

Núm. 28 / ENERO 2015

# Mundo inédito

LA REVISTA VIAJERA DE LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE VIAJES

**DE NUEVA YORK A BOSTON,**  
recorriendo Nueva Inglaterra

**LOS CASTILLOS DEL LOIRA,**  
fortalezas y palacios

**COLONIA - BONN:** experiencia viajera

**ceav**  
Confederación Española  
de Agencias de Viajes

NOTICIAS CEAV · LAS ASOCIACIONES INFORMAN



Adaptado a la reforma del Régimen Especial de IVA (REAV)

EL MEJOR PROGRAMA INFORMÁTICO DE GESTIÓN COMERCIAL PARA AGENCIAS DE VIAJES LÍDER en España con 4.300 instalaciones



Envío de mensajes a móviles desde las aplicaciones Orbis



Envío de documentación vía e-mail

Facturación electrónica  
Informes a clientes desde Internet



Sistema integrado de venta de seguros con todos los productos de TAEDS



Captura las reservas de GDS y RENFE



Captura datos de los sistemas de reservas de las mayoristas de viajes



Concilia automáticamente las liquidaciones de BSP a partir del fichero PDF



Genera los ficheros de integración de AMEX y Diners Club



C/ Estatuto, 6 A bajo - 12004 CASTELLON  
Tif.: (902) 10 19 44 - Fax: (902) 74 73 98 - castellon@pipeline.es  
Delegación en Madrid - C/Linares, 14 Locales 2-3 - 28025 MADRID  
Tif.: (91) 542 28 88 - Fax: (91) 547 87 82 - madrid@pipeline.es

# Mundo inédito

LA REVISTA VIAJERA DE LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE VIAJES



# Editorial



**CEAV**  
Confederación Española de Agencias de Viajes  
Diego de León, 47 - Despacho 27  
28006 Madrid  
Tel. 91 838 85 36  
Fax 91 838 85 34  
e-mail: ceav@ceav.info  
web: ceav.info

**Presidente:** Rafael Gallego Nadal

**Dirección Editorial:** Marti Sarrate, Antonio Caño, Tomás Komuda, José Luis Prieto, Rafael Serra

**Directora comercial:** Cristina Bou

**Coordinación de contenidos:** Mercedes Tejero, Román Hereter

**Dirección periodística:** Román Hereter

**Directora de arte:** Raquel Pérez, con la colaboración de Juan Carlos López.

**Edición gráfica:** r&p asociados  
**Imprenta:** Cevagraf, s.c.c.l.

**Dipósito Legal:** B-19.287-2004

Enero 2015

Aprovecho un vez más estas páginas de Mundo Inédito para dirigirme a todos nuestros asociados y profesionales del sector para hacer balance del año 2014 y destacar los retos de este 2015 que acabamos de iniciar esperanzados de que se consolide la recuperación económica cuyos indicativos se vienen constatando en los últimos meses.

Si hablamos de grandes cifras, debemos congratularnos que en cuanto al turismo receptivo, el 2014 ha sido un año record en toda la historia del turismo en España, experimentando el máximo crecimiento de los últimos años. No podemos decir lo mismo del turismo emisor, aunque sí señalar una cierta mejoría respecto al 2013. Todavía estamos lejos de los porcentajes de viajes al extranjero de los países vecinos europeos que oscilan entre el 52 y el 55%, mientras que en España sólo un 23% de los 160 millones de viajes que se han producido han tenido como destino ciudades y territorios situados fuera de nuestras fronteras.

Cuando reiteradamente me preguntan sobre la salud de las agencias de viajes indicándome como coletilla la amenaza de internet, suelo contestar que "somos un cadáver que goza de buena salud", ya que si bien es cierto que en los últimos años se han cerrado gran cantidad de agencias en su mayoría pertenecientes a grandes grupos, también se han abierto otras, por lo que seguimos superando los 9.000 puntos de venta al servicio de nuestros clientes.

Debemos seguir trabajando en la promoción turística exterior ya que a nadie escapa que las buenas cifras del receptivo se deben en parte a la resaca de la primavera árabe y ya se está viendo un cambio de tendencia como lo demuestra la recuperación de Egipto a través de los contratos cerrados por distintos turoperadores. Así mismo se atisba una clara bajada de los rusos ya que la depreciación del rublo les encarece tremendamente nuestra oferta y en menor medida descenso también de los tradicionales mercados nórdico, alemán y británico, que debemos intentar compensar con promociones en China y la India combinadas con nuestras reiteradas peticiones de que se flexibilicen las concesiones de visados.

Esperamos en el emisor una clara aceleración a partir de Semana Santa que se incrementará en destinos que ya han funcionado bien durante el 2014 como es el caso de los centroeuropeos Alemania, Austria y República Checa, asiáticos como Tailandia, India y China y americanos como EEUU, Cuba y República Dominicana.

Resulta evidente que la bajada del euro respecto al dólar penaliza gran parte de los viajes al exterior y por ello reclamamos a las compañías aéreas que se vea reflejada en sus tarifas la bajada del 50% del precio del barril de petróleo.

En este 2015 seguiremos luchando y haciendo entender que los viajes de la Administración del Estado no se pueden otorgar por concurso a un solo operador, ya que esto no es garantía de que le salgan más económicos, sino que lo que se tiene es que optimizar los recursos; y en pos de la armonización de las leyes turísticas de las distintas Comunidades Autónomas.

Por último, quiero pedir a nuestros compañeros agentes de viajes que no caigamos en el derrotismo y contribuyamos todos a cambiar nuestra imagen, ya que a pesar de la evidente importancia de los hoteleros y de las líneas aéreas, nuestra profesión se remonta a más de cien años, y el propio Julio Verne, avanzado en tantas otras cosas, ya escribió una novela bajo el título de La Agencia Thompson y Cía, que recibió las mejores críticas en su etapa póstuma. En este número 28 de Mundo Inédito cuya aparición coincide con FITUR-2015 quiero aprovechar para recalcar a todos que debemos sentirnos orgullosos de nuestra labor profesional.

Rafael Gallego Nadal  
**Presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes**



**Foto portada:** Joven muchacha de la ciudad de Boston, Estados Unidos de América. Fotografía: Román Hereter



## Click&Sell

Soluciones en *e-commerce*

Click&Sell son todas las soluciones de comercio electrónico que ponemos a disposición de nuestros clientes. Y es que, desde Banco Sabadell, hemos estado y estaremos al lado de muchas de las empresas que ya **comercializan con éxito sus productos a través de internet**. Y estaremos también al lado de todas las que están aún por venir.

[www.bancosabadell.com/ecommerce](http://www.bancosabadell.com/ecommerce)



# Sumario



- 06** NOTICIAS breves
- 18** **PROYECTO TURISMO VERDE para el desarrollo del TURISMO SOSTENIBLE**
- 20** **ENTREVISTA: Isabel Borrego Cortés, Secretaria de Estado de Turismo.**
- 24** **ENTREVISTA: Matthias Schultze, Director Ejecutivo del Germany Convention Bureau GCB**
- 26** **¿QUÉ OPINAS? AVALES: lograda reivindicación histórica.** Por Mercedes Tejero, gerente de CEAV.
- 28** **LA GRAN AVENTURA De Nueva York a Boston recorriendo Nueva Inglaterra** Texto y fotografías: Román Hereter. Un viaje de por la Costa Este de Estados Unidos con sus principales ciudades y los enclaves históricos que forjaron la nación.
- 48** **ENTREVISTA: Esther Eiros, Directora del Programa Gente Viajera de ONDA CERO**
- 50** **ENOTURISMO Viajando entre copas por Glòria Vallès**
- 53** **REFLEXIÓN** El año que nos espera... **lleno de oportunidades...** encarar la recta final del túnel... **el último tren de las luces y sombras**- las nubes dejan ver el sol. Por Martin Sarrate, Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVe.
- 54** **LOS CASTILLOS DEL LOIRA, fortalezas y palacios.** Texto y fotografías: Laura Pascual. Lugares de sosiego y placer de los reyes y nobles a tiro de piedra de París.
- 62** **LAS ASOCIACIONES INFORMAN**
- 66** **EXPERIENCIA VIAJERA: Colonia-Bonn.** Texto y fotografías: Tomás Komuda de Viajes Jairán. Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Almería.
- 70** **ENTREVISTA: Katia Estace Gil, Directora Mercado de Turismo Aon Affinity**
- 74** **EUSKADI meeting point.**

## El Gobierno paraliza provisionalmente el contrato unificado para viajes del Estado gracias al recurso de CEAV

El Tribunal Administrativo Central de Recursos Contractuales paraliza de forma provisional el contrato unificado para gestionar los viajes del Estado. Pese a esta medida, adoptada a raíz del recurso presentado por CEAV, Hacienda confía en que el proceso siga adelante y recuerda que la Administración ha ganado todos los recursos contra la centralización.

Nuestra Confederación denunció que con este nuevo sistema se limitará y reducirá la participación de las pequeñas y medianas empresas, que constituyen más del 80% de nuestro Sector". Además, destacamos que los cuatro lotes en los que se divide el contrato, organizado en función de los destinos más habituales o de la ubicación de los centros usuarios del servicio, son demasiado elevados, lo que dificulta y restringe la participación de pequeñas y medianas empresas.

Sin embargo, pese a haber logrado la paralización temporal, fuentes del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas han manifestado que se sigue trabajando en el proceso de centralización y que todos los recursos recibidos por parte de otros sectores afectados como combustibles, publicidad institucional, motos, vehículos de turismo, seguridad, limpieza, mobiliario y comunicaciones postales, los ha acabado ganado la Administración.

Con un valor estimado de 171 millones de euros, el contrato unificado, cuyo plazo de ejecución es de dos años, debe dar servicio a los 13 ministerios, 79 organismos públicos y cinco entidades gestoras y servicios comunes de la Seguridad Social, sustituyendo así a los múltiples convenios existentes en la actualidad. Con esta medida el Gobierno espera ahorrar más de 17 millones de euros. Desde CEAV seguiremos luchando en pos de la diversificación en la línea de la defensa de los intereses de nuestros asociados.

## IATA nos da la razón y prohíbe la duplicidad de avales

El TAC IATA ha resuelto, a petición de CEAV, que las compañías aéreas no puedan requerir avales individuales adicionales a las agencias de viajes españolas y que en caso de hacerlo, su importe se descuente del aval con IATA. Esta medida, con la que se cumple "una reivindicación histórica", evitará que las agencias "se vean obligadas a avalar por partida doble una misma venta".

Nuestra confederación ha ganado una importantísima batalla a las compañías aéreas. La medida afectará sobre todo a Iberia, aerolínea que suele requerir un

aval individual a las agencias. Si bien desde hace algún tiempo otras compañías aéreas, como Air France, KLM y otras asiáticas, también empezaron a solicitarlos.

La eliminación de estas garantías adicionales evitará que las agencias se vean obligadas, como ocurre actualmente en España, a tener que avalar por partida doble una misma venta, por un lado ante IATA y por otro ante las compañías aéreas. Ciertamente esta práctica conlleva sobrecostos financieros para las agencias imposibles, de soportar, dado el reducido margen de nuestro Sector.

## CEAV reclama la rebaja de los recargos por combustible

El pasado mes de octubre, la Confederación Española de Agencias de Viajes, remitió carta a las principales Compañías Aéreas, solicitando la rebaja de los recargos por combustible (la llamada tasa YQ), considerando la tendencia descendente de los precios del petróleo, la cual se prevé pueda mantenerse en el futuro, y que sitúan los mismos en su valor más bajo desde 2010.

Desde la Confederación Española de Agencias de Viajes, se les solicitaba sus previsiones en orden a recalcular la tasa YQ, trasladando a los consumidores el ahorro de costes del transporte que dicho descenso de precios conlleva. Ello en correspondencia con los reiterados y continuos incrementos de la denominada Tasa YQ que se han venido produciendo reiteradamente, como reflejo del incremento del precio del combustible.

A pesar del tiempo transcurrido, únicamente dos Compañías Aéreas han remitido sus respuestas. Por un lado BINTER, Aerolínea que no aplica dicha tasa en sus billetes, y por otro, Air Europa, que no tiene previsto su rebaja, al menos a corto plazo, alegando la desfavorable evolución del tipo de cambio del euro/dólar, sin que esta respuesta se considere satisfactoria por parte de CEAV, después de haber estudiado dicho evolución.

IBERIA dice estar estudiando el tema, pero ni Vueling, ni Lufthansa ni Air France/KLM han dado una respuesta a la Confederación, que continuaremos reclamando en cuantos foros pueda resultar necesario en defensa de los intereses de las agencias y de los consumidores.



NOS IRÍAMOS CON TUS CLIENTES AL FIN DEL MUNDO,

con tal de que este invierno no tengas que preocuparte de tus Seguros de Viaje y sólo tengas que disfrutar de las magníficas comisiones que te ofrecemos.

Entra en [turismo.race.es](http://turismo.race.es) y descubre nuestros productos y precios para el 2015.

Miembro adherido a:





## CEAV dice que EL VERANO DE 2014 es el mejor verano desde 2008

A principios de la campaña estival las agencias de viajes españolas ya apreciaban un repunte de las ventas, tras cinco veranos seguidos de caídas. Ahora, a punto de terminar agosto, la sensación general es que el repunte de actividad es una realidad, en consonancia con el buen comportamiento del BSP. A este respecto, el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, afirma que la mejoría del mercado turístico nacional hará que este verano sea el mejor de los últimos cinco años. En declaraciones a Servimedia, Gallego explicó que aunque es pronto para hacer balance de la campaña estival, se nota la consolidación de la recuperación del turismo nacional que se inició a finales del año pasado. El presidente de CEAV señala que el principal destino del turista español es la propia España, y el 27% de los ciudadanos elige el extranjero para sus vacaciones. Estas declaraciones se producen con el grueso del verano ya vendido por parte de las agencias, que a primeros de julio auguraban un aumento de ventas en torno al 10%, haciendo referencia al buen comportamiento tanto de la venta anticipada como la de última hora.

### Crecimiento del BSP

Este comportamiento del verano supone una evidencia del inicio de la recuperación del emisor español, tras seis años de continuas caída de ventas de las agencias de viajes. En esta dirección apunta también la producción del BSP de IATA, referente a las ventas de producto aéreo regular de las agencias de viajes españolas, y que ofrece el único dato basado en cifras reales, más allá de la especulación de la percepción del clima empresarial. Las agencias han vendido un 5% más de producto aéreo durante los cinco primeros meses del año, respecto al mismo periodo de 2013, lo que supone un mantenimiento de cifras positivas en lo que va de ejercicio, frente a las caídas de los años de la crisis, hasta situarse en niveles parecidos a los de 2009. Evidentemente, todavía quedan años para poder decir que se ha

## CEAV denuncia que algunas compañías aéreas siguen aplicando recargos por pagos con tarjeta

Desde el pasado mes de septiembre la normativa española prohíbe el cobro de dichos suplementos. Algunas aerolíneas mantienen los recargos por pagos con tarjeta, prohibidos desde el 1 de septiembre. A raíz de las quejas de CEAV por este

motivo, el Gobierno se ha comprometido a investigar y expedientar a las compañías aéreas que no hayan cambiado su política de cobro.

Aunque Iberia fue la primera compañía que modificó su política de cobro, algunas aerolíneas que operan en el mercado español continúan aplicando recargos por pagos con tarjeta, a pesar de estar prohibidos desde el pasado 1 de septiembre, según recoge el Real Decreto Ley 8/2014 relativo a Límites a las tasas de intercambio en operaciones de pago con tarjeta. Así lo ha denunciado CEAV, que afirma que no todas han modificado sus políticas de cobro a raíz de los cambios introducidos en la normativa española.

Si no se aplica la normativa, los clientes que compran billetes de avión con sus tarjetas de crédito o débito (tanto a través de aerolíneas como de agencias de viajes) se ven obligados a abonar un recargo que oscila entre 4,5 y 7,5 euros, cantidad que reciben íntegramente las compañías aéreas. Gracias a la presión ejercida por la Confederación, el Ministerio de Economía y Competitividad se ha comprometido a trasladar su queja al Ministerio de Fomento para que informe a las aerolíneas de sus obligaciones. Paralelamente, la Agencia Española de Consumo, dependiente del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, abrirá una investigación para determinar qué 'portales' continúan cobrando los citados recargos, expedientando a aquellos que no los hayan eliminado. Asimismo, las Comunidades autónomas también harán un seguimiento para detectar estas infracciones.

En un informe remitido por el Ministerio de Economía y Competitividad a CEAV, se aclara que no están afectadas por la limitación de las tasas de intercambio prevista en el Real Decreto Ley 8/2014 las operaciones efectuadas mediante tarjetas de empresa ni los sistemas de tarjetas de pago tripartitos. Por tanto, en ambos casos no está prohibido cobrar recargos.

## CEAV crece, nuevo miembro adherido MOVELIA

La Confederación Española de Agencias de Viajes y la Movelia Tecnologías S.L., han unido sus fuerzas de la mano de D. Rafael Gallego Nadal, de CEAV y D. Santiago Vallejo Sánchez-Monge, de Movelia. Ambas partes han comenzado a trabajar de manera conjunta ya

que Movelia va a acordar con las Agencias de Viaje que forman parte de CEAV, la utilización de sus servicios.

Movelia es la primera web de venta de billetes de autobús y nace en 2001 como la primera central de compra de billetes de autobús por Internet, con el respaldo del Ministerio de Ciencia y Tecnología, del Ministerio de Fomento, así como de las principales compañías de transporte de viajeros por carretera.

El presente acuerdo se suscribe con la intención de desarrollar un amplio programa de productos y servicios destinados a ser ofertados a la Confederación y sus agencias. Ya que La Confederación y Movelia están interesados en crear un marco de colaboración y comunicación específico dirigido a toda la Institución y asociados.

Actualmente, Movelia está integrada por 23 operadores de transporte que representan a más de 70 empresas, lo que nos permite ofrecerte más de 55.000 combinaciones posibles de trayectos, una ventaja de la que ahora se podrán beneficiarse para agilizar y mejorar su trabajo y gestión las 1.500 Agencias y 4.500 puntos de venta que forman parte de la Confederación Española de Agencias de Viaje.

Una unión de dos grandes en el sector turístico español, que abre nuevas puertas y amplía la visión y posibilidades de trabajo. Un acuerdo que permite aprovechar mejor las oportunidades que tanto CEAV como Movelia pueden aportar al sector, además de beneficiarse mutuamente.

Global Assistance

## Allianz Global Assistance nuevo miembro adherido 2015

La Confederación Española de Agencias de Viajes y Allianz Global Assistance han unido sus fuerzas de la mano de D. Rafael Gallego Nadal, de CEAV y Dña. Pilar Ortega Rodríguez y D. Gustavo Cara en representación de Allianz Global Assistance.

