SAP Concur

Ryanair y SAP Concur ya han puesto a disposición de los viajeros de negocios sus tarifas y horarios en la aplicación Concur Travel a través de la función Air Connector.

De esta forma, las empresas y viajeros de negocios que utilizan SAP Concur ya pueden acceder a los 3.600 vuelos diarios de Ryanair que operan en 240 aeropuertos de 37 países.

Además, gracias al contenido disponible, podrán acceder a toda la gama de tarifas de la aerolínea, incluidas sus principales opciones de tarifas bajas.

Ryanair contará próximamente con la integración de Concur TripLink, para una experiencia de viaje de negocios aún mejor. De esta forma, el itinerario y recibo se enviará automáticamente a los viajeros de negocios desde Ryanair a Concur Travel y Concur Expense, facilitando el cumplimiento de

políticas, el deber de protección de los empleados y la gestión del informe de gastos correspondiente, con el objetivo de facilitar la gestión de políticas, las obligaciones de diligencia debida y los informes de gastos. Durante la primera mitad de 2025 estará activa la conexión con Concur TripLink, una vez esto suceda los viajeros solo tendrán que vincular su cuenta y con ello la reserva fluirá desde Ryanair al nuevo Concur Travel.





# MICE Catering: tu socio estratégico para eventos corporativos **exitosos**

**P**ara los *travel* y *event* managers, la organización de eventos corporativos exitosos requiere un equilibrio perfecto entre logística, servicios y experiencia. **MICE Catering no solo ofrece soluciones gastronómicas excepcionales, sino que tam-**

**bién facilita la planificación integral al ayudar a localizar y reservar espacios sin coste adicional.** Con más de 200 espacios en Madrid en su directorio, es el aliado estratégico que garantiza un evento sobresaliente de principio a fin.

## A la vanguardia de las últimas tendencias

La industria del catering está en constante evolución. Y en MICE Catering se mantienen a la vanguardia de las últimas tendencias. Los eventos corporativos actuales exigen menús saludables, sostenibles y adaptados a diversas dietas. Su oferta incluye opciones vegetarianas, veganas y sin gluten, con estaciones interactivas que permiten a los asistentes personalizar sus platos. Estas tendencias no solo elevan la experiencia culinaria, sino que también refuerzan la imagen de innova-

ción y atención al detalle de las empresas organizadoras. Sus chefs diseñan los menús para ofrecer experiencias gastronómicas que sorprendan a los asistentes, manteniendo siempre un enfoque en la calidad y la presentación.

Uno de los mayores desafíos en la organización de eventos es encontrar el espacio adecuado. En MICE Catering no solo se encargan del catering, sino que ofrecen un servicio adicional de localización y reserva de espacios sin coste alguno.

Su **directorio incluye más de 200 espacios en Madrid**, desde salas de conferencias y auditorios, hasta lugares exclusivos para cenas de gala o presentaciones de alto nivel. Este servicio integral no solo simplifica el proceso de planificación, sino que optimiza tiempo y recursos.

MICE Catering ofrece una solución completa, que cubre tanto la experiencia gastronómica como la logística del evento. De esta forma, cada evento se realiza en un entorno adecuado, optimizando el impacto y el éxito del mismo.

El servicio al cliente es fundamental para el éxito de cualquier evento. Y en MICE Catering lo saben bien.

Su servicio excepcional cuida hasta el último detalle. Un **equipo de profesionales altamente capacitados**, trabajan mano a mano con los *travel* managers para garantizar que todo salga perfecto, desde la planificación inicial hasta la ejecución en el día del evento. Incluso ante los inevitables cambios de última hora, su equipo está preparado para adaptarse a cualquier circunstancia, siempre manteniendo la calidad y la

**“MICE Catering ofrece una solución completa para *travel* managers, que incluye tanto una experiencia gastronómica personalizada como la localización y reserva del espacio sin coste adicional.”**

profesionalidad. Esta flexibilidad y compromiso con la excelencia es lo que permite superar las expectativas de sus clientes y asistentes.

Con MICE Catering, los *travel* y *event* managers pueden estar seguros de que cada aspecto del evento está en las mejores manos, desde la selección del espacio hasta la última copa servida. En definitiva, MICE Catering es mucho más que un proveedor de catering. Es un aliado estratégico para la creación de experiencias inolvidables en el ámbito corporativo.



## FREENOW integra Alipay+

Con el objetivo de mejorar la experiencia de los viajeros asiáticos, FREENOW ha integrado las soluciones de pago móvil transfronterizo de Alipay+.

Esta integración estará disponible en esta aplicación de movilidad en 7 países europeos: España, Alemania, Irlanda, Italia, Francia, Grecia y Austria.

Alipay+, un conjunto de soluciones tecnológicas de digitalización y pagos móviles transfronterizos, ha desarrollado un miniprograma que

permite a los turistas asiáticos reservar un taxi FREENOW y pagar con uno de los tres e-wallets: Alipay (China continental), AlipayHK (Hong Kong RAE, China) y Touch 'n Go eWallet (Malasia), como si estuvieran en su país de origen.

Además, en el caso de los usuarios de AlipayHK podrán ganar premios personalizados con cada viaje FREENOW que realicen, lo que supone otra ventaja para los viajeros de la región de Hong Kong.



## El sector MICE despidió el verano en Hilton Diagonal Mar

Más de 100 profesionales del sector MICE & business travel asistieron al evento "Volvemos con fuerza" organizado por Hilton en uno de sus mejores establecimientos: el Hilton Diagonal Mar de Barcelona.

El afterwork, que tuvo lugar el pasado mes de septiembre, sirvió para reunir a las principales agencias de eventos, grupos y viajes corporativos de Cataluña, en un ambiente distendido y único que sirvió para despedir el verano y afrontar con energía el últi-

mo tramo del año, uno de los más importantes para el segmento MICE.

IBTA no quiso perderse este reencuentro y asistió al evento, coincidiendo con Olga Rodríguez, Account Director de Hilton.

El evento se celebró en el espacio Purobeach Barcelona, uno de los lugares más especiales del Hilton Diagonal Mar, un oasis urbano único y que ha sido seleccionado como uno de los mejores beach club del mundo por Conde Nast Traveler.

## El Gran Meliá Villa Le Blanc será neutro en carbono al finalizar el año

El hotel Gran Meliá Villa Le Blanc, ubicado en Menorca, conseguirá alcanzar su neutralidad en carbono al finalizar el año.

Concebido como proyecto-piloto de hotel energéticamente neutro en carbono en los alcances 1 y 2, este establecimiento se levantó sobre la estructura de un antiguo hotel de Meliá Hotels International donde se incorporaron las instalaciones y sistemas de última generación para convertirse en un hotel eficiente en la gestión energética e hídrica.

Basándose en los manuales de construcción sostenible del Grupo, el diseño maximiza el aprovechamiento de la ventilación natural gracias al trazado

de los espacios, los patios y las corrientes, y combina criterios y sistemas de eficiencia energética con la utilización de energías renovables, compradas y autogeneradas en el hotel.

El "mix" energético empleado por el hotel prioriza la energía procedente de biomasa- fundamentalmente pellets o restos vegetales adquiridos en la propia isla de Menorca- la electricidad de origen renovable certificada, y la producida por los 300m2 de paneles fotovoltaicos instalados, de forma que tan solo un 27% de la energía utilizada por el hotel procede todavía de combustibles fósiles.

De esta forma, tras un 2023 de rodaje y operación, el balance de emisiones del estableci-

miento correspondiente al primer semestre de 2024 se sitúa muy cerca de lograr la neutralidad energética. Esto implica que, gracias a la generación de bioenergía mediante biomasa, se habrá evitado la emisión de más de 119 TnCO<sub>2</sub> a la atmósfera, lo cual, sumado a la utilización de energía verde certificada y la autoproducción de energía fotovoltaica, suman un total de 222 Tn de CO<sub>2</sub> evitadas

entre enero y junio, es decir, el 75% de las emisiones totales potenciales.

Estos avances, que la Compañía espera ampliar en los próximos meses, permiten apuntar para final de este año al objetivo asumido por la Compañía, de convertir el Gran Meliá Villa Le Blanc en el primer hotel neutro en carbono energéticamente hablando.