Allianz Global Assistance es una compañía especialista en seguros de viaje, asistencia en carretera y de hogar con

más de 60 años de experiencia en el sector. Para la Confederación es un gran nuevo aliado de calidad que aporta capacidad real de actuar a todos los puntos de venta de CEAV y sus asociados tanto en España, Europa y en todo el mundo.

Ambas partes han comenzado a trabajar de manera conjunta ya que Allianz va a acordar con las Agencias de Viaje que forman parte de la Confederación la ventaja de poder llevar a cabo la utilización de sus servicios, pudiendo así beneficiar de ello a todos los clientes directos e indirectos.

CEAV agrupa un total de 1.500 Agencias y 4.500 puntos de venta y tiene, entre otros, como principal fin el fomento y la defensa de sus agencias asociadas, así como la prestación de toda clase de servicios a todas sus agencias, por ello el presente acuerdo se suscribe con la intención de desarrollar un amplio programa de productos y servicios destinados a ser ofertados por las agencias y puntos de venta nombrados anterior-

mente, puntos de venta que ahora serán también portavoces de los productos de Allianz Global Assistance.

Un marco de colaboración y comunicación específico dirigido a toda la Institución de la que Allianz Global Assistance ahora forma parte, sumando juntos para llegar más lejos.

Actualmente Allianz Global Assistance es Líder mundial en asistencia y seguros de viaje y ofrece productos y servicios integrales en Seguros de Viaje. Además dispone de más de 9.300 profesionales del sector viaje en todo el mundo y cuenta con una amplia red de proveedores médicos en más de 240 países ofreciendo asistencia 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año.

Una unión de dos grandes en el sector turístico que abre nuevas puertas y amplía la visión y posibilidades de trabajo. Un acuerdo que permite aprovechar mejor las oportunidades que tanto CEAV como Allianz pueden aportar al sector, además de beneficiarse mutuamente.



## El presidente de Grupo Julià recibe el premio Matilde Torres de la CEAV

El presidente de Grupo Julià, José Adell Antonio, recibió el pasado 12 de noviembre, el distintivo turístico Matilde Torres de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) por su contribución al desarrollo y fomento del sector turístico catalán y español. Esta segunda edición del galardón, cuya entrega tuvo lugar en la Casa de la Convalescència de Barcelona, ha reconocido el esfuerzo y la constancia desempeñados durante décadas por Adell para modernizar y convertir a Grupo Julià, compañía que nació en 1933 como empresa de transporte discrecional por carretera, en uno de los principales grupos empresariales españoles especializado en servicios globales de turismo y movilidad.

"Para Grupo Julià y para mí personalmente constituye un gran honor recibir este reconocimiento por parte de la CEAV y nos anima a seguir trabajando por la profesionalización y la internacionalización de nuestro sector, clave para la consolidación de la actividad económica en España", ha manifestado el presidente de Grupo Julià al conocer el premio. Por su parte, el presidente de CEAV, Rafael Gallego, dijo que el galardón "reconoce y homenajea la continuidad de una empresa familiar con un más que importante talante dentro del sector turístico nacional e internacional".

José Adell Antonio (Barcelona, 1944) estudió empresariales, es licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad

de Barcelona, Auditor y PADE (Programa de Alta Dirección de Empresas) por el IESE. Con su entrada en Grupo Julià en 1972 como Director General, la compañía pasó de ser líder en el transporte discrecional de viajeros en Cataluña a la ampliación de su actividad hacia el sector turístico y la internacionalización de sus servicios. Así, en la década de los 70 se crearon las divisiones Julià Tours, Julià Central de Viajes y Julià Travel para ofrecer servicios especializados en viajes vacacionales, viajes corporativos y servicios de turismo receptivo, respectivamente. Poco después, la compañía inició su desarrollo en Latinoamérica donde abrió oficinas en Argentina, México y Puerto Rico.

Bajo su presidencia, Grupo Julià ha potenciado su expansión internacional ofreciendo sus servicios a más de 5 millones de clientes en España, Andorra, México, Argentina, Puerto Rico, Marruecos y EEUU. La compañía, que ha alcanzado una facturación de 274 millones de euros en 2013, emplea a más de 1.100 personas.

Además, en los últimos años se ha posicionado como uno de los tres principales operadores internacionales de autobuses turísticos (2,8 millones de pasajeros el 2013). Desde el 2012 la compañía gestiona en exclusiva para España la licencia norteamericana Gray Line, la mayor organización de operadores de excursiones y actividades turísticas de alcance mundial.

Con este galardón, CEAV busca reconocer la labor profesional y los valores humanos de la persona distinguida, considerándose como valor añadido su esfuerzo profesional en el ámbito turístico español, así como que haya demostrado su excelencia a través de su carrera profesional en el turismo, sirviendo como un modelo inspirador. Además, el candidato ha contribuido al desarrollo, fomento y promoción del turismo, y ha participado con la Administración en este sector estratégico para la economía española por su alta contribución al PIB y la generación de empleo directo e indirecto.



## FAM TRIP de touroperadores españoles: "Ecuador es un destino que está preparado turísticamente"

En octubre de 2014 representantes de Latitudes, Mundoexperience, TUI Spain, Kuoni, Logitravel, Viajes El Corte Inglés, La Cuarta Isla, Descubre Viajes y la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), participaron en un FAM TRIP por Ecuador dentro del programa de la campaña ALL YOU NEED IS ECUADOR. Los touroperadores españoles, que recorrieron el país, como parte de la estrategia de promoción que lleva adelante el Ministerio de Turismo en el exterior, mostraron su satisfacción porque encontraron que el país tiene una gran seguridad, una amplia diversificación de ofertas turísticas, hoteles de calidad, un alto nivel de profesionalismo en la operación; y, sobre todo la amabilidad de la gente, lo que a su juicio hace que se incremente la calidad en el servicio.

"Hemos descubierto un país maravilloso que está totalmente preparado en materia turística, muy distinto a la imagen que teníamos", afirmaron esta mañana un grupo de tour operadores españoles que se reunieron con la ministra de Turismo, Sandra Naranjo. En este encuentro Sandra Naranjo hizo hincapié en que la realidad de Ecuador ha cambiado desde hace ocho años, ya que antes el turismo apenas representaba el 4% del Producto Interno Bruto y ahora representa el 14%. Durante el viaje, además de conocer las tres principales ciudades Quito, Cuenca y Guayaquil, se realizaron dos workshop donde touroperadores ecuatorianos tuvieron la oportunidad de presentar los distintos paquetes turísticos que se pueden realizar en el país.

"La experiencia vivida en Ecuador ha sido increíble. Hemos transitado por carreteras de primer nivel y con seguridad podemos decir que esta visita nos ha abierto los ojos hacia este destino latinoamericano, que nos ha mostrado calidad en sus servicios", agregaron.

España se encuentra dentro del grupo de los principales mercados emisores de turismo para Ecuador. Entre enero y septiembre de este año nos han visitado un total de 51.312 españoles, lo que representa un crecimiento del 5% con relación a igual período del 2013, cuando llegaron 48.827.





## Más de 60 Agencias de Viajes en el Workshop de Zaragoza organizado por CEAV

El pasado 25 de Noviembre, Zaragoza recibió a AIR BERLIN, ALEMANIA, AUSTRIA Y SUIZA y a todos los colaboradores con una alta respuesta con la asistencia de más de sesenta agentes de viajes que acudieron al workshop celebrado ayer en el HOTEL ALFONSO de Zaragoza. Las agencias de viajes pudieron conocer las novedades de los 3 países y de la compañía aérea informando de importantes datos como son el año de la celebración de la caída del muro en Alemania, la celebración del primer TOUR automovilístico de Suiza, ambos para el 2015, así como las novedades de AIR BERLIN y la presentación del magnífico video Winter Waltz presentado por Austria, ganador de un premio en el 2012.

Por su parte los partners hoteleros como son KEYTEL, MARITIM HOTELES y STEIGENBERGER HOTELES, presentaron sus mejores propuestas de alojamiento en los países anfitriones, lo mismo que los mayoristas de viajes tradicionales como son POLITOURS, TRANSRUTAS y TUI, que acercaron los paquetes de viajes y las nuevas posibilidades para llegar a las capitales con los vuelos especiales o charters desde ZARAGOZA a Viena, así como las propuestas más innovadoras por parte de EXIT TOURS y TERRANOVA TOURS. La empresa tecnológica especializada en agencias de viajes, Pipeline, pudo también dar a conocer su herramienta de trabajo, muy importante para las agencias en su gestión diaria.

En un ambiente de máxima profesionalidad, los asistentes pudieron sentarse con todos los colaboradores, atender a las tres formaciones y disfrutar de una velada entrañable donde el turismo y los viajes fueron los protagonistas, bajo el hilo conductor de AIR BERLIN de la mano de Paul Ciaccio, Key Account Manager Spain & Portugal y de la Directora Comercial de CEAV, Cristina Bou. Por su parte destacar la importante colaboración de la ASOCIACION DE AGENCIAS DE VIAJES DE ARAGON que junto con su presidente Jorge Moncada reforzaron la convocatoria con su apoyo institucional y CEAV pudo afianzar su propósito de formar a las agencias de viajes con las celebraciones de este tipo de acciones que generan mucho interés y que en definitiva dinamizan el sector turístico.



De izda. a derecha: Soledad Sagües de ACAVE, Nieves Domínguez MARITIM HOTELES, Sara Tarragó de ATLANTIDA VIATGES premiada, Paul Ciaccio AIR BERLIN y María de Miguel CULTOURBERLIN.

## Spring Navideño en Barcelona

El pasado 4 de Noviembre, CEAV juntamente con ACAVE reunió a más de 30 agentes de viajes en su formación anual con AIR BERLIN. La compañía aérea acercó sus novedades de la mano de su Delegado Comercial PAUL CIACCIO en el marco de una presentación vinculada a la NAVIDAD en Alemania, concretamente en su capital, con dos importantes partners: MARITIM

HOTELES, con Nieves Domínguez y CULTOURBERLIN, con Maria de Miguel. El evento se realizó en la sala privada del Restaurante Velódromo de la ciudad, con un catering muy especial que mucho agradó a todos los participantes. Se presentaron los mercados navideño más característicos, rutas y propuestas y los mejores hoteles para alojarse. Con este evento, las tres empresas anfitrionas tuvieron la oportunidad de saludar a los expertos agentes de viajes que acudieron para aprender y conocer más sobre esta nueva tendencia de viaje que siempre es muy sugerente en las fechas previas a las Navidades. Desde este canal, CEAV quiere agradecer a todos su participación que hizo que resultará un éxito.



Spring Navideño



## CEAV presente en FITUR, Pabellón 10 STAND B20

Como cada año CEAV está presente en FITUR, el miércoles 28 de enero, con la cita WELCOME TO FITUR, donde han sido invitados todos los miembros adheridos de la Confederación, con la colaboración del Patronato de Turismo de Gran Canaria.

El jueves 29 se realizará la presentación oficial de la III Cumbre Mundial de Presidentes de Asociaciones de Agencias de Viajes 2015 en el stand del País Vasco, un evento de gran relevancia del que hablamos en las páginas de nuestra revista Mundo Inédito.

Por segundo año consecutivo contamos con la colaboración de la región turística de la CHAMPAGNE, con su representante Elisabet Vidal y presentamos la incorporación del nuevo miembro adherido ALLIANZ, para este nuevo año 2015.

Sin duda, un año más, el STAND de CEAV constituye un punto de encuentro para todos los expertos profesionales de nuestro sector.





### III Congreso CEAV a la India del 28 de noviembre al 6 de diciembre de 2015

El 28 de noviembre se inició el viaje profesional a La India para celebrar el III Congreso de CEAV ; la confederación eligió un destino como la India con el objetivo de dar a conocer un país con muchísimas posibilidades, para propiciar un incremento de las ventas para los agentes y conocer en profundidad las posibilidades turísticas de un destino no muy conocido, en auge de visitantes y que cada vez despiertan mas interés; de esta manera, conociendo el destino, poder ofrecer el mejor producto al cliente final.

Diez días de duración ha tenido el III Congreso de la Confederación Española de Agencias de Viajes en la India, que ha contado con la participación de alrededor de 160 agentes y ha sido calificado como una experiencia única e irrepetible. Todos los que han estado han podido conocer el terreno de manera inigualable para



luego poder transmitir sus conocimientos a los futuros clientes.

Forma parte de los fines de la Confederación Española de Agencias de Viaje, la coordinación y promoción de la actuación de las Organizaciones asociadas y, a través de éstas, las de sus Empresas miembros, para fomentar al máximo, las corrientes turísticas, encauzándolas a través de nuestras Agencias de Viajes, lo cual se fomenta con iniciativas como la de este III Congreso que ya piensa en su próxima edición.

Los participantes han visitado los lugares más importantes y turísticos como Jaipur, Delhi, Samode, Amber, Agra, Fatehpur Sikri, conociéndolos así de primera mano, han podido disfrutar de extensiones a Benares, Dubai y Nepal.





### III Cumbre Mundial de Presidentes de Asociaciones de Agencias de Viajes

La Confederación Española de Agencias de Viajes ya está trabajando en la organización del 3rd Summit of Travel Agencies Associations (III Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes) que tendrá lugar en Euskadi, del 4 al 6 de noviembre del 2015.

El anuncio oficial se realizó durante el 2nd Summit, recientemente celebrado en Zagreb, en el que la directora general de la Agencia Vasca de Turismo, BASQUETOUR, Arantza Madariaga, realizó una novedosa presentación del destino e invitó a los asistentes a participar en la nueva cita.

Este proyecto novedoso, fue iniciado por CEAV el año pasado, y seguirá teniendo

continuidad, gracias al decidido apoyo de BASQUETOUR, con quien llevamos trabajando desde hace más de un año, para hacer posible que Euskadi pueda acoger en 2015 el 3rd Summit of Travel Agencies Associations, reuniendo a más de 200 Presidentes de Asociaciones de Agencias de Viajes y representantes de Agencias de Viajes de más de 60 países de los cinco continentes.

El proyecto de CEAV supondrá la celebración del Summit en el Estado con carácter bienal, y en años alternos en otros destinos internacionales. El Summit se ha consolidado ya, como el mejor escenario posible para promocionar las ciudades y lugares donde se celebra, al tiempo que permite a los agentes de via-

jes de todo el mundo compartir experiencias e inquietudes y debatir sobre los aspectos claves que marcan el futuro de nuestro sector. Para ello, y durante los dos días de desarrollo, están previstas distintas conferencias y mesas redondas, además de la organización, en paralelo, de un programa social de Networking que permita incrementar la red de contactos de todos los participantes.

Euskadi cuenta con una oferta amplia y de calidad para acoger este tipo de eventos. Esto, unido al gran atractivo como destino, su privilegiada ubicación geográfica y su excelente gastronomía, de la que se puede disfrutar en cualquier rincón, ha marcado la diferencia con otros destinos candidatos.



### III Cumbre Mundial de Presidentes de Asociaciones de Agencias de Viajes III World Summit of Presidents of Associations of Travel Agencies Bidaia-agentzien Elkartetako Presidenteen Munduko III. Gailurra



El Stand de la Exposición

### Nueva muestra de libros y revistas de turismo en la Feria ITB BERLIN 2015

*La 14ª Exposición Internacional del Libro Turístico y de Revistas de Turismo se podrá visitar dentro de la feria turística más importante del mundo.*

La feria ITB BERLIN celebrará su 49ª edición del 4 al 8 de marzo de 2015 en Messe Berlin, el recinto ferial de la capital alemana. Durante estos días, gran parte de la industria turística mundial se dará cita allí.

Entre los muchos eventos que formarán parte de la Feria, el Centro de Documentación Turística, dirigido por Miguel

Montes, Secretario General de la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo (FEPET), presentará una exposición de publicaciones en la que participará una selección de las mejores revistas de viajes y turismo, culturales, económicas, técnicas, de estilo de vida, etc., así como editoriales y servicios de publicaciones españoles e internacionales que destacan en la edición turís-

tica y patrimonial. Como en otras ocasiones, la Exposición contará con el patrocinio de MESSE BERLIN y con la colaboración del Grupo MARVA y el Hotel St. Michaels-Heim de Berlín.

Se podrá ver en el Pabellón 3.1, dedicado a Centroamérica y Caribe y uno de los más visitados de la feria.



Astrid Zand, Jefa de Prensa, David Ruetz, Director de ITB BERLIN y Luz Marina Heruday, Subdirectora, con Miguel Montes, del Centro de Documentación Turística.

La publicación en la Exposición de la pasada edición de ITB.



## Proyecto **TURISMO VERDE** para el desarrollo del **TURISMO SOSTENIBLE**

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), junto con la Fundación Biodiversidad del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, desarrollan el proyecto Turismo Verde, programa integral para el desarrollo del Turismo Sostenible desde las Agencias de Viajes, potenciando su papel como empresas generadoras de empleo verde para trabajadores menores de 30 años.

Las Agencias de Viajes, como generadoras de actividades de turismo, conllevan un impacto en el entorno donde éstas se desarrollan. El Turismo Sostenible se configura como la opción más adecuada, tanto de presente como de futuro, de cara a mantener el crecimiento del sector y reducir su impacto medioambiental. Además, constituye un importante factor de diferenciación respecto a la competencia.

Este proyecto tiene como principal objetivo dotar de las herramientas técnicas necesarias a las Agencias de Viajes para la puesta en marcha de actividades de Turismo Sostenible, de modo que se articulen líneas de trabajo con una doble potencialidad:

- Mejorar la sostenibilidad de la actividad, reduciendo el impacto en el medioambiente.
- Implementar, a su vez, el empleo verde en el sector, de modo que se puedan generar empleos dirigidos prioritariamente a jóvenes menores de 30 años.

Para alcanzar estos objetivos, se están desarrollando varias actividades formativas y sensibilizadoras, focalizadas en dar a conocer la potencialidad del Turismo Sostenible, tanto en su vertiente de mejora en el desempeño ambiental como en la de innovación y diferenciación respecto de la competencia.

Las actividades que se enmarcan en el proyecto Turismo Verde, todas gratuitas, son las siguientes:

- **Curso de Turismo Sostenible** para Agencias de Viajes.
- **Asesoramiento en Turismo Sostenible** para Agencias de Viajes.
- **Jornadas Técnicas sobre Turismo Sostenible** para Agencias de Viajes.

El ámbito de desarrollo de las acciones comprende las Comunidades Autónomas de Canarias, Castilla-La Mancha y Extremadura.

### CURSO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA AGENCIAS DE VIAJES

Del 19 de noviembre al 16 de enero de 2015

- **Curso gratuito.**
- **A distancia (a través de plataforma e-learning).**
- **Tutor: consultor experto en turismo sostenible.**
- **60 horas de duración.**
- **Contenido:**
  - Introducción a la Gestión Sostenible
  - La Gestión Ambiental
  - Requisitos ambientales exigibles a proveedores: Transporte y Alojamientos
  - Planificación de Actividades de Turismo Sostenible
  - El Empleo Verde en las Agencias de Viajes
  - Módulo de emprendimiento
- **Dirigido a trabajadores y profesionales Agencias de Viajes (PYMES y autónomos).**
- **Especial atención a menores de 30 años y otros colectivos (mujeres, mayores de 45 años, discapacitados, desempleados, baja cualificación e inmigrantes).**

## Proyecto «TURISMO VERDE»

Visitas de asesoramiento sobre turismo sostenible a agencias de viaje  
Del 1 de Septiembre del 2014 al 31 de Enero del 2015

CEAV informa que próximamente se va a poner en marcha la actividad de VISITAS DE ASESORAMIENTO SOBRE TURISMO SOSTENIBLE A AGENCIAS DE VIAJE, dentro de las actividades del proyecto "TURISMO VERDE". Acción gratuita, y que se centra en llevar a cabo un asesoramiento personalizado sobre la implementación del Turismo Sostenible dentro de la actividad de las Agencias de Viaje, informando y asesorando sobre su validez y mostrando los beneficios para el medioambiente y de la competitividad de las Agencias, gracias al impulso del empleo verde...

Los destinatarios de la acción serán los trabajadores de las Agencias de Viaje y profesionales (trabajadores y Autónomos) El ámbito de desarrollo del proyecto es en las comunidades de Castilla La Mancha, Canarias y Extremadura.

Estas acciones pondrán a disposición de las Agencias de Viajes distintas vías de implementación del Turismo Sostenible, bien como una línea de negocio con unas perspectivas muy atractivas, bien como eje transversal de toda la actividad empresarial. Tanto el curso como las jornadas técnicas y el asesoramiento serán dirigidos y tutorizados por expertos en materia de gestión ambiental y turismo sostenible, con conocimientos del sector de las Agencias de Viajes y de las últimas novedades en la materia.

Se trata de una gran oportunidad para que las Agencias de Viajes se posicionen de forma inmejorable dentro del sector, no sólo por la diferenciación que supone, sino por la implementación de una forma de gestión y de negocio estable, basada en el empleo verde y con las mejores perspectivas de futuro. Y más allá de la visión puramente empresarial, el turismo sostenible se posiciona en la vanguardia de los sectores productivos que van adaptando su actividad a las nuevas circunstancias del entorno, con el respeto al medio ambiente como consigna y exigencia principal por la sociedad.

En la página web de CEAV [www.ceav.info](http://www.ceav.info) podrán encontrar más detalles de las acciones del proyecto **Turismo Verde**. Más información e inscripciones en el correo [empleaverde@ceav.info](mailto:empleaverde@ceav.info).

Acciones gratuitas cofinanciadas por el FSE · "El FSE invierte en tu futuro"

### ASESORAMIENTO EN TURISMO SOSTENIBLE PARA AGENCIAS DE VIAJES

Hasta el 31 de enero de 2015

- **Asesoramiento gratuito.**
- **Visita (1 hora de duración) de consultor experto para recabar información.**
- **Análisis por el consultor de la situación de la agencia y propuesta de medidas para mejorar la sostenibilidad y diferenciarse a través del Turismo Sostenible.**
- **Elaboración de informe con el resultado del estudio, las conclusiones y las propuestas, y envío a la Agencia de Viajes.**
- **Castilla-La Mancha, Extremadura y Canarias.**



**Isabel Borrego Cortés,  
Secretaria de Estado de Turismo**

**Licenciada en Derecho por la Universidad de les Illes Balears y Máster en Derecho de la Construcción y del Sector Inmobiliario, Isabel Borrego ha sido vicepresidenta del Instituto Balear de la Vivienda y asesora en materia de urbanismo de la Consejera de Medio Ambiente, Vivienda y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid. Fue elegida diputada nacional en el Congreso de los Diputados por la circunscripción de Islas Baleares, aunque la designación como secretaria de Estado de Turismo, le impide ocupar acta de diputado.**

## “Estamos viviendo una etapa histórica y extraordinaria en lo que al turismo internacional se refiere”

### ¿Cómo se siente dirigiendo las políticas turísticas de nuestro país?

Me inspira una profunda responsabilidad y está siendo para mí un verdadero honor, sobre todo porque se están viendo los frutos del duro trabajo realizado por el sector privado y por el resto de las administraciones públicas, pero todos bajo el paraguas del Estado.

Llegamos al Gobierno en momentos muy difíciles y, si me lo permite, la necesidad nos ha unido y ha permitido que salgan adelante medidas, reformas y acciones que han sido demandas durante mucho tiempo.

### A pesar de la crisis, el turismo receptivo va bien. ¿Nos puede hacer una valoración de este 2014?

Sin duda, estamos viviendo una etapa histórica y extraordinaria en lo que al turismo internacional se refiere. Las cifras de 2014 vuelven a ser récord después de haber vivido un 2013 también sin precedentes.

Pero si me permite la noticia que más nos alegra es la progresiva recuperación del turismo nacional, el que realizamos los españoles y que ha estado debilitado estos últimos años como consecuencia de la crisis económica.

Ahora, ya desde hace varios meses, en base a datos de pernoctaciones hoteleras y extra hoteleras, pasajeros de avión, de tren, etc. comprobamos una mejoría neta.

De ahí que tengamos muchas esperanzas puestas tanto en la demanda internacional como en la nacional para este próximo 2015.

### ¿Nos estamos beneficiando de la inestabilidad de los tradicionales competidores mediterráneos?

Es innegable que, en 2011, cuando se produjeron los disturbios en los países del "Norte de África" en la llamada "Primavera Árabe", España recibió un número de turistas desviados por estos sucesos. Sin embargo, le diré que fuimos capaces de fidelizarlos y esa es la gran noticia ya que, las cosas se han ido calmando, estos países han vuelto a la senda del crecimiento en el número de turistas y nosotros, como sabe, también estamos creciendo.

Por lo tanto, pudo ser un desvío circunstancial y, en todo caso, España se alegra de la recuperación de estos países ya que no es ni mucho menos nuestro objetivo crecer en base al mal ajeno.

### En los últimos años se ha puesto en cuestión el sol y playa, pero gracias al sol y playa podemos alcanzar las cifras en las que estamos. ¿Hacia dónde debemos encaminar las políticas turísticas? ¿Tenemos un país equilibrado turísticamente?

Tres de cada cuatro turistas internacionales que llegan a nuestro país lo hacen atraídos por nuestro sol y por nuestras playas. Sin embargo, España es uno de los pocos países del mundo que puede atraer turistas los 365 días del año. España dispone de una enorme variedad de productos que mejoran la competitividad como destino turístico; refuerzan



“España es uno de los pocos países del mundo que puede atraer turistas los 365 días del año.”

nuestra imagen de calidad y de excelencia, y favorecen la desestacionalización del turismo.

El Gobierno de España afrontó este reto al considerar el Turismo una oportunidad para la diversificación geográfica, y sobre todo un eje de desarrollo y de dinamización para muchos municipios y destinos.

Los turistas que nos visitan lo hacen cada vez con motivaciones más especializadas, en un ámbito temporal más grande y con el deseo de vivir una experiencia única.

De ahí que nuestro objetivo sea diversificar a diferentes niveles: mercados emisores, territorios, temporadas y productos.

### ¿Cuáles son los productos que recomendaría desarrollar?

Permítame que le destaque dos: El turismo de compras para que el que el gobierno ha realizado un plan específico: el Plan de Turismo de Compras y el Turismo de Salud, producto que hemos conseguido estructurar para poder hacer una promoción más eficaz.

No olvidemos que un turista de salud gasta entre 6 y 10 veces más que un turista vacacional, sus estancias son generalmente más largas y suelen ir acompañados de familiares y amigos.

**La crisis afecta a buena parte del turismo nacional, lo que repercute en el turismo a las zonas y ciudades del interior, que son las que más están sufriendo. Se atisba también una recuperación al respecto.**

Desde el primer momento, este Gobierno tuvo claro que España tiene una enorme diversidad y existen numerosas alternativas al 'Sol y Playa', principalmente aquellas que pasan por la puesta en valor del patrimonio natural y cultural en el medio rural.

Como consecuencia, en febrero de 2014 presentamos el Plan de Promoción de Turismo Rural cuya ejecución es ya del 95%. Hemos conseguido en este año mejorar la estructuración del producto turístico, paliar los desajustes entre oferta y demanda, mejorar el posicionamiento de España e incrementar la demanda internacional, la facilitación de la comercialización del turismo rural y de naturaleza.

Esta labor de diversificación del Ministerio ya está dando sus frutos: mientras que las llegadas de turistas internacionales a España han crecido hasta noviembre un 7,2%, en las comunidades de interior lo han hecho un 15% de media.

### Este 2015 finaliza el Plan Nacional e Integral de Turismo PNIT. ¿Cuáles son las líneas generales y qué valoración hace de su implementación hasta la fecha?

El Gobierno consideró el Turismo desde el primer momento como una prioridad de Estado y se convirtió en una de las principales apuestas de nuestra política.

En esta línea, el primer plan de Gobierno fue el PNIT, Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 convertido en nuestra hoja de ruta ya que se redactó con consenso y con las aportaciones de las comunidades autónomas y del sector privado. Hoy día su ejecución se encuentra al 70%.

Todos coincidimos entonces en que el Turismo era una sector transversal y que, por tanto, todas las administraciones, todos los ministerios, la iniciativa privada y también los ciudadanos estábamos implicados.

De esta forma, numerosas medidas tomadas por otros ministerios han tenido una influencia positiva en el Turismo, entre ellas cabe mencionar la reforma laboral, la modificación de la Ley de Costas, la agilización de los visados (por ejemplo en China, la emisión creció un 30% en 2013)

o la modulación de las tasas aeroportuarias.

Paralelamente, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo afrontó una serie de retos que nos reclamaba la industria para consolidar y asegurar el liderazgo de España en el turismo mundial, para mejorar la rentabilidad del sector y rehabilitar la oferta turística del país.

A día de hoy, los resultados son visibles y, como le decía al principio, la demanda internacional mantiene una tendencia extraordinaria, se recupera la nacional, y el sector turístico está contribuyendo como ningún otro a la recuperación de nuestro país. Los datos de creación de empleo así lo revelan también.

**Seguimos hablando del 2015. Se espera una espectacular bajada del turismo ruso, de entre el 20 al 30%. ¿Cómo se comportarán los otros mercados? Y ¿en qué áreas del mundo incrementarán la promoción?**

Yo no hablaría de una espectacular bajada pero no podemos negar que este 2014 se han producido descensos en la llegada de turistas rusos. La causa principal es la devaluación del rublo, de casi el 40%, y que, en algunos casos, ha encarecido el viaje a nuestro país hasta en 500 euros.

No obstante permítame que le diga que en el año 2011, España recibió 860.000 turistas rusos y en 2014, se ha superado el 1.400.000. Con lo que, no siendo los resultados que esperábamos, el crecimiento de este mercado ha sido exponencial.

Aun así, y dentro de la política de diversificación emprendida por el Gobierno, nos hemos marcado una serie de mercados lejanos o emergentes que por su capacidad emisora de turistas y de gastos nos interesan especialmente.

Así, desde hace ya más de dos meses contamos con un nuevo consejero en Dubai, encargándose de la expansión en los países del Golfo. También dotaremos de mayor presencia en países como Japón, China, Corea, Brasil, Argentina, India, etc.

**Cuando se dice que el turismo va bien, se suele pensar sólo en el receptor. En el caso del emisor, hemos asistido al cierre de miles de agencias de viajes porque por desgracia puede viajar mucha menos gente que hace unos años. ¿Le preocupa dicha situación? ¿Podemos insuflar algo de optimismo al respecto? ¿Cuál es el papel que otorga a las agencias de viajes? ¿Hay que replantear la intermediación turística?**

Efectivamente, es una situación que nos preocupa.

Sin embargo, el sector de las agencias de viaje se está adaptando perfectamente a los profundos cambios que está experimentando la sociedad y a las nuevas tendencias que están cambiando la forma de viajar y de hacer turismo.

---

**“Las agencias de viajes se han convertido en un garante de la calidad y la seguridad del viaje.”**

---

El sector se ha movido hacia la especialización, algo que aporta valor añadido al turista que busca cada vez más un turismo de experiencias que les ofrecen de forma extraordinaria las agencias y operadores. Además, las agencias de viaje se han convertido en un garante de la calidad y de la seguridad en el viaje.

En cuanto al turismo emisor nacional al exterior de España, según la Balanza de Pagos del Banco de España, mantiene un crecimiento continuo desde junio de 2013.

**Como Secretaria de Estado de Turismo le debería pedir que me recomendase donde pasar mis próximas vacaciones, pero usted no puede responderme concretamente ya que se le enfadarían los destinos españoles que no mencionase. Como nuestra revista se llama Mundo Inédito, recomiéndome tres destinos fuera de nuestro país que le hayan llamado especialmente la atención.**

Al revés, sólo puedo recomendar España. Nuestro maravilloso país cuenta con una diversidad de la que muy pocos pueden presumir. Además, tenemos la suerte de que no hace falta que nos desplazemos mucho. Siempre, en todas nuestras regiones, hay un lugar maravilloso que no conocemos y que merece la pena visitar.

**Muchas gracias**



# juntos, sumamos

**AVIBA:** Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Baleares · **ACAVE:** Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas · **ASAVAL:** Asociación de Agencias de Viajes de Almería · **AAVA:** Asociación de Agencias de Viajes de Aragón · Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Cádiz · Asociación provincial de Agencias de Viajes de Córdoba · Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Jaén · **AAVFLG:** Asociación de Agencias de Viajes de Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote · Asociación de Agencias de Viajes de Melilla · **AMAV:** Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Murcia · **AAVOT:** Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria · **AEDAV Andalucía:** Agencias de Viajes Asociadas de Andalucía · **AEVISE:** Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla · **SpainDMCs:** Asociación Española de DMCs · **AVIPO:** Asociación Provincial Agencias Viajes Pontevedra · **APAV:** Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Santa Cruz de Tenerife · **FETAVE:** Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas · **UNAV:** Unión de Agencias de Viajes

**ceav**  
Confederación Española  
de Agencias de Viajes

Diego de León, 47 - Despacho 27 · 28006 Madrid  
Tel. 91 838 85 36 · Fax 91 838 85 34  
e-mail: ceav@ceav.info · web: ceav.info



**Matthias Schultze, Director Ejecutivo del Germany Convention Bureau GCB**

El GCB (Oficina de Convenciones Alemana) es la organización central de marketing que representa los intereses a nivel de conferencias y convenciones de Alemania como destino de negocios. Matthias Schultze estudió gestión empresarial en la Heidelberg Hotel Management School y trabajó en el Brenner's Park Hotel en Baden-Baden, el Hotel Le Bristol en París, el Bayerischer Hof en Munich y en el Hilton International. Además, ha sido miembro ejecutivo del comité de la World Conference Centre Bonn - el centro de convenciones que incorporó los antiguos edificios del parlamento alemán en Bonn. Matthias Schultze ha sido Vicepresidente de los European Association of Event Centres (EVVC) y durante varios años ha sido miembro del comité de marketing del GCB.

## La clave del éxito de Alemania: tecnología, buenos accesos y excelente relación calidad-precio

Los más de 200 miembros del GCB representan a 450 hoteles, centros de convenciones, destinos, agencias de eventos y proveedores de servicios importantes en la industria de congresos y convenciones.

**Alemania tiene una muy buena imagen de turismo de negocios. Por ello debe ser más sencillo promocionar y conseguir ser el destino de Meetings, Incentivos, Conferencias y Exhibiciones.**

Esta es precisamente la clave del por qué Alemania tiene tanto éxito en el MICE, donde el 82% de los planificadores dicen que resulta fundamental tanto las infraestructuras como la tecnología y en este sentido nuestro país está muy preparado. Tenemos muy buenos accesos y excelente relación calidad-precio, que combinada con el nivel de nuestros profesionales, explica el éxito alcanzado. Una de las formas en las que Alemania permanece a la vanguardia de la industria de los congresos es a través de una investigación exhaustiva sobre las futuras tendencias.

**¿Estamos hablando de las grandes ciudades que todos tenemos en la mente: Berlín, Colonia, Frankfurt, Hamburgo, Munich, etc..?**

No únicamente. También eligen ciudades medianas y algunas áreas rurales. En Baviera hay pequeñas localidades líderes en nuevas tecnologías, igual que en Baden-Wurtemberg. Como ejemplos de ciudades medianas que son excelentes destinos le puedo mencionar Friburg o Regensburg, por solo mencionar algunas.

**Hablando de nuevas tecnologías. Algunos decían que las videoconferencias acabarían con los viajes.**

Desde el invento del teléfono, cada vez ha habido más viajes que antes y desde las videoconferencias cada vez hay más meetings. Una vez más, estas tecnologías son un medio más para organizar grandes encuentros. La relación personal sigue siendo fundamental.

**En este pasado año 2014 se ha celebrado el 25 aniversario de la caída del Muro de Berlín. La ciudad se ha puesto de moda.**

El aniversario de los 25 años de unidad representa una excelente plataforma para el intercambio de tecnología e ideas y además, la ciudad de Berlín está quedando espectacular. La unificación ha contribuido exponencialmente al aumento de encuentros. Le puedo dar algunos datos al respecto. Mientras entre 1963 y 1969 se celebraron 221 y entre 1970-1979, 640; en los periodos 1980-1989 se celebraron 1288, 1992 entre 1990 y 1999 y desde el año 2000 llevamos más de 5500 encuentros.



**Cada vez está tomando más protagonismo económico la zona Asia-Pacífico, y parece que Europa se esté atascando.**

Hay una tendencia hacia Asia porque se está invirtiendo mucho en las infraestructuras. Hoteles espectaculares en China, etc. Sin embargo más del 50% de los eventos se hacen en Europa.

**¿Cuáles son los grandes competidores de nuestro Viejo Continente?**

Evidentemente los BRICS: Brasil, Rusia, India, China, Sudáfrica, y también Dubai y Singapur.

**¿Le gustaría añadir alguna cosa más?**

Hemos realizado un estudio con el título de "Congresos y Convenciones 2030, un análisis acerca de las grandes tendencias que determinan nuestra industria" donde más de un 41,6 por ciento de los encuestados considera la tecnología en el trabajo y en la vida en general un aspecto muy influyente para el futuro del negocio de los congresos.