## iryo conectará Barcelona y Málaga a partir de diciembre

iryo ha anunciado que a partir del próximo 15 de diciembre operará una nueva ruta transversal que conectará las ciudades de Barcelona y Málaga.

El nuevo trayecto contará con dos frecuencias al día -una ida y una vuelta-, los siete días de la semana. Tendrá paradas en Zaragoza, Madrid (20 minutos) y Córdoba, con un tiempo de trayecto total de 5 horas y 50 minutos.

El número de plazas que iryo ofertará al año para esta ruta será de 336.530. Desde Barcelona, el tren partirá a las 11:50 con llegada a las 17:42, mientras que la salida con ori-

gen en Málaga tendrá lugar a las 11:35 con llegada a las 17:37.

Es la segunda conexión de iryo que une el noroeste con el sur de España, al sumarse a la ruta entre Barcelona y Sevilla disponible desde 2023.

El operador privado de Alta Velocidad, participado por los socios de Trenitalia, Air Nostrum y Globalvia, también ha anunciado que ya ha cargado en su web el 70% de los billetes para viajar durante todo 2025 a las ciudades donde opera. De esta forma, se convierte en el primer operador ferroviario en abrir la venta para el próximo año.

## Relevo en la dirección de SIXT España

SIXT España ha informado de cambios en la dirección de la compañía tras el anuncio de la jubilación de Estanislao de Mata Pérez, hasta ahora máximo dirigente de la filial alemana en nuestro país.

Tras 16 años liderando SIXT en España, Estanislao de Mata deja paso a Corinna Moessner, actual Vicepresidenta de Operaciones España, y Jaime Bigeriego, actual Director Ejecutivo Comercial y Marketing España, que pasarán a dirigir conjuntamente SIXT España.

Este nuevo enfoque de "liderazgo compartido" sigue los pasos de otros países como Italia, "nombrando a dos de

los talentos internos de la organización como Vicepresidentes".

Estanislao de Mata se incorporó a SIXT España en 2008, solo un año después de que la compañía iniciara su operativa en el mercado español. Desde entonces, ha desempeñado un papel clave en el desarrollo y la expansión de la empresa.

Con más de 30 años de experiencia en el sector del renta car y un profundo conocimiento de los mercados turísticos, de Mata ha impulsado SIXT España hacia una importante expansión territorial y un crecimiento económico sostenido.

## Ubeeqo cambia de nombre

Europcar On Demand es el nuevo nombre de Ubeeqo, la marca de carsharing de Europcar Mobility Group.

Con este cambio de nombre, Europcar Mobility Group se afianza como proveedor de distintas opciones de movilidad con dos marcas principales -Europcar y Goldcar- y una serie de productos que abarcan la suscripción para particulares (myEuropcar), los servicios flexibles para empresas y el coche compartido con Europcar on Demand.

Ubeeqo fue una de las marcas pioneras del coche compartido en Europa. Comenzó

a operar en Madrid en 2010 y amplió su servicio a Barcelona en 2016. Hoy ofrece a sus usuarios la posibilidad de alquilar sus más de 750 coches y furgonetas de 20 modelos en más de 300 parkings y zonas de estacionamiento de las dos ciudades y sus áreas metropolitanas. Actualmente, cuenta con más

de 150.000 usuarios registrados en Madrid y Barcelona.

A diferencia de otros negocios de coche compartido, Europcar On Demand funciona con el modelo "de ida y vuelta": sus vehículos se alquilan a partir de cuatro horas o por días y se recogen y devuelven en el mismo parking.

El servicio, disponible para particulares y empresas, es completamente digital: el cliente reserva el coche o furgoneta que quiere en el parking más cercano desde su móvil, que sirve también como llave digital para abrirlo y cerrarlo.



**Europcar**  
On Demand



## Más del 20% de pasajeros sufrió retrasos aéreos en el primer semestre de 2024

Según un análisis de AirHelp, más del 20% de pasajeros aéreos experimentaron algún tipo de retraso en sus vuelos desde algún aeropuerto de España durante los primeros seis meses de este año.

El 78,5% de los desplazamientos se realizaron en el horario programado. Sin embargo, cerca de 14 millones de personas sufrieron algún tipo de retraso, aunque en la mayor parte de los casos fueron retrasos menores y que no comportaron indemnizaciones económicas según la normativa europea.

Sin embargo, casi 900.000 personas sí pudieron recibir una compensación por un retraso superior a 3 horas, cancelación de su vuelo o por la pérdida de conexión ocasionada por el retraso de un vuelo previo.

Aunque el número de desplazamientos totales en avión en la primera mitad del año se incrementó en un 8% aproximadamente respecto al año anterior, los datos de puntualidad han mejorado. En 2023, en este mismo periodo de tiempo, el 23,7% de los vuelos salieron con retraso de su aeropuerto de origen. En 2024, la tasa de los vuelos retrasados o cancelados ha descendido hasta el 21,4%.

Según AirHelp, la aerolínea nacional Iberia Express es la aerolínea más puntual. Duran-

te el tiempo estudiado, 12.000 vuelos operados por la compañía de bajo coste salieron desde aeropuertos españoles, llevando a más de 1,75 millones de viajeros a sus destinos. De todos ellos, sólo el 7% sufrió algún tipo de interrupción.

Por aeropuertos -teniendo en cuenta aquellos con más de 200 vuelos mensuales programados, los pasajeros que salieron desde Melilla han sido los más afortunados. De los 140 mil pasajeros que tomaron un vuelo desde Melilla, el 88,46% de ellos salieron en hora.

Seguido de este, están los aeropuertos de Asturias y el de Granada-Jaén que se proclaman como el segundo y tercer mejor aeropuerto de esta primera mitad del año.

Por el contrario, los aeropuertos de Mallorca, Málaga y Tenerife Sur son los aeropuertos con peor desempeño en este periodo del año, con porcentajes de puntualidad del 73,56%, 74,25%, 76,71%, respectivamente.

Por su parte, los grandes aeropuertos de Madrid y Barcelona tuvieron un nivel de tráfico aéreo de más de 15 y 12 millones de personas, respectivamente. En cuanto a la puntualidad, se sitúan en el 81,25% las salidas en hora desde el aeropuerto madrileño y en un 78,09% los vuelos desde el catalán.

## Iberia ya emite tarjetas de embarque mediante WhatsApp

La aerolínea española ha ampliado las funcionalidades de su canal de WhatsApp desde el que, a partir de ahora, ya se puede facturar y obtener la tarjeta de embarque para destinos nacionales, europeos Schengen, Reino Unido, Irlanda, Chile, Perú y Uruguay.

A través del mismo canal se pueden revisar los detalles de la reserva y recibir notificaciones sobre el estado de vuelos.

Próximamente, Iberia ha anunciado que también se podrán realizar pagos por este canal para determinados servicios, entre ellos, la compra de maletas adicionales.

Además, Iberia ha abierto un canal de Whatsapp exclusivo para los clientes Iberia Plus Platino, Infinita e Infinita Prime.

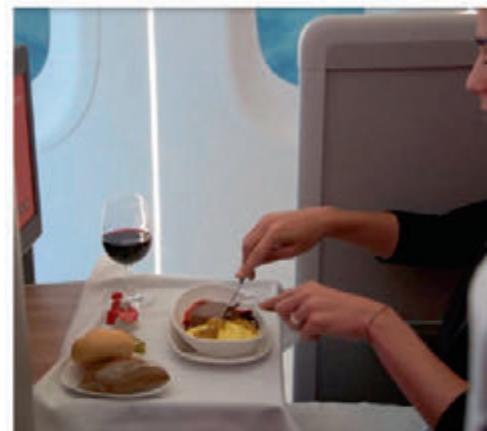
Siguiendo con sus mejores en el ámbito digital, Iberia ha añadido nuevas funcionalidades en su web y App, optimizando aspectos como el motor de búsqueda, nuevos mapas interactivos, mayor información y capacidad de personalización.

Por otro lado, la aerolínea también ha renovado los menús a bordo en los vuelos de largo radio así como las opciones de vinos y licores.

También para los vuelos de largo radio, Iberia ha implantado nuevos neceseres diseñados por Teresa Helbig, inspirados en sus uniformes para Iberia y que ya están disponibles en la clase Business y Turista Premium. Incluyen nuevos productos de cosmética natural y vegana, elaborados cien por cien en España por Uvas Frescas.