Hay una serie de criterios sobre los que trabajar: tecnología, movilidad, sostenibilidad y cambio demográfico. Cada vez serán más importantes las mujeres en el sector.

Alemania es un excelente destino para el MICE y es importante seguirla promoviendo.

**Muchas gracias**

“El aniversario de los 25 años de unidad representa una excelente plataforma para el intercambio de tecnología e ideas y además, la ciudad de Berlín está quedando espectacular. La unificación ha contribuido exponencialmente al aumento de encuentros.”

### Las cinco principales megatendencias del estudio

1. Las nuevas formas de transferencia de conocimientos influirán en todas las fases de planificación de eventos. Se incorporan componentes virtuales en eventos en vivo, a la vez que aumentan el número de eventos virtuales.
2. Las reuniones serán más importantes para hacer frente a los problemas que surgen a través de una mayor interconexión de las culturas y los pueblos.
3. Llegar y salir de los lugares donde se celebren los eventos de una forma fácil y cómoda y con la menor huella ecológica posible seguirá siendo un aspecto importante de la planificación.
4. La sostenibilidad seguirá siendo un principio rector para influir en todos los ámbitos de la planificación de reuniones, desde la construcción y renovación de locales, al transporte, la comida y el entretenimiento. Los organizadores de reuniones se centrarán más en la utilización de proveedores locales.
5. A medida que más mujeres participarán en el circuito de reuniones, funciones como la seguridad adicional para las mujeres que viajan solas y cuidado de los niños, entre otros, tendrá que ser considerado, así como la puesta en marcha de formatos más flexibles para las mismas.

# AVALES: lograda reivindicación histórica

**Mercedes Tejero**  
Gerente CEAV

El pasado mes de junio de 2014 entraron en vigor los cambios introducidos por la PACONF a las Resoluciones IATA. En CEAV llevamos mucho tiempo estudiando las complejissimas Resoluciones de forma muy profunda; por ello, a instancias y con la colaboración imprescindible de la Vicepresidenta de ECTAA, Eva Blasco, nos dimos cuenta de un cambio que se podía interpretar de forma favorable para las Agencias de Viajes.

Este cambio se produjo en el punto 2.1.4.2 de la Resolución 818g, y en resumen venía a decir que las Compañías Aéreas únicamente podrían pedir garantías adicionales a las de IATA, en el caso que los criterios financieros fueran considerados insuficientes; en ese caso, después de obtener la garantía adicional, debería convocar una APJC para reforzar los criterios y después retirar dicha garantía.

Desde CEAV, planteamos una reclamación al Comisionado de Agencias TAC (órgano creado y regulado en las propias Resoluciones de IATA, para revisar decisiones con las que los agentes no estén de acuerdo), en la que acreditábamos sobradamente que en España se había reforzado continuamente dichos criterios desde el año 2010, e incluso se había cambiado la frecuencia de pago, por lo que no eran unos Criterios Financieros insuficientes, como han venido a reconocer las Aerolíneas y la propia IATA en la última reunión de la APJC, celebrada el 12 de diciembre de 2014.

A finales del mes de octubre, obtuvimos dos decisiones en las que el TAC establecía que las compañías aéreas no pueden requerir avales individuales adicionales a las agencias de viajes españolas y que en caso de hacerlo, su importe se debía descontar del importe del aval presentado ante IATA.

Estas decisiones, con las que se ha logrado una reivindicación histórica del Sector, evitarán que las agencias se vean obligadas a avalar por partida doble una misma venta, lo que les ahorrará sobrecostos financieros para las agencias imposibles de soportar, dado el reducido margen de nuestro Sector.

CEAV ha ganado una importantísima batalla a las compañías aéreas. La medida afectará sobre todo a IBERIA, aerolínea que suele requerir un aval individual a las agencias. Si bien desde hace algún tiempo otras compañías aéreas, como Air France, KLM y otras asiáticas, también empezaron a solicitarlos.

La Confederación intentó llegar a un acuerdo con IBERIA para la eliminación de estos avales duplicados a sus agencias, pero no ha sido posible alcanzarlo, por lo que estamos preparando una nueva queja en la que estarán incluidas más de 45 agencias de viajes.



Empresas adheridas a  Confederación Española de Agencias de Viajes

## Muchas gracias a nuestros colaboradores

### PLATINO



### ORO



### PLATA



### BRONCE



# De Nueva York a Boston recorriendo Nueva Inglaterra

Texto y fotografías: Román Hereter



Los estados de Maine, New Hampshire, Vermont, Massachusetts, Rhode Island y Connecticut constituyen la región de Nueva Inglaterra, que ocupa el noroeste de EEUU. Boston es la principal ciudad y puerto de la región, por lo que realizar un recorrido entre Nueva York y la capital de Massachusetts realizando un círculo a través de dichos territorios permite disfrutar de espectaculares paisajes y descubrir una serie de poblaciones que forjaron la historia del país.

Nueva York es la ciudad más poblada de Norteamérica, siendo uno de los principales centros del comercio y las finanzas del mundo. Ganó importancia como puerto comercial bajo el imperio británico, superando a Filadelfia en 1835 como la urbe más grande de los EEUU. En la década de 1820 fue el destino principal de una parte considerable de afroamericanos que habitaban los estados del sur y en 1848 superó a Londres en número de habitantes.

Crisol de razas, vanguardia cultural, equilibrio de contradicciones. ¿Qué puede decirse del New York de los rascacielos y los suburbios, de las altas torres y las comprometidas estaciones de metro? Manhattan, Harlem, Brooklyn, Broadway, la quinta avenida. La extensa ciudad de los ferrys, de los puentes, de los túneles con las luces de sus coches y el despertar somnoliento, sus escaleras de incendios y sus cubos de basura amontonada, los porteros uniformados y los taxistas obsesionados.

Ciertamente el choque del viajero al pisar la macroube es durante las primeras 48 horas es algo duro. Tras el primer impacto espectacular y

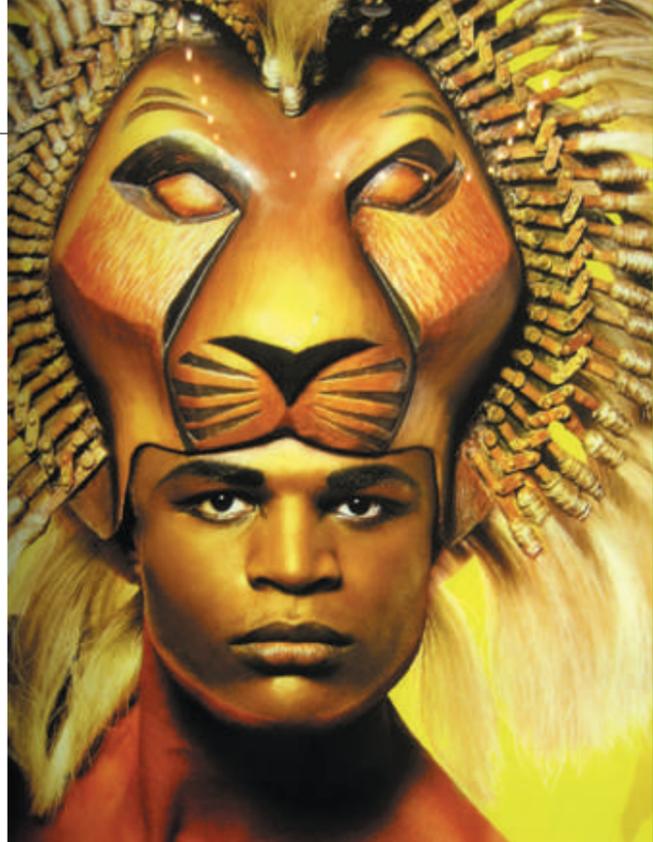
la constatación directa de la imagen tantas veces repetida de los rascacielos de Manhattan, uno va penetrando en el entramado de calles y transportes de la ciudad y la capacidad de sorpresa no puede detenerse. Hay otros mundos, pero están en éste, hay otras gentes, pero están aquí. Cuando el visitante pasea por sus calles los rascacielos pa-recen caérsele encima, sobre todo cuando reflejan sobre sus muros el calor del verano. Pero poco a poco se va cogiendo el pulso a la urbe aunque no puede descender la capacidad de asombro. Es difícil perderse en Manhattan. Las diferentes ave-nidas se extienden de norte a sur y son cruzadas transversalmente por las diferentes "streets", unas y otras aparecen numeradas en orden correlativo. Sólo Brodway rompe la regla, a la vez que con-centra buena parte de la animación nocturna clásica, con sus mundialmente famosos espe-ctáculos. Situada entre el río Hudson y el Est River, Manhattan también es conocido por el nombre de "Big Apple", la gran manzana. Dicen que cuando los músicos negros venían a tocar por primera vez a Nueva York, lo hacían con un

Doble página anterior, Barrio financiero de Boston

En la página izquierda: Times Square en el corazón de Nueva York.

Bajo estas líneas, entrada del Metropolitan Museo de NY. MET.





Los musicales como el Rey León siguen triunfando en Broadway mientras el Chrysler Building continúa siendo el rascacielos más atractivo de la ciudad. La bandera americana recuerda a algunos de los bomberos fallecidos en las Torres Gemelas y la estatua de Prometeo es el centro sobre el que se articula el Rockefeller Center.

hacia un gran nudo en la garganta. Era la gran Manzana.

En 1644 los holandeses habían comprado el terreno a los indios por 60 florines. A lo largo de los años, el puerto creció progresivamente hasta que sufrió un boom espectacular como destino de las sucesivas migraciones europeas primero, y orientales después, que se sucedieron sobre todo a partir del siglo XIX. La urbe no podía crecer más en extensión y por ello tuvieron que escalar hacia arriba. En los años 20 se levantaron los gigantes.

La isla de Manhattan se divide en tres partes. El Downtown es la parte más antigua, con el Ayuntamiento y Wall Street, el sector financiero. Se extiende desde Battery Park hasta la calle 14. Aquí los rascacielos son enormes y espectaculares. También hallamos los barrios de moda: Soho, Tribeca, Greenwich Village y East Village, así como Washington Square, uno de los puntos de referencia de la zona. El Midtown se extiende entre las calles 14 y 59, con los barrios de Chelsea, Gramercy,

Times Square y Rockefeller Center y las grandes estaciones ferroviarias. Y finalmente Uptown que va desde la calle 59 hacia el norte, con Central Park como auténtico pulmón de la ciudad. Al este encontramos el elegante barrio residencial conocido como Upper East Side y al norte están Harlem, El Barrio y Morningside Heights, con la prestigiosa universidad de Columbia.

### Fácil orientación

Nueva York comenzó a edificarse a principios del siglo XIX ateniéndose a un trazado cuadrícula. La orientación resulta fácil porque todas las calles tienen su número, hecho que permite calcular muy bien las distancias. Doce avenidas atraviesan Manhattan de norte a sur, numeradas a partir del East River. Las calles, trazadas en sentido transversal, parten todas de la 5ª avenida, que divide la numeración de las calles en el lado este (East Side) y el lado oeste (West Side).

La 5ª avenida es la calle más famosa, constituye el eje central de Manhattan y la línea de separación

entre el East Side y el West Side. Es un punto de referencia muy importante, ya que todas las calles la toman como punto de partida. Aquí se encuentran los almacenes más importantes, los hoteles más lujosos y los clubes de más prestigio. El Empire State Building está en el número 350. En el piso 86 se puede pasear por el balcón protegido con rejas, mientras que la pared del piso 102 está completamente recubierta y acristalada. El pano-rama es extraordinario, sobre todo cuando se pone el sol. Entre las calles 50 y 51 se alza la catedral de Saint Patrick's, consagrada en 1879 y construida en estilo neogótico, lo que contrasta con los ras-cacielos del entorno.

Los buques históricos recuerdan la importancia comercial del puerto de Nueva York desde la fundación de la ciudad.



El Rockefeller Center es un conjunto de 21 edificios, con rascacielos comerciales, teatros y plazas, galerías subterráneas, tiendas y restaurantes. También hay estudios de televisión, salas de exposiciones y el famoso Radio City Music Hall Entertainment Center.

Rodeado por Chinatown, el puente Brooklyn y el Financial District, el barrio del Ayuntamiento, conocido aquí como City Hall, posee una gran diversidad arquitectónica. La mayoría de los 150.000 chinos de la ciudad viven en Chinatown, un barrio de calles muy estrechas y superpobladas. En los años 30, en Little Italy había más de 150.000 personas de origen italiano, aunque la mayoría de sus descendientes han emigrado a otros barrios.

### Memorial 11 de septiembre

El World Trade Center fue el complejo donde se encontraban las Torres Gemelas hasta los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001. Desde su apertura en 1973 hasta los trágicos atentados, fue el símbolo del poder de la economía americana. Hay que recordar que estos atentados supusieron, además de la destrucción del World



Trade Center, 2.981 muertos y más de 6.000 heridos. La Zona Cero (Ground Zero en inglés) es el nombre que recibió la zona después del 11-S.

En el lugar que ocupaban las torres se ha inaugurado recientemente el 9/11 Memorial Plaza, un parque con más de 400 árboles que rodean dos estanques con cascadas situados donde antiguamente se encontraban las Torres Gemelas y donde se reproducen los nombres de todos los fallecidos. El FDNY Memorial Wall's un monumento dedicado a los 343 bomberos fallecidos que se halla en el cruce entre las calles Liberty y Greenwich.

También recientemente terminado, se levanta un rascacielos que contando con su antena es el segundo rascacielos más alto del mundo, por detrás del Burj Khalifa en Dubai. Tiene 105 plantas y una altura de 417 metros hasta el tejado, lo mismo que las antiguas Torres Gemelas. Con una altura de 541 metros es conocido como Freedom Tower o Torre de la Libertad.

### Domingo de Góspel en Harlem

Harlem era el barrio de mala reputación por excelencia de la ciudad. En los años 20, el jazz estaba confinado en esta zona cuando los blancos tenían que cruzar Central Park y dirigirse al famoso Cotton Club, donde Duke Ellington se hizo famoso. Hoy puede recorrerlo alquilando un coche o a pie durante el día, aunque mejor acompañado. Siempre resulta conveniente evitar las calles más pequeñas y oscuras y llevar encima un poco de dinero, no mucho. Para escuchar Góspel en una iglesia hay que visitar Harlem un domingo. La iglesia más famosa es la Abyssinian Baptist Church, en 132 W

Sobre estas líneas, vestíbulo del Chrysler Building, la Torre de la Libertad, levantada en el antiguo World Trade Center y segundo edificio más alto del Mundo después de la Torre Khalifa de Dubai, y un sarcófago de una momia egipcia del MET.

En la página de la izquierda. Una de las opciones en una mañana dominical es acudir a alguna de las misas Góspel que se celebran en el barrio de Harlem.

En el centro, una de las dos lagunas con cascadas que ocupan el lugar donde se levantaban las Torres Gemelas.



Sala de la Antigüedad Clásica llena de sarcófagos romanos en el MET, Estación Central y fachada de la Bolsa en Wall Street.

138th Street. Fundada en 1908 es la iglesia negra más vieja de Nueva York. No se puede ir en pantalones cortos y el acto religioso dura unas dos horas, aunque hay que llegar como mínimo una hora antes para hacer la cola de acceso, ya que suele completarse el aforo. Si le dicen que ya no entrará, pida que le den varias alternativas de otras

iglesias de las calles adyacentes. Las mejores misas para asistir son las que se celebran los domingos a las 11:00 horas. Lo primero que hay que tener en cuenta es que, aunque no hay que ir de gala, es recomendable ir mínimamente arreglado por respeto a los fieles. Para ellos es un evento muy importante y cuidan al máximo su imagen, algo que sin duda salta a la vista. Los turistas son bienvenidos pero es recomendable sentarse al fondo de la iglesia, tanto para dejar a los feligreses delante como para poder abandonar la sala cuando se quiera. Hay que tener en cuenta que estas misas duran más de dos horas y en la mayoría prohíben hacer fotografías.

### Central Park y el MET

Más de 15 millones de personas visitan Central Park cada año y ciertamente vale la pena. Abrió en 1876 y desde entonces sus caminos y céspedes acogen toda la fauna urbana de la ciudad, desde los ejecutivos de Wall Street que mueven los hilos del mundo hasta los inmigrantes más pobres. Los domingos la multitud es increíble, todo el mundo parece querer reciclarse entre los árboles para empezar con fuerza la nueva semana. El parque se extiende sobre 340 hectáreas en Manhattan, entre las calles 59 y la 110 y mide cuatro kilómetros de largo y 800 m de ancho.

A un lado se levanta el Metropolitan Museum of Art, más conocido como el MET, con más de dos millones de obras de arte de todo el mundo. Las colecciones abarcan desde tesoros de la antigüedad clásica, representada en sus galerías de Grecia y Chipre, a pinturas y esculturas de maestros europeos y una gran colección de obras estadounidenses. Están expuestas obras maestras de Rafael, Tiziano, el Greco, Rembrandt, Velázquez, Picasso, Pollock, Braque y muchos más.

A finales de 1880, el MET comenzó a adquirir arte antiguo y piezas de Oriente Próximo. La colección incluye obras de las culturas sumerias, hititas, sasánidas, asirios, babilonios y elamitas entre otros, así como también una gran colección de objetos únicos de la Edad de Bronce. Aunque una buena parte de las piezas egipcias proceden de colecciones privadas, casi la mitad provienen de descubrimientos hechos a través de excavaciones arqueológicas organizadas por el mismo museo entre 1906 y 1944. La colección está compuesta por más de 36.000 piezas, clasificadas desde el Paleolítico hasta la época de dominación romana, y casi todas ellas se encuentran expuestas en las cuarenta galerías egipcias del museo. Entre las piezas más valiosas destacan un conjunto de 24 maquetas de madera, descubiertas en una tumba de Deir el-Bahari en 1920. Sin embargo, la pieza más popular del departamento continúa siendo el templo de Dendur; desmontado por orden del gobierno egipcio, para salvarlo de la futura inundación



Los puentes de Brooklyn y Manhattan se solapan durante la salida del sol sobre el East River

causada por la construcción de la presa de Asuán. El pequeño templo de piedra arenisca fue donado a Estados Unidos en 1965 y reconstruido en Nueva York en 1978. Está ubicado en una gran sala, parcialmente rodeado por una lámina de agua e iluminado por un gran ventanal con vistas a Central Park.

También el museo posee un ala completa dedicada a la colección asiática, que contiene más de 60.000 piezas y abarca 4.000 años. El departamento es reconocido por su completa colección de caligrafía y pintura china, así como también obras de Nepal y el Tíbet. La colección de arte griego y romano está formada por más de 50.000 piezas fechadas hasta el 312 a.C.

El MET posee una de las mejores colecciones del mundo de pintura europea. Aunque las piezas son sólo cerca de 2.200, hay 37 pinturas de Monet, 21 óleos de Cézanne y 18 Rembrandt's. Las cinco pinturas de Vermeer conforman su grupo de obras más grande existente en un solo museo. Otras obras destacadas son Autorretrato con sombrero de paja de Van Gogh, La cosecha de Pieter Brueghel el Viejo y La muerte de Sócrates de Jacques-Louis David.

### Times Square y la Estación Central

Times Square es la más famosa travesía de Broadway. El corazón del barrio de los teatros. Aunque ha perdido el encanto de los años 30, sigue siendo el punto de reunión de grandes concentraciones de gente. Para celebrar el año nuevo, miles de personas se reúnen para vivir las 12 campanadas de medianoche. Uno de los grandes edificios de la zona es el Grand Central Terminal, la estación construida en 1913 que tiene una fachada impre-

sionante con un grupo esculpido en el frontón que representa a Mercurio. Detrás se eleva el Pan Am Building, pero mucho más espectacular es el Chrysler Building, en el número 405 de Lexington Avenue. Es una torre plateada que durante unos meses fue el edificio más alto del mundo. El interior de la edificación es de enorme riqueza de materiales, una de las joyas de la arquitectura art-déco. Los muros y las columnas están recubiertos de mármol rojo, el suelo es de travertino y las molduras de las vitrinas son de acero niquelado.

En el extremo de la calle 42, una de las más famosas de la ciudad, a orillas del East River, se levanta el Palacio de las Naciones Unidas que, sin tener en cuenta su valor simbólico, constituye una gran realización arquitectónica. La sesión de apertura se hizo en el 1952.

### Los otros grandes "barrios" o Boroughs

Aparte de Manhattan, Nueva York posee otros cuatro grandes barrios, que llaman Boroughs: Bronx, Brooklyn, Queens y Staten Island. Fuera de Manhattan, más de dos millones de habitantes viven en Brooklyn, una ciudad dentro de la ciudad. Durante mucho tiempo fue realmente una ciudad independiente. Originalmente era una colonia holandesa formada por unos cuantos pueblos disgregados. Estamos hablando del siglo XVII. Fracasó a principios del siglo XIX una primera tentativa de unirse a Nueva York y sus habitantes tuvieron que esperar hasta 1898 para unirse a la gran metrópolis norteamericana. Muchas industrias se instalaron allí y los inmigrantes invadieron en masa la zona. Primero los judíos, y luego rusos, italianos, irlandeses, grie-



gos, alemanes, negros y puertorriqueños. Aunque Manhattan continua siendo el centro de atención principal para los turistas del todo el mundo, descubrir Brooklyn es toda una experiencia, como cruzar el famoso puente de Brooklyn al atardecer. A ciencia cierta podemos decir que la mejor vista de Manhattan se obtiene desde aquí, poco antes de la puesta de sol. Luego puede uno a quedarse a cenar en alguno de los restaurantes italianos de la zona, y como no, pedir unos espaguetis Alfredo.

Queens, es el borough más grande de la ciudad. Aquí está el famoso American Museum of Moving Image. Cuando Nueva York era la capital del cine, antes que los grandes estudios decidieran trasladarse a la soleada California, la Paramount tenía aquí sus estudios, donde los mismos hermanos Marx y Rodolfo Valentino gravaron sus mejores películas. En el museo se pueden ver multitud de objetos relacionados con el cine. El Bronx es la zona de más pobre de Nueva York. Su principal atractivo es el zoo, uno de los más grandes del mundo.

La primera isla descubierta en la zona, en 1524 fue Staten Island que actualmente tiene la menor densidad de habitantes de Nueva York. Grandes y espectaculares mansiones conviven con edificios históricos, que son muy agradables a la vista. Se recomienda coger el ferry hacia la isla con la puesta de sol. El barco sale cada veinte minutos de Battery Park, igual que el de la Estatua de la Libertad.

### Nueva York: música, teatro y acontecimientos deportivos

Nueva York es una de las grandes capitales mundiales de la cultura. Sus representaciones teatrales y líricas, espectáculos de ballet, conciertos de música de todos los tipos, figuran entre los más importantes del planeta. Los periódicos locales informan regularmente de toda la programación de la ciudad. Manhattan es la capital teatral del país. Grandes comedias musicales en Broadway y propuestas mucho más arriesgadas compiten para conseguir el éxito en Nueva York, que es como decir conseguir el éxito en todo el mundo. Broadway, con más de 40 salas de teatro, presenta espectáculos de calidad: comedias musicales, producciones europeas, sobretodo de Inglaterra, y obras de los autores teatrales más famosos del planeta.

Los aficionados al jazz, al rock y al pop están de enhorabuena. Los diarios locales publican las actuaciones de cada día y los locales. Las noches de la ciudad son divertidas, pero cada local suele tener su propia clientela y a veces es difícil entrar, ni que sea pagando. Lo mejor es pillar alguna invitación de discoteca en alguna tienda.

### Long Island y los Hamptons

Dejando la ciudad de Nueva York pero sin abandonar el estado del mismo nombre, vale la

pena transitar por Long Island para visitar los Hamptons. La superficie Long Island es de 3.567 km cuadrados, siendo la más grande de las islas frente a los Estados Unidos continentales. En términos geográficos, Long Island alberga boroughs de la ciudad de Nueva York, Brooklyn y Queens, en su parte más occidental, pero en la parte opuesta se hallan los Hamptons (The Hamptons en inglés), conocidos por ser un sitio de vacaciones para los estadounidenses más ricos, un lugar donde los más afortunados de la ciudad de Nueva York pueden pasar el verano o los fines de semana. En los Estados Unidos, cuando se habla de gente opulenta, es muy común oír la frase, "una casa en los Hamptons". El área East Hampton (Hampton Oriental) generalmente se considera la más rica y la más exclusiva, donde viven muchas celebridades y millonarios. A parte de las grandes mansiones frente a la playa, vale la pena realizar un recorrido hasta el faro de Montauk, probar las excelentes almejas en el pueblo marinero del mismo nombre y recorrer con tranquilidad la tranquila isla de Shelter Island, es más claro contrapunto al bullicio de Nueva York. Long Island se puede considerar la frontera geográfica entre el océano Atlántico y Nueva Inglaterra, territorio al que nos podemos dirigir desde la localidad de Greenport.

### Los estados de Nueva Inglaterra

Las trece colonias británicas de Norteamérica rompieron con Inglaterra el 4 de julio de 1776 siendo reconocidas como los Estados Unidos de América en el tratado de París de 1783. Durante los s. XIX y XX se sumaron 37 nuevos estados. Como hemos dicho los estados de Maine, New Hampshire, Vermont, Massachusetts, Rhode Island y Connecticut forman la región de Nueva Inglaterra cuyo nombre deriva de haber sido la zona donde se asentaron los primeros colonos británicos que llegaron a América del Norte y cuya primera oleada fue iniciada por los llamados Padres Peregrinos que desembarcaron en el buque Mayflower en 1620.

Precisamente para percatarse de la importancia de la tradición naval del territorio nada mejor que visitar Mystic Seaport en el estado de Connecticut, el museo naval más grande del mundo con 60 edificios históricos originales del siglo XIX y una gran cantidad de buques de madera entre los que destaca el ballenero Charles W. Morgan.

Ya en Rhode Island, no hay que perderse la localidad de Newport, que alberga entre otras la mansión The Breakers, construida entre 1893 y 1895 como la casa de verano de Cornelius Vanderbilt II, en estilo del renacimiento italiano con 70 habitaciones y cinco pisos. La plaza Washington es el corazón histórico de la ciudad y aunque la mayoría de sus edificios son del siglo XIX; alberga la taberna más antigua del país (siglo XVII), hoy convertida en restaurante.



### Cape Cod y las islas de Martha's Vineyard y Nantucket

Ya en el actual estado de Massachusetts, la península de Cap Cod se formó como morrena terminal de un glaciar, resultando en una península sobre el océano Atlántico. En 1914 un canal cortó el istmo, pero todavía es definido como península por los geógrafos, que no cambian el criterio por modificaciones artificiales del territorio.

Cap Cod incluye todo el territorio del condado de Barnstable, que comprende 15 localidades entre las que destacan Sandwich, Wellfleet, Provincetown y Chatham.

Las lluvias en el cabo y en las relativamente cercanas islas de Martha's Vineyard y Nantucket son las más bajas en la región de Nueva Inglaterra con promedios algo menores a 1.000 mm anuales. Esto se debe a los sistemas de tormentas que se mueven a través de las zonas occidentales, ascendiendo en zonas montañosas, y disipándose antes de llegar a la costa. A pesar de ello, la región no registra gran cantidad de días de sol, considerando las jornadas con niebla. Provincetown, unida a través de un ferry con Boston, fue un conjunto de cabinas hasta el siglo XVIII y hoyes la localidad más

En la página de la izquierda, dos neoyorquinas haciendo footing en pleno Manhattan.

Sobre estas líneas, playa de Southampton y una "lobster" del Atlántico, para nosotros un bogavante, aunque ellos les siguen llamando langostas.



Doble página anterior:  
Recorrer las carreteras de Nueva Inglaterra en otoño resulta tremendamente atractivo

Vehículo de época en la localidad de Nantucket, cuyas colinas acaparan algunas de las casas más antiguas de Estados Unidos.

desarrollada a nivel turístico. Martha's Vineyard es la isla situada al sur de la península de Cap Cod. Con una superficie de 231,75 kilómetros cuadrados, es la tercera mayor del litoral del Atlántico estadounidense.

La isla es conocida principalmente como una colonia de verano, solamente accesible por mar y aire. Sin embargo, su población anual ha aumentado considerablemente desde los años 1960. Un estudio de la Comisión de Martha's Vineyard descubrió que el coste de vivir en la isla es un 60% más cara que la media nacional. Igual que en la cercana isla de Nantucket, Martha's Vineyard se hizo prominente en el siglo XIX por la industria ballenera, cuando sus barcos viajaron alrededor del mundo a la caza de las ballenas para conseguir el aceite y la grasa. El hallazgo de petróleo en Pensilvania dio inicio a una fuente barata de aceite para faros que trajo casi al colapso de la industria al 1870. Al llegar en 1872 el ferrocarril en la parte continental, empezaron a proliferar en la isla las residencias de verano.

El 16 de julio de 1999, una avioneta se estrelló frente a la costa de Martha's Vineyard costándole la vida al piloto John F. Kennedy, Jr., su esposa Carolyn Bessette y su hermana Lauren Bessette. La madre de Kennedy y antigua primera dama,

Jacqueline Kennedy Onassis tenía una casa en Aquinnah hasta su defunción en 1994. La ciudad de Edgartown es célebre por su tradicional caza de ballenas y por tener la población más grande de la isla, mientras que Oak Bluffs destaca por sus casas de pan de jengibre y alberga varias comunidades, siendo destino de afroamericanos desde inicios del siglo XIX. En 1974, Steven Spielberg rodó la película Tiburón en Martha's Vineyard. La isla fue el centro de atención internacional cuando el ex presidente Bill Clinton pasaba sus vacaciones en la isla durante su gobierno junto a su esposa, Hillary Clinton y su hija Chelsea.

La isla de Nantucket, situada a unos 50 km al sur de Cap Cod, es un destino turístico y una colonia de veraneo. La población de la isla llega hasta unos 50.000 habitantes durante los meses de verano. Según la Revista Forbes las propiedades de Nantucket poseen la mayor media en su valoración comparado con el resto de los poblados de Massachusetts. En el ámbito literario hay que mencionar que en el puerto de Nantucket se embarca Ismael, el personaje de la conocida novela Moby-Dick, de Herman Melville. Siasconset, comúnmente llamado "Sconset", es el punto de Estados Unidos que se encuentra más próximo a Portugal y España.



## Plimoth Plantation, Salem y la costa al norte de Boston

Ya de regreso al continente se puede visitar Plimoth Plantation, un museo al aire libre que muestra el poblamiento original de la colonia de Plymouth, establecida en el siglo XVII por colonizadores ingleses, conocidos más tarde como Peregrinos. Eran entre las primeras personas que inmigraron en América para evitar la persecución religiosa y para buscar la separación religiosa de la Iglesia de Inglaterra. En el pueblo, los intérpretes han sido entrenados para hablar, actuar y vestir apropiadamente como en el año 1627.

Dejando Boston para el final del viaje, se puede hacer un recorrido por la costa norte de Massachu-

setts realizando una primera parada en Salem, también llamada, la «Ciudad de las Brujas» debido a los infames juicios que tuvieron lugar en 1692. Está situada a 25 kilómetros al norte de Boston y debe su crecimiento a su estratégico puerto, que adquirió una importante influencia durante el apogeo del tráfico comercial con África, India, Rusia, Sumatra y China; en el siglo XVIII y comienzos del XIX.

The Norte Shore o la Costa Norte es el área costa entre Boston y New Hampshire, donde destacan Gloucester y Rockport, famoso por sus bogavantes (aunque aquí les llaman lobsters).

## Los espectaculares paisajes de New Hampshire

Ya dejando la costa Atlántica y tomando rumbo noroeste se llega al Canterbury Shaker Village, uno de los poblados shaker mejor conservados de esta comunidad, con 25 edificios y 694 acres de bosques, campos, jardines y un molino.

La Sociedad Unida de Creyentes en la Segunda Aparición de Cristo, conocidos como Shakers o Shaking Quakers, es una organización religiosa originalmente descrita como una rama de los cuáqueros protestantes. El grupo fue conocido por su énfasis en la igualdad social y el rechazo del matrimonio, lo cual llevó a su precipitado declive en número después de que se redujera su gran participación en el funcionamiento de orfanatos. Aunque ellos mismos se llamaron «amigos», el pueblo los llamó «quakers» o «tembladores», tal vez en alusión



dores de «temblar en el nombre del Señor». Se extendieron en Estados Unidos por acción de William Penn, especialmente en el estado de Pensilvania. Los Estados Unidos de América tienen una población cuáquera de alrededor de 100.000 personas. Entre sus miembros más conocidos se encuentran dos presidentes estadounidenses: Herbert C. Hoover y Richard M. Nixon, el aventurero Daniel Boone, y Thomas Hodgkin, descubridor de la Enfermedad de Hodgkin, hoy denominada Linfoma de Hodgkin.

Los cuáqueros han sido conocidos por su activismo social y realizado campañas contra el comercio de esclavos y los derechos de las mujeres, así como por los derechos de minorías como los presos o los homosexuales. Algunas renombradas organizaciones de carácter social fueron fundadas con la participación de cuáqueros y recibieron importante influencia de éstos, como Amnistía Internacional, Greenpeace y Oxfam entre otras.

Al norte se extiende el lago Winnepesaukee, el más grande de New Hampshire, con aproximadamente unos 30 kilómetros de largo y entre 1.5 y 15 de ancho, alcanzando unos 180 km<sup>2</sup>. Posee 253 islas, la mitad de las cuales con una superficie menor a los 1000 m<sup>2</sup> y está rodeado por numerosas penínsulas, lo que resulta una línea costera de unos 460 km de extensión. A partir de aquí vale la pena transitar por la Kancamagus Highway, una ruta de 42.6 km que corre de este a oeste a través de las Montañas Blancas, designada como carretera escénica. El Parque Estatal de Franconia está localizado en las Montañas Blancas.

La Plimoth Plantation rememora las primeras casas del siglo XVII donde vivieron los llamados «Padres Peregrinos».

### Vermont y las Montañas Verdes

Green Mountains, o montañas verdes es una cordillera en el estado de Vermont de aproximadamente 400 km, parte de las Apalaches, que se extienden desde Quebec en el norte hasta Georgia en el sur.

La República de Vermont, también conocida menos formalmente como Green Mountain Republic, existió de 1777 a 1791, momento en el que Vermont se convirtió en el 14 estado de la Unión. Vermont no sólo toma su apodo de estado "The Green Mountain State" de las montañas, sino que también debe de su nombre a ellas. Las palabras francesas Verts Monts se traducen literalmente como Montañas Verdes. Este nombre fue sugerido en 1777 por el Dr. Thomas Young, un revolucionario americano y participante del motín del té de Boston.

El Mohawk Trail empezó como ruta comercial americana nativa que conectaba las tribus indias Atlánticas con las del interior, y hoy se considera uno de los recorridos más bonitos de Massachusetts.

### Final de viaje en Boston

Boston es la capital y ciudad más poblada de Massachusetts, y una de las ciudades más antiguas de los Estados Unidos. Al tratarse de la ciudad más poblada de Nueva Inglaterra, Boston es considerada el centro económico y cultural de la región y es referida en ocasiones como la "Capital de Nueva Inglaterra" de manera no oficial.

En 1630, los colonos puritanos llegados de Inglaterra fundaron la ciudad en la península de Shawmut. A finales del s. XVIII, fue el lugar donde ocurrieron varios eventos importantes durante la Revolución estadounidense, como la Masacre de Boston y el Motín del té. Varias batallas a comienzos de la Revolución, tales como la Batalla de Bunker Hill y el Sitio de Boston, también tuvieron lugar en la ciudad y en áreas circundantes. A través de la recuperación de terrenos y anexiones municipales, Boston se ha expandido más allá de la península.

Boston fue fundada el 17 de septiembre de 1630 por colonizadores puritanos conocidos como los peregrinos patriarcas, que no hay que confundir con los Padres Peregrinos, que fundaron la colonia de Plymouth 10 años antes en lo que hoy son los condados de Bristol, Plymouth y Barnstable, en Massachusetts. Los dos grupos, que difieren en sus prácticas religiosas, son históricamente diferentes. Las colonias no se unieron hasta la formación de la provincia de la bahía de Massachusetts en 1691.

Durante los primeros años de la década de los 1770, la intención del Reino Unido de ejercer control sobre las Trece Colonias por medio de impuestos

Los paisajes de New Hampshire son sencillamente espectaculares. Boston ofrece un conglomerado arquitectónico que va desde las iglesias construidas durante el período colonial a la arquitectura más contemporánea pasando por edificios de los años sesenta.



## DE NUEVA YORK A BOSTON

El Massachussets State House es el centro de poder del Estado del mismo nombre y sirvió como modelo para la construcción del Capitolio de Washington.

dio inicio a la Guerra de la Independencia de los Estados Unidos. Tras la Revolución, Boston se convirtió en uno de los puertos internacionales más prósperos debido a su tradición marinera. Las exportaciones más habituales incluían ron, pescado, sal y tabaco. Durante esta época, los descendientes de las familias de Boston eran considerados como élites sociales y culturales de la nación, a los que después se les denominó Brahmanes de Boston.