Por último, las Premium Lounges de Iberia en la T4 de Barajas presentan novedades, con una mejora en la digitalización de los servicios disponibles a los que el cliente puede acceder mediante un código QR. En las salas se han renovado también los menús, con nuevos diseños adaptados a la temporada de verano.

Por otro lado, desde el 1 de julio y hasta el 31 de diciembre, los clientes Platino, Infinita e Infinita Prime dispondrán de un bono para utilizar en sus viajes al aeropuerto con Cabify.





## TravelPerk compra AmTrav para acelerar su expansión en EEUU

TravelPerk sigue creciendo, ahora con la vista puesta en los EEUU, tras la adquisición de AmTrav. Se trata de una empresa tecnológica, con sede en Chicago y más de 30 años en el mercado, que ofrece una plataforma altamente focalizada en los viajes de negocios de PYMES. La unión de TravelPerk y Amtrav, que seguirá operando bajo su misma marca, permitirá a ambas plataformas aprovechar su propia tecnología, capacidades de inteligencia artificial (IA) y la ampliación de recursos para seguir expandiéndose en Estados Unidos.

Por otro lado, TravelPerk ha levantado recientemente una nueva línea de crédito de 135

millones de dólares liderada por Blackstone Credit & Insurance y Blue Owl Credit, dos gestores de activos alternativos líderes a nivel mundial.

Gracias a esta entrada de capital, que se suma a la reciente ronda de financiación del pasado enero que amplió la serie de inversión D1 con 104 millones de dólares, TravelPerk “cuenta con una importante base de capital para impulsar el crecimiento orgánico e inorgánico a medida que avanza para convertirse en la plataforma SaaS de viajes de negocios número 1 para pymes y empresas medianas”, según afirma en un comunicado.



## KLM realizará un vuelo de prueba con motores eléctricos en 2026r

KLM ha anunciado que realizará un primer vuelo de prueba con un avión propulsado con motores eléctricos de hidrógeno líquido y cero emisiones, en menos de 2 años.

Estos motores eléctricos de hidrógeno utilizan hidrógeno en baterías de combustible para generar electricidad, que luego se utiliza para accionar motores eléctricos que activan las hélices del avión. La única emisión es vapor de agua a baja temperatura, por lo que los estudios estiman una reducción del impacto climático de hasta el 90% en comparación con los vuelos convencionales alimentados con queroseno.

De momento, se están identificando dos aeropuertos óptimos para posteriormente tramitar los permisos regla-

mentarios para volar, garantizar el suministro de hidrógeno líquido y disponer de la infraestructura necesaria para abastecer de combustible a las aeronaves.

ZeroAvia ya ha probado exhaustivamente un prototipo de su primer motor ZA600 a bordo de un avión Dornier 228 en su base del Reino Unido. La empresa también ha realizado pruebas avanzadas en tierra en EE.UU. y el Reino Unido para las tecnologías clave del sistema ZA2000, incluidos tanques criogénicos o LH2 y sistemas propios de pila de combustible de alta temperatura y propulsión eléctrica. ZA2000 podrá utilizarse en aviones turbohélice regionales de hasta 80 plazas, como el ATR72 o el Dash 8 400.

## Meininger Hotels aterriza en España

La cadena Meininger Hotels ha elegido la ciudad de Barcelona para poner su primer pie en España, iniciando las obras de construcción de su nuevo establecimiento.

Se ubicará en la calle de la Botánica, 41, justo al lado de Fira de Barcelona 2, posicionándose como un hotel perfecto para los viajeros de negocios que visiten alguno de los múltiples eventos, ferias y convenciones que se organizan en este recinto ferial. Su inauguración está prevista para 2027.

En sus 6.000 m2 de superficie, se distribuirán un total de 162 habitaciones, con 552

camas y 30 plazas de aparcamiento.

Según Nicolas Capelle, vicepresidente de Desarrollo y Gestión de Activos de MEININGER Hotels, “la excelente ubicación en pleno recinto ferial hará las delicias de los viajeros de negocios. Con nuestra oferta de habitaciones con varias camas también ofrecemos un amplio espacio para familias, mochileros, asistentes a festivales o visitantes de eventos deportivos”.

La decisión de elegir esta ubicación no solo se debe a su proximidad a la feria, sino también a sus excelentes conexiones de transporte público.

“Seguimos ampliando nuestra cartera en Europa. Además de la nueva apertura en Barcelona, actualmente estamos planeando una propiedad en Edimburgo, que marcará nuestra entrada en el mercado del Reino Unido. Esto nos permiti-

rá entrar en nuevos mercados en los próximos años”, explica Capelle quien ha detallado que la estrategia de expansión de la compañía se centra en el crecimiento sostenible en lugar de las aperturas masivas.





## Más sostenibilidad en los vuelos de largo radio de Air Europa

Air Europa ha introducido novedades en el servicio de sus menús para clase Turista de los vuelos de largo radio con materiales más sostenibles, apostando por elementos cien por cien reciclables y biodegradables.

Desde el pasado verano, y de forma progresiva, el pasajero recibe su menú en nuevas bandejas fabricadas con materiales reutilizados, prescindiendo del uso de mantelitos de papel. Asimismo, tanto los vasos como los envases de comida son de cartón y los cubiertos a disposición de los usuarios son biodegradables, garantizando de esta manera la circularidad de todos los utensilios.

Los nuevos elementos de la oferta a bordo, que además han sido diseñados para proporcionar una mejor experiencia de uso y una gestión más eficaz por parte de la tripulación y que se suman a los ya

implantados en cabina Business, suponen un paso más en el compromiso de Air Europa con la sostenibilidad.

La visión de la aerolínea en materia de sostenibilidad se ha plasmado, un año más, en su participación en "The Aviation Challenge", reto organizado por la alianza SkyTeam y que consiste en una competición amistosa con la que se contribuye a acelerar la innovación sostenible en la industria aeronáutica.

Air Europa ha participado, de momento, con la organización de un vuelo entre Madrid y Santo Domingo, en República Dominicana, en el que, entre otras medidas, se operó con un 2% de combustible SAF en sus depósitos, se eligió la ruta más eficiente, se empleó inteligencia artificial para el reparto de la carga de catering e incluso se desplegaron vehículos eléctricos para las operaciones en tierra.



## El 66% de los viajeros incumple la política de viajes de su empresa

Una encuesta realizada por BCD Travel en todo el mundo, revela que dos tercios de los viajeros de negocios realizan reservas incumpliendo las políticas de viaje de sus empresas.

El estudio elaborado por la TMC de Ávoris Corporación se realizó tanto a viajeros de negocios (1.200) como a compradores de viajes (200 personas). En este capítulo, dos tercios de ellos consideran sus políticas de viajes extremadamente o muy efectivas.

Aunque el 95% de los viajeros saben dónde encontrar la política de viajes de su empresa y el 90% la han consultado, su cumplimiento está muy por debajo de lo que cabría esperar. Y ello a pesar de que 8 de cada 10 viajeros han consultado la política en los últimos 12 meses, y la mitad de ellos están satisfechos con ella.

Por ello, llama la atención que más de dos tercios de los viajeros se desvían de la política de viajes de su empresa.

Según BCD Travel, "esto se debe principalmente a reuniones con clientes que requieren transporte o alojamiento fuera de la política, o a la necesidad de reservar alojamientos para conferencias y eventos con proveedores no preferidos. Frecuentemente, esto implica que los empleados necesitan aprobaciones adicionales para dichas reservas no conformes".