La Ley de Embargo de 1807, adoptada durante las Guerras Napoleónicas, y la Guerra anglo-estadounidense de 1812 redujeron sensiblemente la actividad portuaria de Boston. Aunque la actividad comercial internacional en el puerto volvió tras el fin de aquellos conflictos, los comerciantes ya habían encontrado otras alternativas para sus inversiones de capital. La industria manufacturera fue un componente esencial de la economía de la ciudad y, a mediados de los años 1800, este sector industrial alcanzó al comercio internacional en cuanto a importancia económica.

La ciudad destaca por sus parques como el Boston Common y Public Garden, su arquitectura vanguardista que contrasta con los pequeños edificios coloniales, sus restaurantes bien surtidos de ostras, almejas y bogavantes y los lujosos apartamentos levantados junto a la bahía.

El Museo de Bellas Artes de Boston, Museum of Fine Arts, es uno de los más importantes de los Estados Unidos y contiene la segunda colección

permanente más grande en ese país, tras la del Museo Metropolitano de Arte en Nueva York. Destacan las colecciones de antigüedades egipcias, incluyendo esculturas, sarcófagos y joyería; pintura europea antigua, con obras maestras de Rogier van der Weyden, El Greco, Velázquez, Jacob Jordans, Rembrandt; pintura impresionista y postimpresionista francesa, incluyendo cuadros de Paul Gauguin, Manet, Renoir, Degás, Monet, Van Gogh y Cézanne, entre otros; pintores estadounidenses de los siglos XVIII y XIX, incluyendo muchas obras de John Singleton Copley, Winslow Homer y John Singer Sargent y la colección de Edward S. Morse de 5.000 piezas de cerámica japonesa, que constituye la mayor colección de obras japonesas fuera de Japón.

Ninguna visita a Boston es completa sin pasar por el campus de la Universidad de Harvard, situada en el vecino Cambridge, la institución de enseñanza superior más antigua de los Estados Unidos. Hoy tiene una población estudiantil alrededor de 6.650 estudiantes de pregrado y unos 13.000 de posgrado, es considerada como la mejor universidad del mundo.

Normalmente cuando hablamos de grandes ciudades, estas poseen tanta fuerza que acostumbramos a centrarnos en sus múltiples atractivos, pero un viaje entre Nueva York y Boston, describiendo un círculo a través de los estados de Nueva Inglaterra nos permite percatarnos de su evolución histórica y disfrutar de sus espectaculares paisajes.



El Museo de Bellas Artes de Boston ofrece interesantes colecciones precolombinas. Desde el parque Boston Common se observa el distrito financiero donde sobresale el rascacielos de la Aduana. Las ostras de Nueva Inglaterra son excelentes y en la capital de Massachussets se rememora con orgullo el Motín del Té.





**Esther Eiros, Directora y Presentadora del programa Gente Viajera de Onda Cero**

**25 años, de Gente Viajera 1990-2015, 45 años de Radio. Con Radio Miramar en Barcelona como punto de partida, Radio Nacional de España en Cataluña - Radio5, Radio Minuto, Freelance en París 1975-1979. Radio Nacional de España de nuevo en 1981 -1993. Y con Gente Viajera en la maleta me pasé a Onda Cero en 1993, hasta hoy día. Muchos premios que agradecer a las Administraciones y al Sector Turístico. Y lo mejor, un Gran Equipo de Profesionales como compañeros especializados en Turismo en compañía de los cuales llegamos a celebrar el cuarto de siglo.**

## "Todavía no se ha descubierto un medio de comunicación más ágil que la radio, informativamente hablando"

### ¿Cuándo y cómo se te ocurrió poner en marcha el programa?

Porque era evidente que después de mi tiempo en París viajando desde allí por el resto de Europa gastándome todo el dinero que ganaba en Viajes y Colegios para mis hijos, tenía que convertirme en Gente Viajera.

### ¿Cuáles son las etapas más significativas por las que ha atravesado?

Una parte de la transición cuando los españoles estábamos dirigidos por Adolfo Suárez, a quien le debemos una gran parte de la Democracia de este país.

### ¿Con qué colaboradores cuentas?

Con las mejores firmas del turismo de éste país. Y, llegados a esta pregunta, me gustaría destacar que Gente Viajera ha tenido el honor de contar durante más de 4 años con la amistad y colaboración del maestro de maestros como corresponsal de guerra, en el mundo de los viajes y la literatura viajera, Manu Leguineche. Al que echamos de menos.

### Uno de los hechos más significativos es el realizar el programa desde distintos destinos. ¿Cuál es el criterio a la hora de decidirlos y la infraestructura necesaria para realizarlo?

Llegado este punto deberíamos aclarar que pasé del Ente Público a una Cadena Privada, por ello las salidas de Promoción, siguen el criterio de la demanda, pero la información nunca se ha vendido en esta Cadena.

### ¿Nos podrías señalar unas cuantas emisiones especialmente significativas?

Desde el Amazonas a la Expo de Shanghái, pasando por programas en Centro e Iberoamérica y Europa de norte a sur. En síntesis 30 semanas al año viajando.

### ¿Cómo ves la evolución de la radio en los últimos años?

Sin duda, la radio es una superviviente y tiene el privilegio de no envejecer. Aunque abusamos de las tertulias. Como dijo un profesor mío: "en algunos medios de comunicación se habla de todo y no se entiende de nada". Se renueva constantemente con el relevo generacional, todavía no se ha descubierto un medio de comunicación más ágil que la radio, informativamente hablando. Hablo de LA RADIO (con mayúsculas).

### ¿Y la del turismo?

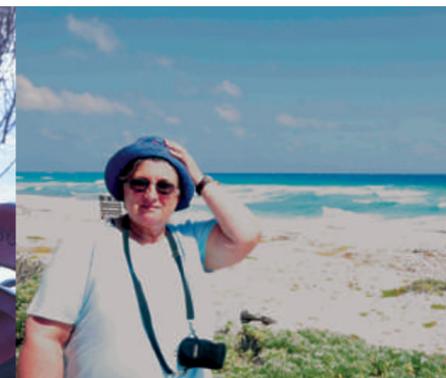
Está claro que, a día de hoy, el turismo es la primera industria de nuestro país. Y nos está colocando en los primeros puestos del ranking mundial en número de visitantes. Nos eligen por nuestra oferta variada y completa. Ha llovido mucho desde el boom turístico con las Baleares como cuna de ésta industria que da trabajo a millones de españoles y España suma viajeros, año tras año.

### Vamos a una parte más personal. ¿Qué destinos te llaman más la atención?

Destinos en los que haya naturaleza. Soy poco urbana.

### A la hora de viajar, ¿cuáles son tus asignaturas pendientes?

Después de más de 40 años en la radio y 25 años apostando por la información sobre viajes me queda mucho mundo por recorrer. Australia y Nueva Zelanda me gustaría pasar, en cada una de ellas, un año sabático, pero sin dejar a un lado la información turística.



“Está claro que, a día de hoy, el turismo es la primera industria de nuestro país. Y nos está colocando en los primeros puestos del ranking mundial en número de visitantes. Nos eligen por nuestra oferta variada y completa.”

### ¿Nos podrías contar algunas anécdotas personales?

No, porque son personales. ;) Otra cosa sería si me preguntaran por anécdotas viajeras.

### En un mundo globalizado, con tanta presencia de internet ¿crees que se están perdiendo las relaciones personales?

El uso que hacemos de internet y de las redes sociales a veces nos aleja de las personas que tenemos más cerca. Pero, a la vez, son una herramienta de unión y, en muchos casos, la información llega de forma inmediata. Ahora es muy fácil acceder a todo tipo de información. Eso sí... es importante saber separar el grano de la paja. Y ahí, muchas veces, es donde nos equivocamos.

### ¿Qué les dirías a los destinos para conseguir más “gente viajera”?

Que cuiden la información y la trasladen a los medios que la difunden. Lo demás es fácil, solo hay que seguir la demanda de los viajeros y llegar a la excelencia a través de la calidad y la innovación.

### ¿Y a los responsables políticos en aspectos turísticos?

España tiene mucho potencial. Somos un destino muy completo y la clase política va tomando conciencia de la importancia del turismo en la economía del país. A las cifras me remito.

### ¿Cómo ves el futuro de las agencias de viajes?

Los profesionales del sector son clave para el buen funcionamiento del turismo en España. Así lo hemos defendido siempre desde Gente Viajera. Teníamos un exceso de agencias de viajes y algunas se han quedado en el camino. El resto ha aguantado muy bien la crisis y estoy muy feliz de ver que en el 2014 han recuperado fuerza. Registrando un crecimiento del 5%. Han vuelto al camino y están mejor preparadas.

### ¿Te gustaría añadir alguna cosa más?

Espero que 2015 sea el año de consolidación de la recuperación económica en España, que la mayoría de la gente tenga trabajo y, así, todos felices, ya que recuperaremos el turismo nacional, a parte de conservar el turismo extranjero que hemos fidelizado en estos difíciles años.

# Viajando entre copas



Llega la primavera y empieza la brotación, ese gran espectáculo de la Naturaleza que puede hacer cambiar el paisaje en pocos días. Un nuevo ciclo de vida que no nos deja indiferentes y nos recuerda que siempre se puede volver a empezar. Es una experiencia única, igual que lo es la vendimia o la cata de vinos de barricas junto al creador de los caldos, quien nos explicará la personalidad de cada uno de ellos mientras los degustamos.

Cada vino tiene una historia, como la del abuelo que comenzó plantando el viñedo para después ver cómo sus hijos decidían convertir esas frutas en un crianza o un gran reserva. O la de la familia que decidió que sus viñedos fueran ecológicos y conquistar así los paladares de toda Europa. O la bodega que lleva más de cien años creando un estilo de elaboración propio para que sea, generación tras generación, su sello de identidad.

Historias personales que hoy el turismo nos acerca y nos permite ser partícipes de ellas a través de las visitas a esas bodegas, en las que podemos conocer a los productores, aprender a elaborar vino, disfrutar de un taller de maridaje, pasear por los viñedos a caballo... y muchísimas posibilidades más. Llevamos varios años presenciando el auge del enoturismo, y este nuevo sector todavía tiene mucho por recorrer.

## Del vino a la pantalla: #enoturismo

¿Qué pasaría si Bill Gates o Mark Zuckerberg colgaran un vídeo en You Tube visitando las cavas del Penedés, los viñedos de Ribera del Duero o probando las soleras de Jerez? Lo mismo que ocurrió con el vídeo de #icebucketchallenge para el ELA: se convertiría en viral y estas regiones experimentarían un boom de demanda para realizar visitas y degustaciones. Algo parecido a lo que ocurrió en California con la película Entre Copas en 2004, film que unía gastronomía y producción de vinos local con el turismo rural, en un argumento clásico de comedia romántica entretenida.

La fuerza de la televisión y el cine se comparte hoy con las redes sociales y el mundo digital, y esto contribuye a que el turismo del vino crezca en España desde hace ya varios años, con un 18% más de enoturistas en 2013 respecto al año anterior según datos de ACEVIN (\*). Y no es de extrañar, ya que el enoturismo se engloba dentro de un segmento aún mayor, el turismo gastronómico, que atrajo en 2013 a 7,4 millones de turistas internacionales según datos de Turespaña.

*Un país rico en vinos y cavas, aceite de oliva y grandes cocineros con prestigio internacional debe potenciar su gastronomía y productos locales porque son parte de su signo de identidad.*

Es justamente en el digital donde el mundo rural está descubriendo la posibilidad de estar al día, darse a conocer y ofrecer experiencias que de otro modo, sin presupuesto para promoción en *mass media* o grandes ferias, no podría hacer llegar a sus públicos.

Crecen las webs y blogs sobre turismo gastronómico, enoturismo, propuestas para *foodies*,... Todo un mundo que ya se encuentra en internet y al que todavía le falta potenciar algunos canales de venta, como son las agencias de viajes. Algunas ya empiezan a incorporar productos enogastronómicos en sus portfolios, pero es un segmento todavía por explorar, con pocos

(\*) Asociación Española de Ciudades del Vino

operadores y demanda todavía débil, pero con grandes posibilidades de crecimiento.

La irrupción del wellness en el mundo del vino, una gran riqueza paisajística, hotelería cada vez más cuidada, y restaurantes de altísimo nivel en las zonas rurales son la garantía de que se puede crecer. Los datos de ocupación de los hoteles ubicados en zonas vitivinícolas, así como las estadísticas de visitas a bodegas comparadas con las de otros países, demuestran que la capacidad de crecimiento es todavía grande.

Quien se adentre en las denominaciones de origen y las rutas del vino de España podrá ver que el producto enoturístico del que disponemos es muy bueno, no sólo por la calidad de los vinos -eso es sólo una parte de lo que representa el enoturismo- sino por las experiencias que pueden vivirse en estas regiones. Las bodegas y hoteles de vino nos brindan la oportunidad de participar en actividades divertidas, interesantes y por encima de todo, muy gastronómicas. Pero necesitan refuerzos para promocionarlas. Es aquí donde las agencias de viajes tienen una oportunidad única para crear un producto nuevo que sea diferente y segmentado, porque el tipo de turista que busca estas experiencias ya existe, quizás le falta poder encontrarlas con más facilidad.



*Pocos sectores están mejor posicionados que el turismo para colarse a través de las redes sociales y las búsquedas de Google en las listas de compra y las experiencias compartidas de los usuarios. Aprovechar todo este contenido en la red para promocionar los propios paquetes turísticos es la mejor forma de integrar el digital en el día a día de las agencias. El enoturismo brinda aquí una gran oportunidad porque está poco explotado.*

## Por Glòria Vallès

Dedicada, actualmente, a la consultoría de marketing turístico (gLo-t.com) y socia fundadora de Winestyle Travel (winestyletravel.com), una marca especializada en eventos y viajes de vino y gastronomía.

Profesora de comunicación digital en la Universidad de Barcelona, y durante ocho años trabajando en Can Bonastre Wine Resort, el primer y único Wine Resort de España.

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Ramon Llull, Master en Periodismo por Columbia University de Nueva York, formada en Dirección de Empresas Vitivinícolas en el Instituto de Empresa, Dirección de la Comunicación Empresarial en ESADE, Liderazgo en Stanford University, Hospitality Management en Cornell University y Sumillería.



BARCELONA • MADRID  
MÁLAGA • VALENCIA



BUCAREST

desde\* 32.90€



SUMMERWIND  
Representante de BLUE AIR

902 570 852

www.blueairweb.com



El año que nos espera... **lleno de oportunidades...**  
encarar la recta final del túnel... **el último tren de  
las luces y sombras-** las nubes dejan ver el sol

**Martin Sarrate**

Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente  
Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVE

Empezamos un nuevo año que viene cargado de muchas oportunidades, donde la economía parece que tiende a mejorar mas de lo que podemos creer... E imaginar y todavía hacen falta muchos esfuerzos reformistas, pero lo más esencial es mejorar nuestras expectativas de consolidación de nuestros negocios.

Hay unas buenas vacunas, como son la caída del precio del petróleo que parece que no utilizan las compañías aéreas para bajar sus tarifas y la rebaja del precio de la deuda.

Las previsiones para el año 2015 apuntan de que seran moderadamente positivas existiendo un cambio de tendencia ...las exportaciones, el consumo interno y la financiación pueden ayudar a consolidar los repuntes e incrementos del año 2014, a pesar que el ritmo de recuperación sea lento.

En este año pasado se ha aumentado la actividad y los beneficios en general y debemos de apostar más por el talento de las personas trabajando más en equipo, por la innovación y sobre todo en más prudencia financiera.

Tenemos que fomentar más los valores empresariales implementando codigos de ética y transparencia para una mayor satisfacción de empleados y valoración por nuestros clientes, contribuyendo a cambiar el mercado laboral, fomentando una mayor ocupación.

Estamos en un cambio permanente donde nos estamos adaptando a una nueva situación y de transformación del mercado laboral donde se exige: más formación, mucha más flexibilidad y sobre todo movilidad, las personas deben de estar más preparadas y dispuestas a todo, en resumen la creación de un potente mercado pero con el reto de la creación de puestos de trabajo cualificados.

El consumidor es cada vez más exigente y el cliente cautivo es una especie en extinción y el nuevo consumidor se quiere sentir más protagonista y relevante y cuando cree que no lo tratan de esta manera casi siempre nos penaliza, y no vuelve a repetir la experiencia incidiendo sobre todo en las redes sociales y esperando la ocasión para cambiar de proveedor, por lo que debemos de utilizar modelos de seducción para este nuevo consumidor que cada vez es más digital, tiene más información que nunca y la clave es llegar a esos perfiles y en consecuencia la clave será la capacidad de la gestión de los datos, existiendo un auge del comercio electrónico.

Una de las grandes novedades en nuestro sector es el turismo colaborativo y que gracias a las nuevas tecnologías ha adquirido una gran dimensión lo cual permite una gran internalización penetrando a nivel mundial teniendo unos índices de crecimientos muy importantes.

Lo que si debemos de exigir que se desarrolle una normativa clara y adecuada y una gran labor de inspección para frenar el aumento del intrusismo. Actualmente el turismo colaborativo se está imponiendo en todas las destinaciones turísticas.

Los que prestan servicios en estas plataformas son autónomos y freelances, esas plataformas obtienen un porcentaje de la transacción, pero las obligaciones con sus empresas con casi cero, pero a pesar de todo Uber y Airbnb, baten records en la bolsa por lo que podemos asegurar que la economía colaborativa está arrasando

...Y parece que sea una puerta de acceso al mercado laboral tan precario en estos momentos: "NO HAY PEOR RIESGO QUE EL QUE ALGUIEN ASUME POR NO TENER OTRA OPCION"

Decía Einstein que EL TIEMPO EXISTE PARA QUE NO OCURRAN TODAS LAS COSAS A LA VEZ SINO PARA QUE SUCEDAN DE MODO QUE SE PUEDAN DIGERIR

El coste social y económico que hemos sufrido para sanar las heridas que nos ha dejado la crisis han sido muy duros, por suerte el año 2015 será mejor para muchas familias y empresas despues de este esfuerzo y eso puede conllevar la recuperación del consumo y la demanda interior, factor muy importante para nuestro sector.

Hemos vivido situaciones muy difíciles en este proceso de crisis y los que tenemos la suerte de poder explicarlas es una satisfacción y debemos de aprender de las lecciones que hemos vivido y aprendido para hacer una total transformación en nuestras empresas, debemos de reinventarnos y confiar en nuestros recursos y profesionalidad para conseguir no perder "EL ÚLTIMO TREN DE LA RECUPERACIÓN"...