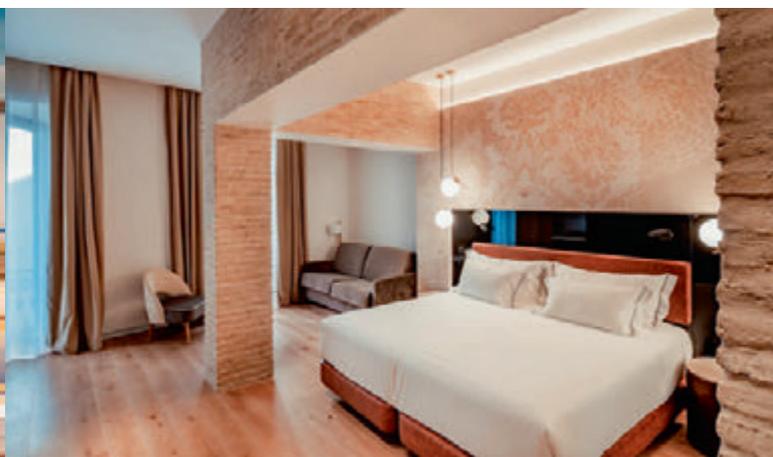
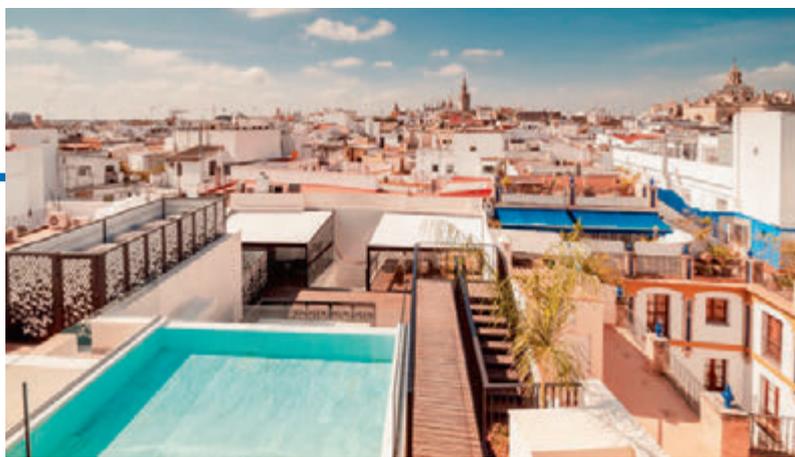
### Más flexibilidad

La encuesta refleja que más de 1 de cada 5 viajeros considera que la política de viajes de su empresa no responde a sus necesidades o es demasiado restrictiva. De hecho, 3 de cada 10 desean más flexibilidad al reservar transporte o alojamiento. Además, uno de cada cinco está interesado en más políticas que promuevan el bienestar del viajero.

Por otro lado, el estudio también muestra conclusiones sobre el impacto de la política de viajes en la retención de talento. Solo el 8% de los viajeros encuestados admiten que la política de viajes influyó en su decisión de aceptar un trabajo. Pero una cuarta parte reconoce que influye en su disposición a permanecer en la empresa.

Este impacto varía por región, siendo más significativo en APAC, donde casi la mitad de los viajeros dicen que la política podría afectar su decisión de quedarse con la empresa, en comparación con el 27% en EMEA y el 21% en América del Norte.

Craig Bailey, presidente en América de BCD, recomienda compartir la política de viajes durante el proceso de incorporación de nuevos empleados para enfatizar su importancia no sólo en términos de ahorro de costos, sino también en el cuidado del personal y la sostenibilidad.



## Vincci apuesta por el Gran Lujo con un hotel en Sevilla

Vincci Hoteles ha abierto las puertas de su tercer hotel en Sevilla con el nuevo Vincci Selección Unuk 5\* GL.

Se trata de un alojamiento de cinco estrellas categoría Gran Lujo, y es el primero de estas características que posee el grupo en Sevilla y en todo el grupo hotelero.

El nuevo Vincci Selección Unuk 5\* GL cuenta con una llave Michelin y está situado en el corazón de la ciudad, en la zona del Soho de la capital hispalense. Dispone de 34 habitaciones, su restaurante a la carta Recoveco, wellness y fitness room, terraza solárium, y una piscina en la azotea, con vistas a la Catedral y la Giralda.

Está situado en el corazón del centro histórico, cultural y comercial de la ciudad. En concreto, en el barrio del Soho Sevi-

llano, a pocos pasos de la Plaza de La Encarnación (Las Setas) y a corta distancia a pie de la Giralda y la Catedral.

Este hotel de categoría cinco estrellas Gran Lujo, que cuenta con una Llave Michelin, está compuesto por 34 habitaciones, con habitaciones Premium, Deluxe, Gran Deluxe, Junior Suite, Suite y Experiences.

Su diseño es fruto de la unión de dos casas, una tradicional sevillana y otra de estilo más moderno, que han sido reformadas y unificadas para ofrecer un ambiente exclusivo y único. Utilizando materiales nobles como la piedra y la madera, y reinterpretando elementos andaluces desde una perspectiva contemporánea, el alojamiento combina lo mejor de la tradición y la modernidad. Su nombre, Unuk, hace referencia

a la estrella más brillante de la constelación Serpiente con un tamaño 15 veces más grande que el Sol, lo que permite verla desde la Tierra.

El establecimiento ofrece una amplia gama de instalaciones y servicios de primer nivel. Es el caso de la pequeña piscina en la azotea, que ofrece vistas panorámicas de Sevilla, incluyendo la Catedral y la Giralda. Además, cuenta con una terraza solárium, fitness room con servicio de personal trainer (bajo petición) y wellness room donde disfrutar de masajes, tratamientos de belleza, ducha cromoterapia y sauna.

Su propuesta gastronómica se materializa en el restaurante Recoveco, que rinde homenaje a la cocina tradicional andaluza con un toque contemporáneo.

Además, Vincci Selección

Unuk 5\* GL pone a disposición de sus clientes una serie de servicios exclusivos, como el servicio de recogida y traslado bajo petición, aparcacoches bajo reserva para mayor comodidad, mayordomía, y personal shopper. El hotel ofrece distintos espacios comunes, que se convierten en venues perfectos y privilegiados para organizar todo tipo de eventos, con espacios exclusivos tanto al aire libre como en zona cubierta.

Vincci Selección Unuk 5\* GL es el tercer establecimiento que la cadena hotelera estrena en Sevilla sumándose a Vincci La Rábida 4\* y Vincci Molviedro 4\*. Se trata del décimo hotel en Andalucía ya que el grupo cuenta con otros cuatro establecimientos en Málaga, dos en Granada y uno en Cádiz (Vincci Costa Golf 4\*).

## eSIMS: conectividad para viajeros globales

Tradicionalmente asociadas al turismo vacacional, las eSIMs se están posicionando como la mejor opción para los viajeros de negocios que buscan flexibilidad, seguridad y gestión simplificada.

La conectividad durante los viajes de negocios no puede verse alterada cuando los desplazamientos se realizan fuera de la zona habitual de roaming. De ahí que las eSIMs, tarjetas digitales que permiten acceder a servicios de datos móviles sin necesidad de una SIM física, están transformando la forma en que los viajeros internacionales se mantienen conectados.

Una de las principales ventajas de las eSIMs es su conectividad inmediata. A diferencia de las SIM tradicionales, las eSIMs están integradas en los

dispositivos, eliminando la necesidad de comprar una tarjeta física al llegar a un nuevo país. Esto permite que los empleados que viajan por trabajo puedan centrarse en sus tareas principales desde el momento en que aterrizan, reduciendo el tiempo dedicado a resolver problemas de conectividad.

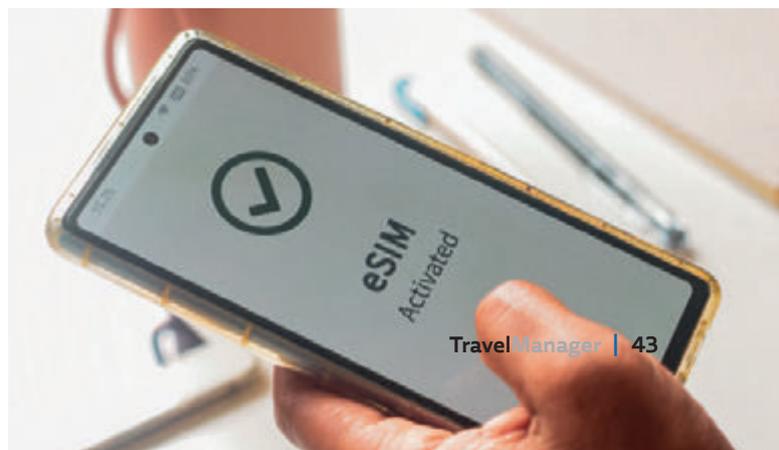
En esta línea, otro de los beneficios clave de las eSIMs es la simplicidad que aportan a la gestión de viajes internacionales. Al estar integradas en el smartphone, los empleados no necesitan preocuparse por la pérdida de SIMs físicas ni por confusiones entre diferentes tarjetas de distintos países. Todo el proceso de contratación y activación se gestiona desde el propio dispositivo.

Por otro lado, las tarifas son

adaptables y flexibles en función de las necesidades. Es el caso de empresas como Airalo, el mayor proveedor de eSIMs a nivel global y cobertura en más de 200 países y regiones. Ofrece desde planes locales hasta regionales y globales, con opciones que varían desde 1 GB de datos hasta paquetes más completos que incluyen llamadas y SMS. De esta forma, se evitan gastos innecesarios y facturas

imprevistas que, en muchos casos, pueden ser elevadas.

Por otro lado, las eSIMs ofrecen una capa adicional de seguridad, ya que su integración en el dispositivo reduce el riesgo de manipulación o robo en comparación con las SIMs físicas. Además, las actualizaciones de seguridad automáticas brindan una mayor protección de los datos sensibles de la compañía.



## Primer hub aeroportuario de hidrógeno en España

Airbus, Aena, Air Nostrum, Iberia, Exolum y Repsol han firmado un Acuerdo de Colaboración para estudiar la creación del primer hub aeroportuario de hidrógeno en España.

Es la primera vez que una colaboración reúne toda la cadena de valor, desde la producción de energía primaria hasta las operaciones en tierra con hidrógeno, contando dos aerolíneas y en una red completa de aeropuertos al mismo tiempo.

No sólo se centrará en el suministro y la infraestructura de hidrógeno, sino también en los requisitos específicos de las operaciones en tierra en los aeropuertos. El objetivo final es fomentar y apoyar el crecimiento del ecosistema de la aviación del hidrógeno en España.

"La descarbonización del sector aéreo es un objetivo fundamental para Airbus y el

despliegue de aviones comerciales propulsados por hidrógeno con su ecosistema H2 es una de esas palancas clave. Es esencial que la industria de la aviación en su conjunto colabore para asegurar el futuro suministro de hidrógeno en los aeropuertos, sobre todo teniendo en cuenta el gran potencial de España en renovables y en producción de hidrógeno bajo en carbono", ha destacado Javier Arnaldo, Director de Sostenibilidad de Airbus en España.

Airbus lanzó el programa "Hydrogen Hub at Airports" para promover la expansión de la infraestructura de hidrógeno en la aviación. Hasta la fecha, se han firmado acuerdos con socios y aeropuertos de 13 países, entre ellos Alemania, Canadá, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, Noruega, Nueva Zelanda, Reino Unido, Singapur y Suecia.

## Nueva ruta de alta velocidad de Renfe entre Barcelona y Toulouse

Renfe estrenará una nueva ruta de alta velocidad entre Barcelona y Toulouse, durante el segundo trimestre de 2025.

Contará con una frecuencia diaria de ida y vuelta, operada con trenes AVE s-100, con paradas en Girona, Figueras, Perpiñán y Carcasona, y ofrecerá conexiones desde Madrid, Zaragoza, Tarragona, Valencia, Lleida y Castellón, ampliando significativamente las opciones de movilidad transfronteriza.

El servicio se lanzará inicialmente de manera estacional, entre primavera y mediados de septiembre, con planes de expandirlo a una operación anual en función de la demanda, incluyendo viajes de negocios. El tiempo estima-

do de viaje entre Barcelona y Toulouse será de 3 horas y 30 minutos.

Con la apertura de esta nueva ruta, Renfe recuperará la conexión directa en tren entre Toulouse, Carcasona y España, tal como ya lo hizo en 2023 con los servicios hacia Lyon y Marsella. Con esta nueva ruta internacional, Renfe se consolida como el principal operador de conexiones transfronterizas entre España y Francia. A partir de primavera, la operadora ofrecerá seis frecuencias diarias (tres por sentido), conectando 17 ciudades de ambos países de forma directa en tren. En su primer año de competencia en Francia, Renfe ha logrado una ocupación del 80% en sus trenes.



## Meliá crece en el segmento corporativo y refuerza su programa para viajeros de negocios

MeliáPRO, la plataforma B2B de Meliá Hotels International, ha mejorado su programa "Business Traveller: Benefits & Rewards" para viajeros de negocios.

Meliá Hotels International hace años que está apostando por el segmento de los viajes corporativos. Prueba de ello son las más de 476.000 empresas registradas en su programa Business Traveler: Benefits & Rewards.

En esta línea, ha reforzado este programa que ofrece tarifas exclusivas y beneficios adaptados a los viajeros de negocios, que elevarán su experiencia a lo largo de todo el customer journey bajo la filosofía de que cada viaje cuenta.

Business Traveller: Benefits & Rewards está disponible

para los usuarios corporativos de Meliá PRO, utilizando su tarifa negociada de empresa o dándose de alta en meliapro.com. Los viajeros de negocio podrán hacer sus reservas, a través de melia.com, la APP de Meliá, a través del Call & Service Center o su agencia de viajes habitual. Además, este programa cuenta también con todos los beneficios propios de MeliáRewards como ventajas, upgrades y descuentos exclusivos, además de la posibilidad de utilizar los puntos en restaurantes y spas propios de Meliá, o en compras.

### Crecimiento en el canal corporativo

La cadena hotelera ha conseguido un crecimiento del 22% en las ventas corporativas a través de MeliáPRO, aumentando en un 4% las pernoctaciones

respecto al año pasado. Destaca también el colectivo de PYMES que ya supone más de la mitad de las pernoctaciones del segmento corporativo en los hoteles de Meliá. En cuanto a los destinos con mayor volumen de viajeros de negocios, según los datos de negocio de la compañía resaltan de manera especial Madrid, Sao Paulo, Londres, Barcelona y Dusseldorf.

La compañía hotelera también estima que las reservas de viajes corporativos en sus hoteles continuarán con una tendencia de crecimiento positiva durante los próximos meses de 2024. Como explica Francisca Mérida, Corporate Senior Director of Sales de Meliá Hotels International, "vemos una tendencia en alza en todos los destinos. A pesar del estableci-

miento de las reuniones virtuales como un elemento básico en los negocios, las interacciones personales siguen siendo imprescindibles. Por ello, las empresas están invirtiendo en mantener la relación con sus clientes, entendiendo la importancia de las reuniones presenciales y de la asistencia a ferias, además de invertir en el desarrollo del talento de sus empleados con asistencia a seminarios, cursos y congresos".

Por otro lado, añade que "otro punto importante es la evolución de los perfiles ejecutivos, con un aumento de Millennials y Generación Z en puestos de liderazgo. Estos perfiles valoran especialmente el aprendizaje experiencial y el networking, haciendo crecer la demanda de viajes de negocio".



# Apartool y BRS Global Mobility se asocian para mejorar el alojamiento corporativo y la movilidad global

BRS Global Mobility, líder en movilidad internacional en España, y Apartool, plataforma tecnológica especializada en

alojamiento corporativo, han anunciado una alianza estratégica. Esta colaboración combina la tecnología de Apartool

con la experiencia consolidada de BRS Global Mobility, brindando una solución 360° para gestionar alojamientos temporales corporativos y facilitar la movilidad global.

La alianza permitirá que los clientes de BRS Global Mobility, tanto en España como en el extranjero, accedan a más de 120.000 apartamentos en más de 120 mercados internacionales. Esto garantiza que los expatriados y empleados corporativos dispongan de alojamientos temporales adaptados a sus necesidades mientras gestionan su vivienda definitiva.

Entre los beneficios de esta alianza destaca la cobertura global en los principales destinos corporativos, unas con-

diciones homogéneas de pago y cancelación, simplificando la gestión; así como el acceso a más de 25.000 apartamentos en España con servicios hoteleros como limpieza, cambio de ropa de hogar, parking o espacios comunes, adaptados a las necesidades específicas de cada cliente y cada proyecto.

El acuerdo con Apartool permite a BRS Global Mobility seguir ofreciendo un servicio de movilidad global, mejorado por la plataforma tecnológica de Apartool. Esta herramienta centraliza todo el proceso de reserva y gestión de alojamientos, optimizando tanto la experiencia del cliente como la eficiencia operativa

# SAS se une oficialmente a SkyTeam, expandiendo la red global de la alianza aérea

Scandinavian Airlines (SAS) ha pasado a formar parte de forma oficial de la alianza de aerolíneas SkyTeam.