Y me gustaría terminar con una cita del escritor y poeta Mario Benedetti que dice "CUANDO CREIAMOS QUE TENIAMOS TODAS LAS RESPUESTAS DE PRONTO, CAMBIARON TODAS LAS PREGUNTAS"

CASTILLOS DEL LOIRA

# Los Castillos del Loira, fortalezas y palacios

Texto y fotografías: Laura Pascual



El Valle del Loira, situado en el corazón de Francia, posee un grandísimo patrimonio arquitectónico levantado por reyes y nobles, que asombrados por su belleza y aprovechando su proximidad a la capital francesa, lo eligieron como lugar de sosiego y placer. Aquí se asientan tal cantidad de castillos que casi podemos decir que forman parte del cauce del propio río.

Integrados completamente en el entorno, constituyen sin duda la principal motivación para recorrer la región y una de las maneras de respirar el encantador sabor de la vieja Francia. Algunos, los más antiguos, se levantan almenados como baluartes defensivos entre los posibles ataques del exterior recordando el medioevo. Otros, más recientes, compiten en ostentación rivalizando como palacios, demostrando las antiguas riquezas de sus titulares y perteneciendo generalmente a la época renacentista. Los más impresionantes son ya del Estado, pero todavía hay muchos propiedad de los descendientes de las grandes familias de la Turena. Un itinerario por el amplio territorio nos permitirá visitar los más interesantes.

Un recorrido que se inicia en París y que finalizará en Angers. Partiendo de la capital francesa a través de "l'autoroute de l'Océane" es casi obligada una corta parada en Chartres para contemplar su magnífica catedral. Catalogada en ocasiones como "la obra más relevante de la arquitectura de la Edad Media", destaca por ser la primera catedral gótica

en la que se aplicaron arbotantes y pilares. Fue construida sobre una iglesia de estilo gótico temprano y consagrada en 1260. Su crucero de tres naves, el coro de cinco naves con doble galería, y las 150 vidrieras coloreadas, son elementos que si bien por si solos merecerían un lugar de honor respecto a otras catedrales del estilo, juntos contribuyen a corroborar la anterior afirmación.

En el siglo IV el primer obispo de Chartres edificó, sobre los cimientos de un antiguo templo pagano, una iglesia que fue destruida y reconstruida en tres ocasiones sucesivas y de la cual no queda más que la cripta. En 1021, el obispo Fulbert emprendió, sobre los restos, la reconstrucción de una iglesia más amplia y suntuosa, pero un nuevo incendio la devastó en 1194, y de ésta subsisten solamente el pórtico real, las tres monumentales vidrieras, la base de las dos torres y el campanario sur o campanario viejo. En 1260, fue consagrada la actual catedral, edificada en treinta años. Este edificio marca una de las más importantes etapas de la evolución del estilo gótico, llegado a su mayor

fuerza: la estatuaria ofrece una armoniosa y completa iconografía gótica; las vidrieras constituyen, con las de Bourges, el más perfecto conjunto del siglo XIII.

La fachada, extraordinaria, con su triple pórtico llamado "Pórtico Real", es una de las más puras obras maestras de la escultura gótica. Representa la glorificación de Cristo; las grandes estatuas-columnas que rodean las tres puertas personifican los reyes y reinas de Judá, antepasados de Cristo. De cada lado, se alzan, a la derecha, el "Campanario Viejo" (1145-1165), de 105 metros de altura, y, a la izquierda, el "Campanario Nuevo" (1134-1160), cuya aguja, construida por el arquitecto Jehan de Beauce entre 1507 y 1513, hace de él uno de los más altos campanarios de piedra de Francia (115 metros de altura).

La "Ciudad Alta" posee numerosas casas antiguas de madera o de piedra. Amplios bulevares han sido trazados sobre las antiguas fortificaciones, con vista a la catedral y a la "Ciudad Alta". Hay también numerosas casas antiguas en la "Ciudad Baja", principalmente la "Casa Romántica" en la Calle Chantault, la "Casa de los Cónsules", flanqueada con una graciosa escalera llamada "escalera de la Reina Berta" del siglo XVI.

Dejando aquí la autopista, continuaremos hacia el sur para situarnos en Blois, que habrá de servirnos de primera base para visitar los castillos

de los alrededores. La pequeña ciudad, enclavada a orillas del Loira, dispone ya de un suntuoso castillo, considerado como uno de los ejemplos más espectaculares de la arquitectura renacentista en Francia. Los seis reyes que reinaron durante el siglo XVI pasaron algún tiempo en su castillo, donde vivió también la madre de Enrique III, Catalina de Médicis, que murió aquí en 1589. La fortaleza, que alterna alas medievales, góticas, renacentistas y clásicas, se puede visitar casi en su totalidad y por la noche ofrece un buen espectáculo de luz y sonido que relata la movida historia de la que fue testigo y la importancia de la ciudad cuando se engrandeció con las estancias de los cortesanos procedentes de París que querían estar cerca de los monarcas. El castillo acoge tres museos: el de Bellas Artes, uno de esculturas de Toba y el arqueológico. Merece la pena callejear por toda la ciudad y visitar la iglesia de San Nicolás, la catedral de San Luis y, al otro lado del río la iglesia y el claustro de San Saturnin.

Situado a escasamente 20 kilómetros de Blois se encuentra el imponente Chambord. Se trata del mayor y más suntuoso de los castillos del Loira. Cuenta con 440 habitaciones y fue mandado construir en 1519 por Francisco I con la única intención de utilizarlo como pabellón para las breves temporadas de caza, razón por el que a veces se le ha denominado "la pequeña casa de campo de Francisco

En la página de la izquierda: Castillo de Chenonceaux, cuya galería se extiende sobre las aguas del río Cher y puente y castillo de Amboise, en este caso junto al río Loira.

En la doble página anterior: Castillo de Azay Le Rideau, buena muestra de la transformación durante el Renacimiento de los castillos en palacios.



Finalmente Catalina de Médicis, esposa de Enrique II, y tras su muerte, instó a su rival a que cambiase el castillo por el de Chaumont y añadió la hermosa galería sobre el puente, ampliando también el jardín. La belleza de todo el conjunto es subyugante. El lento descenso de las aguas del río, las agradables sombras que durante el verano ofrecen los árboles que lo flanquean, los amplios y bien cuidados jardines y las bien conservadas estancias que acogieron en su tiempo algunas de las fiestas más frívolas y lujosas de la corte y su nobleza, hacen de Chenonceaux el ejemplo más representativo del "savoir vivre" de la época.

A pesar de la espectacularidad de los exteriores, vale la pena visitar el interior de los castillos para disfrutar de los distintos estilos decorativos del mobiliario.

A través de la nacional 76 se llega a Tours, que por otra parte y gracias al TGV esta escasamente a una hora de París. La capital de la Turena mantiene un encantador y pintoresco barrio antiguo concentrado alrededor de la place Plumereau que recuerda la época en que la ciudad era famosa en toda Europa por sus sedas y tejidos con hilos de oro. El centro está entre el río Loira y su afluente el Cher. La catedral de St-Gatien permite observar la evolución del arte gótico en Francia, desde el presbiterio del siglo XIII hasta el gótico flamígero de las torres y la fachada oeste. Del antiguo castillo de Tours sólo quedan sus torres medievales.

Muy cerca se levanta Vilandry, un castillo con tres alas y una espectacular atalaya, que acoge en sus estancias algunas obras de Goya y Zurbarán. Pero lo que realmente hace famoso a Vilandry son sus jardines. Dispuestos en tres terrazas en sentido ascendente y dedicadas la primera al jardín acuático, la segunda al de flores y la tercera al huerto para cultivo de frutas y verduras, repre-

El Castillo de Vilandry destaca por sus jardines dispuestos en tres terrazas en sentido ascendente dedicadas sucesivamente al jardín acuático, a las flores y al huerto para el cultivo de frutas y verduras.

l". Permaneció casi siempre vacío, como lo demuestra el dato que durante el reinado de Luis XIV, que se prolongó durante 72 años, sólo acogió durante nueve veces al rey Sol. A tenor de lo dicho, Luis XV regaló la propiedad al mariscal Moritz de Sajonia, que se trajo a sus dos regimientos para que realizaran la instrucción militar en el jardín.

Proyectado por el arquitecto italiano Domenico di Cortona, su estilo responde al resultado de una mezcla entre las formas del renacimiento italiano y el francés medieval, donde destacan los grandes torreones circulares de tejados puntiagudos, las chimeneas, los pináculos y las torretas del tejado. El parque que rodea el edificio es una enorme reserva de caza donde todavía abunda el ciervo rojo.

A tan solo 9 kilómetros al Sur, en Villesavir, encontramos el contrapunto. Un magnífico pero sen-

para el señor Jean La Breton, secretario de finanzas de Francisco I y encargado de la dirección y pagos de la construcción de Chambord. Los artesanos fueron probablemente los mismos, pero el castillo, donde se puede visitar un museo de vehículos antiguos, una capilla del siglo XVI, numerosas salas con muebles renacentistas y una buena colección escultórica de mármol de Carrara, se presenta sencillo a pesar de su amplitud.

Volviendo al cauce del Loira y en sentido descendente, llegaremos a través de la nacional 152 a Amboise. El gótico tardío de su fachada y la imponente torre "des Minimes" con 21 metros de diámetro, le confieren una belleza digna de resaltar, aunque el castillo fue cuatro veces mayor que en la actualidad. Fue escenario de importantes y comprometidos episodios de la historia de Francia y

los nombres de Carlos VIII, Enrique II, Luis XII y Francisco I, todavía resuenan en sus paredes. A cuatrocientos metros se levantan Clos Lucé, una mansión señorial donde en 1519 falleció Leonardo da Vinci, quien a sus 76 años, había sido llamado a Amboise por Francisco I.

Pero uno de los castillos que más gusta a los visitantes es sin duda el de Chenonceaux. Se trata de un maravilloso palacio renacentista cuya galería se extiende como un puente sobre las tranquilas aguas del río Cher. Cuentan que su propietario estaba habitualmente ausente por ser el tesorero real de tres monarcas, y su mujer, Catherine Briçonner, dirigió personalmente las obras entre 1513 y 1521. Más tarde otra mujer Diana de Poitiers, amante de Enrique II, obtuvo el edificio como obsequio cuando el rey fue coronado y mandó añadir a la construcción original un puente sobre el río.





del conjunto. Debido a su privilegiada situación, Azay-le-Rideau es conocido también como "el nido del martín pescador". Construido sobre una pequeña isla en el río Indre, es, con sus torres típicamente renacentistas, uno de los castillos más espectaculares y bellos de la zona. En su interior destaca la Galería de Retratos con cuadros que representan a buena parte de la realeza del Loira, entre los que destacan los de Francisco I, Catalina de Médicis, la familia De Guise y el de un semidesnudo de Gabriela d'Estree, amante de Enrique IV.

No muy lejos encontramos otra construcción que también es conocida con un sobrenombre, el de "castillo de la bella durmiente". Se trata de Ussé y data de la segunda mitad del siglo XV. Con su piedra blanca resaltando sobre el verde bosque que le sirve de decorado, responde a la imagen que tenemos de un castillo medieval y no sería una locura pensar que el escritor Charles Perrault se hubiese inspirado en él para su obra "La bella durmiente del bosque". Hoy Ussé nos muestra una buena colección de tapices, armas y una magnífica cámara real, ejemplo de que las familias de la nobleza disponían siempre de una habitación por si el rey decidía hospedarse en sus propiedades.

El bosque de Chinon precede en nuestra ruta a la poderosa fortaleza del mismo nombre, que impresiona al viajero y desde la que se puede contemplar una hermosa vista del centro de la ciudad medieval. Volviendo a la Nacional 152, que sigue el curso del Loira, llegamos a Saumur. Cuatro robustas torres resaltan de la construcción que domina toda la población desde una atalaya privilegiada. Es la capital de una importante región vitivinícola que produce vinos blancos y tintos secos, además de un prestigioso centro de equitación impulsado a través de la escuela de caballería fundada en 1763. El castillo alberga una buena muestra de Artes Decorativas además del Museo del Caballo.

En Angers, antigua capital del poderoso condado de Anjou, finaliza esta bella ruta. Su imponente fortaleza feudal del siglo XIII, con fosos de once metros de profundidad excavados en la roca y 17 torres cilíndricas, nos habla de una época en la que la función defensiva era primordial, tres siglos antes de la construcción de los castillos-palacio que hemos ido encontrando en nuestro camino. Hemos reseñado los más importantes, los más espectaculares, los más bellos. Pero en el Valle del Loira y en la región circundante se levantan un sinnúmero de construcciones nobles cuya simple enumeración no cabría en estas páginas. Encontrárselos por sorpresa representa también uno de los alicientes del viaje.

En Clos Lucé pasó los últimos días de su vida Leonardo da Vinci. Muebles, cuadros y porcelanas son auténticas obras de arte en el interior de los castillos tanto públicos como privados.

del siglo XVI. Un poco más al sur y construido sobre una isla del río Indre, se levanta Azay-le-Rideau, un magnífico ejemplo que muestra la transformación, durante el Renacimiento, de los castillos en palacios.

Es nuevamente la mano de una mujer, Gilles de Berthelot, la que consigue este prodigio de armonía y belleza. Y al igual que en Chenonceaux, es el entorno lo que resalta todavía más la dulzura

# para usted, UN CANADÁ SUPERIOR



nuestra  
zona de  
confort

> asientos  
ergonómicos  
de cuero italiano

> pantallas  
táctiles individuales

> nueva iluminación  
ambiental

## ESPAÑA > CANADA VUELOS DIRECTOS

MADRID >  
TORONTO  
1 VUELO SEMANAL

MADRID >  
MONTREAL  
1 VUELO SEMANAL

BARCELONA >  
MONTREAL  
3 VUELOS SEMANALES

BARCELONA >  
TORONTO  
2 VUELOS SEMANALES

MÁLAGA >  
MONTREAL  
1 VUELO SEMANAL

Os esperamos en Fitur!! Pabellón 3 Stand 3D18

airtransat@summerwind.es | T. 902 570 612



Martin Sarrate, Presidente de ACAVe

La integración después de 1 año podemos decir que ha sido muy positiva en todos los aspectos ya que ha sido muy rápida, reinando un espíritu de convivencia entre todos nuestros Asociados.

Contamos con una Asociación fuerte e integradora que actúa con una unidad de criterio y con una amplia representación en todos los ámbitos y ello contribuye a potenciar el Asociacionismo a Nivel Nacional, lo que nos da más fuerza como lobby empresarial. Sin lugar a dudas las agencias asociadas se han visto fortalecidas por esta integración, ya que cuentan con una mayor amplitud de servicios y con una única y exclusiva representación, tanto a nivel institucional como ante los proveedores de servicios.

Creo firmemente que nuestra integración debe de ser un ejemplo a seguir, ya que la razón de ser de las Asociaciones es prestar servicios a sus asociados en defensa de sus intereses y todo ello se consigue, en gran medida, teniendo una base fuerte y a unos recursos propios que lo permitan sostener.

Asimismo la salida del túnel para iniciar la recuperación parece que está empezando a verse a pesar de que todavía es pronto para hablar de una total recuperación. Hemos comprobado en el transcurso de este año como ciertas tendencias están empezando a cambiar, por lo que toda la experiencia que hemos vivido nos tiene que servir de ejemplo para entender que "NO TODO VALE" y que deberíamos aplicar unos criterios de rentabilidad en nuestras empresas para poder desarrollar nuestro negocio con total fiabilidad y estabilidad.

Las crisis hay que aprender a vivirlas como una gran oportunidad y no nos queda otro remedio, las crisis bien gestionadas aportan nuevas ideas de renovación, de progreso y provocan nuevas estrategias creativas, generan valores y desarrollan nuevas capacidades de transformación e incentivan desafíos a través de nuevos proyectos.

En la valoración de la encuesta de Fin de Año realizada a nuestros asociados, hemos recogido la opinión general que el cierre de este año 2014 se prevé que se cerrará con un incremento de un 7% respecto al año anterior, es una buena noticia y nos llena de optimismo para marcarnos como objetivo consolidar esta recuperación para el año 2015.

Debemos de crear puestos de trabajo, que es lo que marcará el ritmo de la recuperación a lo largo de los próximos años.

Y me gustaría terminar con una cita que dijo Albert Einstein: NO PRETENDAMOS QUE LAS COSAS CAMBIEN, SI SIEMPRE HACEMOS LO MISMO...

ACAVE nos informa...



ACAVE WORKSHOPS

WORKSHOP BARCELONA

5 de marzo 2015 19 a 23 horas  
Gran Teatre del Liceu

El Workshop de ACAVE en Barcelona tendrá lugar en el emblemático Gran Teatre del Liceu, el próximo 5 de marzo. El acto de iniciará a las 19:00 horas con un tour por el Gran Teatre del Liceu, finalizando en la Sala Foyer, donde tendrá lugar el Workshops. En el transcurso del evento tendrá lugar un coctel-cena.

WORKSHOP PALMA DE MALLORCA

9 de abril 2015 20 a 23 horas  
Hotel Nixe Palace

El Workshop de ACAVE en Palma de Mallorca tendrá lugar en el hotel Hotel Nixe Palace, el próximo 9 de abril 2015. El acto de iniciará a las 20:00 horas, estando previsto que finalice sobre las 23:00 horas, al finalizar el coctel-cena.

WORKSHOP BILBAO

7 de Mayo 2015 20 a 23 horas  
Hotel Carlton

El Workshop de ACAVE en Bilbao tendrá lugar en el Hotel Carlton, el próximo 7 de mayo 2015. El acto de iniciará a las 20:00 horas, estando previsto que finalice sobre las 23:00 horas, al finalizar el coctel-cena.

Aquellas agencias de viajes interesadas en participar como visitantes en cualquiera de los Workshops de ACAVE, el de Barcelona, el de Palma de Mallorca o el de Bilbao, pueden registrarse online a través del link que encontrarán en la home page de [www.acave.travel](http://www.acave.travel).

Les animamos a participar en estos eventos, ¡están todos invitados!



Nos complace informarles que el próximo 12 de Febrero de 2015, ACAVe celebrará en el Hotel Majestic de Barcelona, su Primera Jornada Tecnológica para Agencias de Viajes.

En la misma tendrá lugar un Workshop, así como se realizarán diferentes sesiones formativas a cargo de expertos consultores tecnológicos y de comunicación digital, como son Marta Alonso y Laura Rosillo, y de empresas especializadas en tecnología para agencias de viajes.

Para la organización de esta Jornada contamos con la colaboración especial de Amadeus y de Beroni Informática, contando además con la participación de Diurnus, FantastiQ, Pipeline Software, Sabre Travel Work, Seidor, Travelloop, Travelport y de Agència Catalana de Turisme.

Con esta Jornada queremos dar a conocer a las agencias de viajes las principales novedades que pueden implementar en sus negocios, con el fin de obtener una mayor rentabilidad y optimización de recursos.

Están invitadas a participar en estas jornadas todas las agencias de viajes y pueden cursar su inscripción en [www.acave.travel](http://www.acave.travel).