Aunque su incorporación era un hecho desde el pasado mes de abril, la incorporación oficial de SAS a SkyTeam no se produjo hasta este mes de septiembre.

Con la llegada de SAS a la alianza, los clientes de SAS se beneficiarán de una conectividad

hacia más de 1.000 destinos dentro de la extensa red global de SkyTeam, abriendo nuevas oportunidades en regiones como África, América Latina y el Caribe.

Actualmente, ya existen acuerdos de código compartido con Air France-KLM, y se espera que otros miembros de SkyTeam sigan los mismos pasos.

Los pasajeros de SAS disfru-

tarán ahora de opciones de viaje ampliadas. Por ejemplo, los miembros del programa EuroBonus de SAS saldrán significativamente beneficiados, ya que podrán acumular y canjear puntos en la mayoría de las aerolíneas de SkyTeam, mientras que los miembros Gold y Diamond tendrán acceso a servicios SkyPriority y salas VIP en todo el mundo.

Los miembros Silver de EuroBonus de SAS serán reconocidos como SkyTeam Elite, y los miembros Gold y Diamond obtendrán el estatus elevado de Elite Plus, lo que les otorgará servicios mejorados en toda la red de SkyTeam.

Con la adhesión de SAS, SkyTeam se convierte en la única alianza de aerolíneas que vuela a los aeropuertos comerciales más al sur (Ushuaia en Argentina) y más al

norte (Svalbard en Noruega). Esta adición fortalece aún más la presencia de la alianza en mercados globales clave, mejorando el acceso a los importantes centros escandinavos de Copenhague, Estocolmo y Oslo.

Actualmente, la alianza SkyTeam está formada por Aeroflot (suspendido), Aerolíneas Argentinas, Aeromexico, Air Europa, Air France, China Airlines, China Eastern, Czech Airlines, Delta Air Lines, Garuda Indonesia, ITA Airways, Kenya Airways, KLM Royal Dutch Airlines, Korean Air, Middle East Airlines, SAS, Saudia, TAROM, Vietnam Airlines, Virgin Atlantic y XiamenAir.





## Vueling multiplicará por 8 el suministro de SAF este año

Vueling ha incorporado 9.000 toneladas de combustible sostenible para la aviación (SAF) para suministrar a los aeropuertos españoles en 2024.

Este suministro se enmarca en el acuerdo que IAG ha alcanzado con la compañía multienergética Repsol para el suministro de más de 28.000 toneladas de SAF en los aviones de las aerolíneas del grupo que vuelan desde los aeropuertos españoles. Dicho acuerdo supone la mayor adquisición voluntaria de SAF realizada hasta la fecha en España.

De esta forma, la aerolínea avanza en su compromiso con la descarbonización y en 2024 Vueling proveerá alrededor 10.000 toneladas de SAF a los aeropuertos españoles, multiplicando por ocho el suministro anual de SAF con respecto a 2023, cuando ya cuatriplicó su uso respecto al año anterior. Además, en 2023 la compañía ya consiguió reducir la intensidad de emisiones de carbono en un 9,5% con respecto a 2019.

Asimismo, el pasado año, Vueling redujo el uso de combustible convencional en 2.100 toneladas, en comparación con el año anterior, gracias a nuevas medidas de eficiencia en sus operaciones (eficiencia de la flota y planificación y eficiencia de las operaciones) e incrementó el repostaje de combustibles sostenibles de aviación (SAF) con el suministro de 1.285 toneladas.

A nivel de grupo, IAG se acerca, de forma voluntaria, al objetivo de uso del 2% de SAF para el año 2025 que marca el reglamento ReFuelEU Aviación.

En 2023, las aerolíneas del grupo utilizaron más de 53.000 toneladas de SAF, lo que supuso un aumento del 417% con respecto a 2022 y representó uno de los volúmenes más elevados del mundo. El uso de este SAF evitó la emisión de más de 157.000 toneladas de CO<sub>2</sub>. Esta reducción de emisiones se completó con iniciativas de eficiencia operativa que permitieron evitar otras 86.000 toneladas de CO<sub>2</sub>



## La coreana T'way Air empieza a operar la ruta Barcelona-Seúl

La aerolínea coreana T'way Air ha empezado a operar vuelos entre Barcelona y Seúl.

En su fase inicial, el vuelo entre el Aeropuerto de Josep Tarradellas Barcelona - El Prat y Seúl (Aeropuerto Internacional de Incheon) tendrá 3 frecuencias semanales (lunes, miércoles y viernes). Y a partir del 30 de noviembre, aumentará a 4 frecuencias semanales con la incorporación de vuelos los sábados.

Desde Barcelona, los vuelos saldrán a las 20:50; y desde Seúl, la hora de salida será a las 11:05, con una duración de vuelo aproximada de 12 horas y 30 minutos.

La línea aérea operará estos vuelos con Airbus 330-200, con una capacidad de 240 plazas (16 en clase Business Saver y 224 en clase Turista).

El año pasado, el tráfico aéreo directo entre Barcelona y la capital coreana superó los 163.000 pasajeros, con más de 86.000 pasajeros O&D de demanda indirecta (Datos: MIDT Sable 2023).

T'way Air es una aerolínea surcoreana de bajo coste con base en los dos aeropuertos de Seúl (Gimpo y Incheon - Corea del Sur) desde 2010. La compañía aérea ofrece vuelos regulares nacionales e internacionales a destinos de Asia-Pacífico y, a partir del 2024, en Europa (Barcelona, Roma FCO, París CDG, Frankfurt y Zagreb).

Las rutas hacia Asia son una prioridad según los objetivos estratégicos del Comité de Desarrollo de Rutas Aéreas de Barcelona (CDRA). Dentro del Plan Estratégico 2024-2025 del CDRA, la ruta Barcelona-Seúl (República de Corea del Sur) es considerada clave, y el CDRA le ha dado todo su apoyo para establecerse en Barcelona. Esta ruta experimenta una alta demanda y un crecimiento constante, "impulsados por el atractivo de Barcelona, las relaciones comerciales e institucionales, y el valor que los ciudadanos coreanos otorgan al arte, la cultura, la gastronomía y el clima catalanes."

## Wizz Air se estrenará en el largo radio en marzo

Wizz Air ha anunciado que incorporará su primer Airbus A321XLR a su flota, lo que le permitirá realizar sus primeros vuelos intercontinentales directos.

La aeronave estará basada en el aeropuerto de Londres Gatwick, desde donde realizará vuelos a Yeda (Arabia Saudita), a partir del próximo mes de marzo.

Con el Airbus A321XLR, Wizz Air podrá ofrecer vuelos directos a tarifas significativamente más bajas.

La ruta directa desde Londres Gatwick a Yeda tendrá una duración aproximada de 7 horas, con un vuelo diario. Esta será la primera ruta inter-

continental de Wizz Air que, a partir de junio de 2025, contará con un segundo Airbus A321XLR. En este caso, estará basado en Italia, ofreciendo vuelos diarios entre Milán Malpensa y Abu Dhabi.

Desde que Wizz Air estableció su base en Londres Gatwick en 2020, ha experimentado un rápido crecimiento. Actualmente, la aerolínea cuenta con cinco Airbus A321neo operando en el aeropuerto, con vuelos a 26 destinos en 17 países. Esta expansión ha sido clave en su consolidación en el mercado británico, donde ya ha transportado a más de siete millones de pasajeros.



## Air France redefine su clase media

Air France ha rebautizado recientemente su cabina intermedia "Premium Economy" que ahora pasa a llamarse simplemente "Premium".

La rebautizada clase Premium se sitúa entre las cabinas Economy y Business. El cambio de nombre quiere remarcar el carácter de gama alta y su calidad de su oferta de productos y servicios. Por ejemplo, el kit de confort dedicado a esta cabina que incluye auriculares reductores de ruido, una manta y una almohada para descansar y disfrutar del viaje.

Cada asiento cuenta con una amplia pantalla táctil 4K Ultra HD antirreflejos de 13,3 pulgadas con conexión Bluetooth para disfrutar de más de 1.500 horas de entretenimiento a la carta.

La pantalla también permite conectar dispositivos personales y dispone de tomas USB y oferta de Wi-Fi.

Premium está disponible en toda la flota y la red de lar-

go alcance de Air France. Además, está disponible el último modelo del asiento de tipo "recliner" en determinados aviones Boeing 777 y Airbus A350. Su respaldo ofrece una generosa inclinación de hasta 124° y se ha ensanchado para mayor comodidad. El viajero dispone también de 94 a 97 cm de espacio para las piernas y un reposapiés ajustable. Las espumas de los asientos también se han rediseñado, y el tejido en espi-ga añade un extra de suavidad.

Gracias a la renovación progresiva de sus cabinas de viaje, Air France ofrecerá asientos de tipo «recliner» en casi el 80% de su flota de aquí a finales de 2025.

Air France ofrece a cada pasajero una comida completa «a la francesa» compuesta por un aperitivo, un entrante, dos platos calientes a elegir, un queso y un postre, servidos en vajilla de diseño ecológico y cubiertos de acero inoxidable. Los menús Premium los diseña ahora

el chef francés con estrella Michelin Frédéric Simonin.

Los clientes de la cabina Premium se benefician también de SkyPriority, que permite facturar y dejar su equipaje en áreas reservadas, tener un circuito prioritario para los trámites de seguridad e inmigración y filas reservadas en los mostradores de ventas y conexiones. También disponen de un embarque prioritario o a su conveniencia y de entrega de equipaje más rápida.





## Nueva ruta Madrid-Tokio de Iberia

Iberia ha estrenado su nueva ruta Madrid-Tokio, que se convierte en la más larga de la red de la aerolínea española. Conectará tres veces a la semana (jueves, sábados y domingos) el aeropuerto de Madrid con el de Narita (Tokio), con vuelos de vuelta los lunes, viernes y domingos.

Los vuelos se operarán con aviones Airbus A350, con capacidad para 348 clientes en las clases Business, Turista Premium y Turista.

La nueva ruta refuerza la presencia de Iberia en Asia, tras los buenos resultados del vuelo diario a Doha, en Qatar, inaugurado en diciembre de 2023.

Esta es la ruta más larga de toda la red de Iberia, con 14 horas a la ida y 16 a la vuelta. En ambos trayectos se vuela hacia el Este, como consecuencia del cierre del espacio aéreo ruso y la dirección de los vientos, de forma que los clientes de Iberia darán una vuelta al mundo completa en cada viaje de ida y regreso a Tokio y sobrevolarán, entre otros, las islas Aleutianas, Alaska, Groenlandia y pasarán muy cerca del Polo Norte.

Además, debido a la distancia y la complejidad de la

ruta, la tripulación técnica que opera estos vuelos está doblada. En total, está compuesta por 4 pilotos -2 comandantes y 2 copilotos-, y 10 tripulantes de cabina, de los cuales siempre habrá, al menos, tres de nacionalidad japonesa para atender adecuadamente a los pasajeros nipones.

Según Marco Sansavini, presidente de Iberia, "la apertura de una nueva ruta siempre nos llena de ilusión, pero esta aún más si cabe ya que tuvimos que suspender nuestros vuelos a Tokio por culpa de la pandemia. Desde hoy ofrecemos la única opción que conecta directamente, sin escalas, España con Japón, y lo hacemos tres veces a la semana, lo que supone unos 90.000 asientos entre ambos países en el primer año de operación. Nuestra ambición es incrementar las frecuencias de vuelo en 2025 para ofrecer muchas más posibilidades a los viajeros."

Se prevé que la apertura a este nuevo mercado genere, en el primer año de operación, 100 millones de euros al PIB de ambos países y cree cerca de 1900 empleos directos e indirectos.

## Más de 5,8 millones de asientos para el programa de invierno de Air Europa

Air Europa incrementa un 9% los asientos disponibles en Europa y supera los 1,4 millones en vuelos hacia América en su operativa para los próximos meses.

Air Europa continúa consolidando su posición en el sector aéreo con un aumento significativo en su oferta de plazas para la temporada de invierno 2024-2025. La compañía ofrecerá más de 5,8 millones de asientos para vuelos tanto nacionales como internacionales, reforzando su red de destinos en Europa y América.

Tras la exitosa apertura de su ruta a Venecia este verano, Air Europa ha incrementado su oferta de plazas en Europa en un 9% respecto al año

anterior. En total, más de 1,7 millones de asientos estarán disponibles para destinos europeos durante la temporada de invierno.

En cuanto a las rutas hacia América, Air Europa superará los 1,4 millones de plazas disponibles este invierno. La nueva conexión con Santiago de los Caballeros, en la República Dominicana, se añade a una oferta que incluye incrementos de frecuencia en otras rutas clave desde el hub de Madrid-Barajas. Destinos como Panamá, Caracas, Asunción y Salvador de Bahía contarán con una frecuencia adicional, facilitando aún más las conexiones entre ambos continentes.

## Binter mejora sus horarios entre Canarias y Madrid pensando en el viajero de negocios

Binter ha ajustado los horarios de sus vuelos en la ruta Canarias-Madrid para ofrecer una mayor flexibilidad y conveniencia, especialmente pensada para desplazamientos corporativos.

A partir de la segunda quincena de noviembre, los pasajeros podrán disfrutar de nuevas franjas horarias, adaptadas para maximizar el aprovechamiento del día tanto en Gran Canaria como en Tenerife.

Los nuevos horarios incluyen salidas desde Gran Canaria (LPA) a las 7:00, 10:00, 15:30 y 19:05 horas, y desde Tenerife Norte (TFN) a las 6:45, 9:55, 15:30 y 19:05 horas. En sentido contrario, los vue-

los desde Madrid (MAD) hacia Gran Canaria despegarán a las 7:00, 12:30, 16:40 y 20:00 horas, y hacia Tenerife a las 7:00, 12:20, 16:40 y 20:00 horas.

Este ajuste refuerza la apuesta de Binter por ofrecer un servicio óptimo para quienes viajan por motivos laborales, mejorando la disponibilidad de vuelos tempranos y tardíos. Además, la aerolínea sigue consolidando su tarifa Flexiplus, que ya había sido mejorada en junio, permitiendo cambios sin penalización en el mismo día y ofreciendo ventajas como el acceso a Salas VIP, fast track y la facturación gratuita de dos piezas de equipaje.



## Minor Hotels anuncia la llegada de las marcas Tivoli y NH al noreste de China

Minor Hotels ha anunciado la firma oficial de un hotel de doble marca, Tivoli y NH, en Yining, Xinjiang. El debut de las marcas de lujo Tivoli Hotels & Resorts y upscale: NH Hotels & Resorts en la región, supone un importante avance para el sector hotelero en este territorio.

La inauguración del nuevo hotel está prevista para el próximo año.

Yining desempeña un papel crucial en la conexión de Asia Central con Europa.

El nuevo hotel de las marcas Tivoli y NH estará estratégicamente situado cerca de las atracciones turísticas locales y del distrito central de negocios. Además, la facilidad de acceso por autopistas, tre-

nes de alta velocidad y vuelos hace que aumente su atractivo. El proyecto, de 1,6 millones m<sup>2</sup>, ofrecerá diversas comodidades e incluirá 200 habitaciones para cada una de las marcas Tivoli y NH, así como una zona comercial, un centro cultural y zonas residenciales.

“Estamos muy contentos de anunciar nuestra primera propiedad de doble marca Tivoli y NH en el noroeste de China”. Con un perfil tan alto y una reputación tan sólida en toda Europa, estamos seguros de que las propuestas de estas marcas atraerán tanto a los viajeros locales como a los internacionales”, apuntó Dilip Rajakarier, CEO de Minor Hotels y Minor International.



## Singapore Airlines aumenta los vuelos directos con Europa

Singapore Airlines (SIA) ha realizado importantes ajustes en su próximo programa de verano 2025 que afectan especialmente a su operativa del hemisferio norte.

En concreto, Singapore Airlines incrementará las frecuencias de vuelo y potenciará la capacidad de pasajeros en toda su red en la temporada de verano, del 30 de marzo de 2025 al 25 de octubre de 2025.

En el caso de España, desvinculará sus tres vuelos semanales que actualmente operan la ruta Singapur-Milán-Barcelona del 24 de junio de 2025 al 7 de septiembre de 2025, y operará más vuelos directos entre Singapur y las dos ciudades europeas. De este modo, la aerolínea esta-

blecerá cinco vuelos directos semanales a Barcelona durante este período, en comparación con los dos vuelos semanales actuales. Milán contará con un servicio diario, en lugar de los cuatro vuelos semanales actuales.

A partir del 30 de marzo de 2025, SIA contará con un servicio diario a Londres (Gatwick), frente a los cinco servicios semanales actuales. Junto con sus cuatro frecuencias diarias a Londres (Heathrow), la aerolínea contará con cinco vuelos diarios a la capital del Reino Unido.

Los vuelos a Roma se incrementarán a cinco veces por semana entre el 26 de junio de 2025 y el 28 de agosto de 2025, frente a los cuatro semanales actuales.

## Hotel Engine recibe una inyección de 140M\$ para consolidarse como solución integral para viajes de negocios

El fondo de inversión Permira ha invertido 140 millones de dólares en Hotel Engine, plataforma tecnológica especializada en business travel.

La inyección de capital permitirá a Hotel Engine impulsar el desarrollo continuo de productos, ampliando e incluyendo la incorporación de reservas de vuelos y alquiler de vehículos a su plataforma de business travel. Estas nuevas opciones de reserva estarán disponibles en octubre, consolidando a Ho-

tel Engine como una solución integral para viajes de negocios. Además, la empresa cambiará su nombre a "Engine", reflejando su enfoque ampliado en todo el ecosistema de viajes.

Con sede en Denver, Hotel Engine ofrece a los clientes corporativos soluciones como facturación consolidada, cobertura de imprevistos, soporte al cliente 24/7, seguro de viaje para toda la empresa y software gratuito de gestión de viajes que ayuda a los clientes a ahorrar

tiempo y dinero. El enfoque de Hotel Engine sin contratos, sin mínimos ni tarifas de asistencia hace que sea una solución fácil de adoptar para empresas de todos los tamaños.

La plataforma está conectada con una red de más de 750,000 hoteles, 300 aerolíneas y 40 compañías de alquiler de vehículos.





## CamCard

Esta aplicación móvil permite crear tarjetas de visita virtuales totalmente personalizables en cuanto al estilo y la información contenida. De esta forma podremos convertir las tarjetas físicas de papel en un objeto del pasado.

Pero CamCard no solo permite la creación de tarjetas virtuales, sino que también escanea las de los nuevos contactos de forma sencilla.

Además, permite organizar fácilmente estos nuevos contactos con diferentes notas y etiquetas, y sincronizarlos con nuestro CRM.

Una herramienta útil para no perder ni un solo contacto.



## ClassPass

Un viaje de negocios no es excusa para no seguir poniéndose en forma. Para ayudarnos, nada mejor que descargaros ClassPass. Se trata de una aplicación móvil que permite descubrir, reservar y obtener acceso a los mejores gimnasios para entrenamientos de fitness y bienestar. Ya sea barra, yoga, pilates, ciclismo, gimnasio, boxeo, running, HIIT, bootcamp o danza, puedes encontrarlo todo en esta aplicación con más de 25.000 espacios disponibles en todo el mundo.

Además, su plan de membresía te dará acceso a los gimnasios asociados.

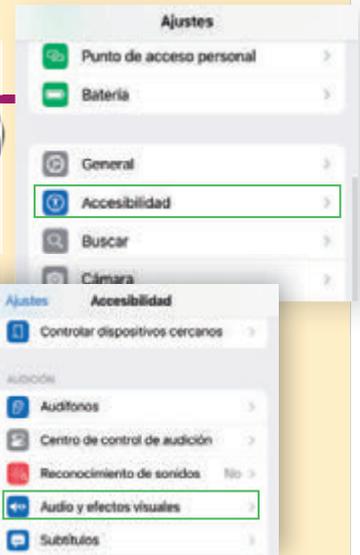
Con ClassPass ya no hay excusas!



## Happy Cow

Cada vez son más las personas que apuestan por la alimentación vegana o vegetariana. O que simplemente quieren reducir el consumo de carne. Sin embargo, la oferta de restaurantes todavía es limitada en este sentido. Con esta aplicación podremos encontrar un listado de 220.000 restaurantes de 185 países que ofrecen comida vegana, vegetariana o sin gluten a través de un potente filtro.

A ello hay que añadir más de 1,5 millones de reseñas de usuarios que califican la calidad de los establecimientos.



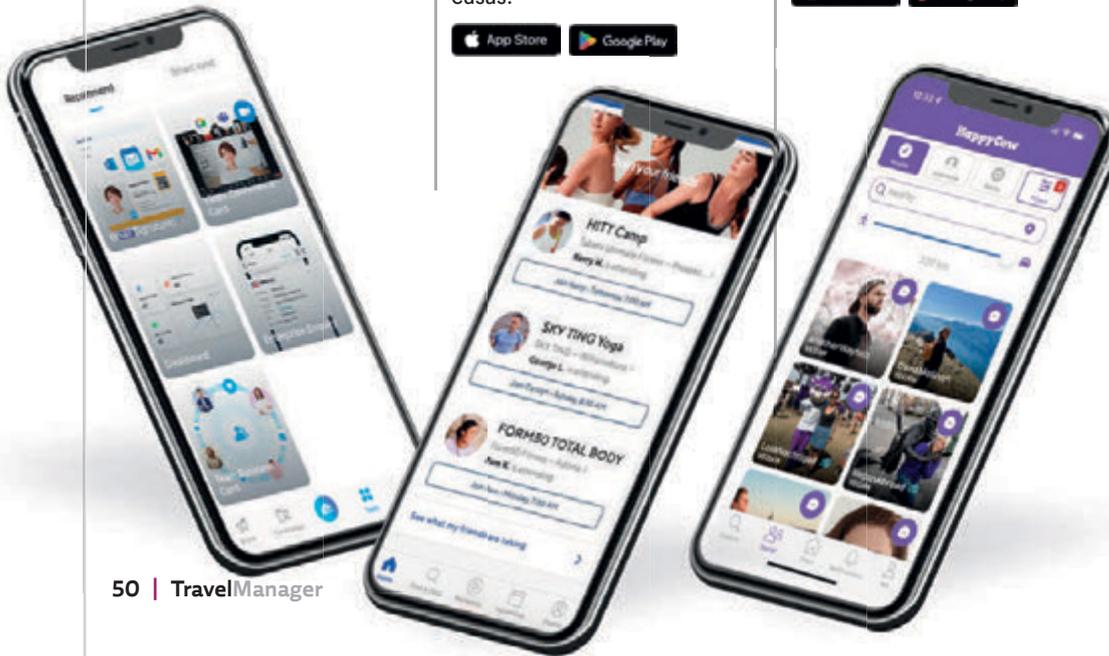
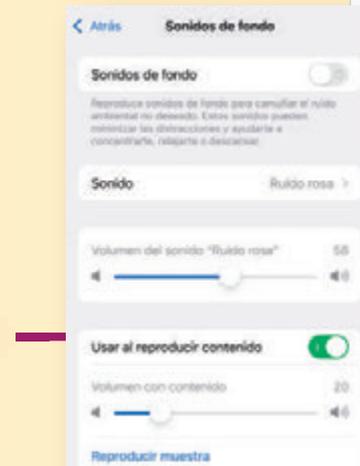
## Sonidos para dormir y relajarse

¿Sabías que tu iPhone y iPad viene de serie con sonidos relajantes que ayudan a conciliar el sueño? Ya no hay que abrir otras aplicaciones para acceder a este de sonidos.

Simplemente debes seguir estos pasos:

- Ir a Ajustes -> Accesibilidad -> Audios y efectos visuales
- Entrar en Sonidos de fondo y activarlos
- Entrar en Sonido
- Elegir entre ruido rosa, ruido blanco, ruido marrón, océano, lluvia, noche, fuego y arroyo.

Eso sí, para poder disfrutar de ellos debes tener el sistema iOS15 o iPadOS15.





FECHA Y LUGAR  
**JUEVES 23 DE ENERO 2025 | IFEMA MADRID**

# XVI CONGRESO NACIONAL DE **Business Travel** **2025**



**¡ESCANEA, INFÓRMATE Y REGÍSTRATE!**

\*PLAZAS LIMITADAS

# El escenario perfecto para la integración de equipos



Perú, viajes de incentivos memorables

 **TURISMO COMUNITARIO,**  
CUSCO