Les invitamos a participar activamente en esta Jornada.



Viaje de ACAVe a JAPÓN del 20 de Febrero al 3 de Marzo

En el próximo mes de febrero, ACAVe celebrará su viaje, en esta ocasión para conocer el fascinante destino de JAPÓN.

En esta ocasión, JAPÓN el país del origen del sol, será nuestro país anfitrión y se ha confeccionado un atractivo y completo programa que nos permitirá

conocer este fascinante país, la tierra de la tradición y de la tecnología, donde desde tiempos remotos, su cultura y tradiciones se han ido fraguando para dejar un riquísimo legado histórico.

Durante nuestra estancia, visitaremos Kyoto, Nara, Nagoya, Shirakawago, Takayama, Tsumago, Nagoya, Hakone, Nikko y finalizaremos en Tokyo. Las fechas del viaje serán del 20 de febrero al 3 de marzo 2015.



ACAVE en la ITB Berlín 4 AL 8 de Marzo de 2015

Nos complace comunicarles que, siguiendo la línea ya iniciada en la WTM, este año ACAVe, conjuntamente con una representación de agencias de viajes receptoras, estará presente en la próxima edición de la ITB de Berlín, que se celebrará del 4 al 8 de marzo 2015.

Las agencias de viajes receptoras que así lo han solicitado, conjuntamente con ACAVe, estarán presentes en dicha feria, compartiendo un espacio conjunto

WEBINAR ACAVe

Nos complace informarles el nuevo servicio que ACAVe ofrece a sus asociados y miembros adheridos, con el fin de que puedan conseguir más participantes a sus presentaciones y seminarios. Webinar ACAVe consiste en un sistema que les permitirá impartir sus seminarios online. Asimismo aquellos miembros que hayan contratado el Webinar ACAVe tendrán publicados sus seminarios en nuestra web, en la publicación Highlights ACAVe y en las redes sociales de la Asociación.



**Ser los mejores  
no es un objetivo,  
es una actitud**



De izquierda a derecha, Jorge Moncada, Miguel Ángel Argente, Patricia Sierra y Cristina Bou

## La ASOCIACIÓN de AGENCIAS de VIAJES de ARAGÓN nos informa...



ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJE DE ARAGÓN

### ÉXITO DEL RESULTADO DEL WORKSHOP DE CEAV 25 de Noviembre de 2014

Jorge Moncada, como presidente de la ASOCIACION DE AGENCIAS DE VIAJES DE ARAGÓN, quiero transmitir mi satisfacción profesional y personal, así como la de nuestros asociados por la celebración en nuestra ciudad del workshop del pasado 25 de Noviembre. En el almuerzo que tuvo lugar al mediodía nos acompañaron la Directora General de Turismo del Gobierno de Aragón Elena Allué quién acudió personalmente a saludar a los invitados junto con la Gerente de Turismo de Aragón, Patricia Sierra y el Sr. Miguel Angel Argente, Jefe de Congresos del Convention Bureau de Zaragoza. Todos ellos tu-

vieron oportunidad de conversar con el responsable de ventas de Air Berlín en España y Portugal, Paul Ciaccio; las directoras para España de las Oficinas de Turismo de Alemania y Austria, Ulrike Bohnet y Blanka Trauttmansdorff, respectivamente y el responsable de Marketing de Suiza Turismo, Nicolás Barboza. Por parte de CEAV, estuvieron presentes su Presidente Rafael Gallego, la Gerente Mercedes Tejero, Cristina Bou como Directora Comercial y la responsable del gabinete de comunicación Lucía González, quien atendió a los medios que acudieron. En un ambiente muy cordial, se desarrolló el encuentro en el Hotel Palafox de la ciudad. Por la noche, tuvo lugar el workshop del que en esta revista se habla en el apartado de noticias.

La Asociación nos comunica la reelección por 4 años más, como Presidente de dicha entidad, a Jorge Moncada.

## AVIBA nos informa...



### SYLVIA RIERA, DEJA LA PRESIDENCIA DE AVIBA

La Asamblea de la Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes (AVIBA) ha ratificado este jueves por unanimidad la nueva Junta de Gobierno de la entidad, tras la renuncia de Sylvia Riera, que deja el cargo cinco años después de su nombramiento. Toni Abrines, de Viajes Barceló, ha sido nombrado nuevo Presidente de la Agrupación.

La Presidenta saliente ha explicado a los asociados que han sido unos años de enorme dificultad para las agencias, dada la situación de crisis económica y de restricción del crédito en general, así como por los retos específicos a los que hacen frente las agencias de viaje en un mundo globalizado y de nuevas tecnologías. Sylvia Riera ha querido agradecer la confianza y el apoyo recibido en todo momento por parte de todos durante todo este tiempo, considerando que había llegado el momento de cerrar un ciclo y de que AVIBA proceda a encarar el futuro con renovados bríos. Los asistentes a la Junta han agradecido la labor realizada por Sylvia Riera como Presidenta durante estos últimos cinco años, haciéndole entrega del Voltor de Oro, máxima distinción de la Agrupación hacia sus Presidentes.

## La ASOCIACIÓN PROVINCIAL de AAVV de Cádiz nos informa...



ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE AGENCIAS DE VIAJES DE CÁDIZ



### ÁNGEL JUAN PASCUAL REELEGIDO PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE AAVV DE CÁDIZ

Tras 20 años al frente de la asociación provincial de Cádiz Ángel Juan Pascual, responsable de la agencia Viajes Rico SA ha sido reelegido al frente de dicha asociación. Convencido que desde 1994 se han conseguido cumplir muchas ilusiones y proyectos, afirma que la mejora del sector pasa por reinventarse y reconvertirse en asesores del cliente y no en meros gestores, y por tanto queda mucho camino por recorrer. La crisis y el intrusismo han contribuido a la difícil situación del sector, pero también es preciso el apoyo de las instituciones. Hay que transformar las nuevas tecnologías en herramientas útiles que ayuden a agencias y viajeros a mejorar la experiencia de ocio.



los increíbles mercados navideños. Si ya merece la pena a venir a Colonia para ver la Catedral, durante las navidades los mercadillos son la guinda del pastel. Calles y plazas con cientos de preciosos puestos decorados con motivos navideños, están abarrotadas desde la mañana hasta bien entrada la noche. Glühwein, el vino caliente con especias, Kölsch, sidra con crema y otras bebidas alcohólicas corren a ríos, las famosas salchichas alemanas, tortitas de patatas y un montón de diferentes especialidades alemanas son consumidas en cantidades industriales. Los precios son bastante ajustados y la verdad que no resulta nada caro - por unos 5 euros puedes comer una enorme salchicha con su vino o cerveza y pan. Aunque también es verdad que la cerveza local (Kölsch) no es lo que uno esperaría de la cerveza alemana; es bastante floja de poca graduación, el tamaño

**“... Cuando arzobispo Rainald de Dassel entregó las reliquias de Los Reyes Magos a la catedral de Colonia en el año 1164, la ciudad se convirtió en un importante centro de peregrinaciones.”**

## Colonia - Bonn

Texto y fotografías: Tomás Komuda de Viajes Jairan  
Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Almería

Es la cuarta ciudad más grande de Alemania sólo por detrás de Berlín, Hamburgo y Múnich, es la más poblada del Estado federado de Renania del Norte - Westfalia, pero curiosamente no es su capital, ya que la que detenta ese privilegio es Dusseldorf. Asentada a orillas del Rin, uno de los grandes ríos de Europa, fue fundada en la época de Imperio Romano, más exactamente en el año 38 a.C. y fue conocida como la Ciudad de los Ubios. Convertida en el año 313 en obispado y en 785 en la sede del arzobispado, la Colonia Agripina como se la conoció entonces, empezó su despegue transformándose en una importante ciudad comercial y universitaria. Situada en el cruce de importantes rutas comerciales y con el río Rin como una de las vías de transporte más significativas,

se convirtió en la Ciudad Imperial Libre, formando parte de la Liga Hanseática. Cuando arzobispo Rainald de Dassel entregó las reliquias de Los Reyes Magos a la catedral de Colonia en el año 1164, la ciudad se convirtió en un importante centro de peregrinaciones. Destruída en un 80% durante los bombardeos de los aliados durante la II Guerra Mundial, la ciudad no presenta, salvo algunas excepciones, una extraordinaria belleza. Con las prisas en dar cobijo a sus ciudadanos, la rapidez de la reconstrucción primó sobre el orden y el estilo arquitectónico. Curiosamente, el edificio más grande y más bello de la ciudad se salvo de los bombardeos - la Catedral de Colonia. Esta enorme estructura gótica se empezó a construir en el año 1248 para

terminar inaugurándola en el año...1880 o sea 632 años después. Con sus 157 m. de altura es el monumento más visitado de Alemania y el segundo de este tipo en el mundo, después de la Catedral de Sevilla. Viéndola tanto por fuera como por dentro esto no es de extrañar. La catedral es enorme; dos torres flanquean la entrada, una tremenda campana llamada Der dicke Pitter (Pedro El Gordo) que suena solamente en ocasiones muy especiales, y una plataforma de observación a 95 m. de altura desde donde se puede divisar, en los días despejados, la ciudad de Dusseldorf alejada 45 kilómetros. También son imponentes las preciosas y valiosas vidrieras, algunas con casi mil años de antigüedad y que gracias a algunos precavidos que las desmontaron, fueron salvadas de los bombardeos. Y por supuesto, las reliquias de Los Reyes Magos. Estos son algunos de los atractivos de esta preciosa obra. Pero como no solo del alma vive uno, hay que destacar en la época de Navidades



más bien escaso, tipo caña o más bien cañita, y el sabor tampoco es del otro mundo. Por supuesto que hay muy buenas cervezas, pero hay que pedir las expresamente y si no - Kölsch.

De todas maneras el ambiente en los mercadillos es extraordinario, familias enteras pasan horas y horas entre los puestos con toda clase de artesanía apurando las últimas compras navideñas y, entre un puesto y otro, una Kölsch o un vino caliente con algo para comer.

Hay numerosas atracciones para los más pequeños y se nota un sano ambiente festivo y familiar.

Además de la catedral y los mercadillos, Colonia ofrece numerosos museos destacando el extraordinario museo Ludwig con obras de Picasso, Warhol y Lichtenstein. El Musical Dome Köln es famoso por sus espectaculares producciones y cuenta con un aforo de 1.700 plazas. El museo Wallraf-Richartz muestra obras que abarcan desde el Medievo hasta el siglo XIX. Y para los más pequeños el "goloso" museo del chocolate donde se pueden apreciar todas las etapas de producción de esta delicia y por supuesto con una fantástica tienda con innumerables clases de chocolate de todos los colores, sabores y formas. Vamos que no hay manera de resistirse y nadie sale del museo sin comprar alguno.

Un paseo por el Rhin en uno de su barcos

también es un atractivo típico de la ciudad, además desde los barcos se puede observar perfectamente y en todo su esplendor el magnifico Hohenzollern Brücke, un puente por el que pasan a diario más de 1.200 trenes. También es habitual caminar a lo largo del Rhin por una explanada, teniendo cuidado de no pisar el carril bici ya que los ciclistas van a una velocidad inusitada.

Colonia es también un importante puerto de escala para numerosos cruceros fluviales. Es recomendable, aprovechando la visita a Colonia, acercarse a lo que hasta hace pocos años fue la capital de la República Federal Alemana - la ciudad de Bonn. Las dos ciudades comparten el mismo aeropuerto al estar separadas por solo 25 kilómetros o lo que es igual, 15 minutos en el tren de alta velocidad alemana ICE. Bonn es la ciudad que vio nacer a uno de los más grandes compositores de todos los tiempos - Ludwig van Beethoven. Su casa natal es hoy día un interesante museo con documentos y curiosidades sobre el famoso compositor de la novena sinfonía. En mi opinión, aunque 4 veces más pequeña, la ciudad es más atractiva en su conjunto que Colonia, estaba mucho menos reconstruida y conserva bastante mejor su casco histórico. Claro que su catedral del siglo XI-XIII no es tan espectacular, pero merece la pena visitarla por ser una de las más antiguas



**“Bonn es la ciudad que vio nacer a uno de los más grandes compositores de todos los tiempos - Ludwig van Beethoven. Su casa natal es hoy día un interesante museo con documentos y curiosidades sobre el famoso compositor de la novena sinfonía.”**

de Alemania.

La Plaza del Mercado (o Plaza triangular por su forma) con el bonito edificio de ayuntamiento estilo barroco que hoy día alberga el despacho de alcalde, el edificio de la universidad, el conjunto del casco antiguo, su jardín botánico y, sobre todo para los amantes del arte, la llamada "milla de los museos" que abarca desde el Museo Egipcio pasando por el Museo de la Historia de la República Federal Alemana, el Museo de Historia Natural, el Salón de Arte y Exposiciones hasta Museo del Arte Moderno, todos ellos ofrecen unas exposiciones de la más alta calidad.

Espléndido también es el barrio situado en la ribera del Rhin con unos preciosos chalets con jardines y con una explanada junto a la orilla del río para pasear (otra vez cuidado con el carril bici), contemplando

las enormes barcazas que utilizan el cauce para transportar toda clase de mercancías, llegando hasta el puerto de Rotterdam en Holanda.

Es curioso ver, algo apartado del centro de la ciudad, un enorme complejo de modernos edificios gubernamentales y de administración agrupados todos en la misma zona, lo que facilita mucho cualquier gestión. En Bonn se encuentra también el famoso Instituto Max Planck de Radioastronomía y sede de una de las más grandes compañías de telefonía la Deutsche Telekom. Al ser ciudad universitaria, con más de 30 mil estudiantes procedentes de todo el mundo, la ciudad tiene un ambiente bastante juvenil pero como estamos en Alemania, todo dentro de unas normas que a veces echamos de menos.

Resumiendo: aunque sea para ver la Catedral merece la pena ir. Buen ambiente, buena comida, no es exageradamente caro, buen transporte público y buenas conexiones con las demás ciudades y regiones de Alemania. Hay más cosas que la Catedral, pero ésta es tan inmensa que empujea lo demás. Bonn es como un Bon..bon; pequeña, acogedora, con gran diversidad cultural, mucha gente joven y además el Rhin también pasa por allí...





**Katia Estace Gil,**  
Directora Mercado de Turismo  
Aon Affinity

Licenciada en Derecho y con 17 años de experiencia en el sector de los seguros es la cabeza visible de un equipo de 25 personas que dan soporte asegurador a los más de 5.000 agentes de viajes en cartera y más de 3.000 distribuidores de asistencia en viaje con los que AON colabora.

## “2014 ha sido un año de recuperación”

AON como primer bróker de seguros a nivel mundial refuerza en 2015 su apuesta por su división especializada en seguros para el sector turístico.

**¿Cómo valora AON el 2014 y que temas han sido los prioritarios en este año que acabamos de cerrar?**

Desde la división de Turismo de Aon consideramos que 2014 ha sido un año de recuperación. El crecimiento del turismo, a nivel mundial, ha sido aproximadamente del 4,5% y esto se ha reflejado en la venta de los distintos seguros de asistencia. Por nuestra parte, hemos observado que este año la actividad ha sido mayor y que nuestros departamentos de atención a las agencias de viajes han tenido mayor volumen de llamadas, ya sea para ayuda en la contratación de seguros de asistencia en viaje o para solucionar temas internos de la agencia, relacionados con sus propios seguros.

**¿Qué ha aportado AON, en materia de seguros o servicios, a las AAVV este último año?**

Aon, en su división especializada en turismo, tiene dos objetivos muy marcados: el primero mediar en la contratación de los mejores seguros de asistencia y/o cancelación, a través siempre de las agencias de viajes, que existan en el mercado asegurador, y en segundo lugar, pero no menos importante, negociar y comercializar los seguros obligatorios o recomendados para las propias agencias de viajes o sus directivos. Esa apuesta desde Aon es clara dado que existen dos departamentos especializados para llevar a cabo esa labor y cubrir el 100% de las necesidades de cualquier actor en el sector turístico. Relacionado con ello hemos podido aportar durante este último año nuevas alternativas a nivel tecnológico, como las integraciones XML de producto en las webs de las agencias. Hemos observado un creciente interés en desarrollar programas a medida para la distribución de los mencionados seguros de asistencia en viaje.

En cuanto a nuestro departamento de seguros corporativos, llevamos ya un año con la inclusión de garantías tales como la insolvencia de proveedores o los daños morales en nuestro programa de pólizas de responsabilidad civil para agencias de viajes, ampliamente solicitado por el mercado durante el año pasado. También hemos incluido la posibilidad de ofrecer jurisdicción Unión Europea o mundial en dichas pólizas.

**¿Qué productos o servicios marcarán la oferta de Aon para este 2015?**

Desde Aon hemos detectado que el repunte en la venta apreciado los últimos meses del año pasado, está dando lugar a que las agencias especialicen su oferta y diseñen soluciones para nichos específicos. En



“Hemos observado un creciente interés en desarrollar programas a medida para la distribución de los mencionados seguros de asistencia en viaje.”

ese sentido, vemos un creciente interés en el sector de viajes de negocios o MICE, por lo que durante 2015 Aon incrementará su oferta seguros de viaje para ese sector con la creación de nuevos productos de Travel Business, siempre con el apoyo de aseguradoras de referencia en el sector. Referente al vacacional, la apuesta es clara, “escuchar” a las agencias para crear productos o servicios que les ayuden a proteger y fidelizar a sus clientes. Esa ha sido una máxima de nuestra división especializada en turismo, saber estar cerca del agente de viajes, escuchar qué necesita y poder trabajar con y para él.

Respecto a las necesidades de seguros corporativos o para las propias agencias, en 2015 nuestro objetivo será facilitar la protección de la responsabilidad civil del propio Directivo o Propietario de la agencia. En ese sentido, hemos

detectado un crecimiento de las reclamaciones contra el propio directivo o propietario a nivel individual, más allá de la reclamación contra la propia agencia por cualquier circunstancia o error profesional que se haya podido cometer en el ejercicio de la actividad. Ahondar en esa protección es básico para nosotros y disponemos ya de alternativas en esta línea.

Ya, por último, celebrar que hemos renovado toda nuestra línea de avales ante la administración para agencias de viajes sin aumento de prima un año más.

**¿Qué valor añadido aporta Aon a sus clientes, por encima de otras ofertas?**

Nuestra división especializada en turismo tiene un objetivo claro, asesorar y dotar de los mejores productos para las propias agencias de viajes y hacer participar a las mismas en la rentabilidad de la oferta de seguros de asistencia en viaje. En esa línea, destacar que el valor añadido más importante que tenemos es nuestro propio equipo. Nuestra fuerza se basa en la implicación máxima, en el día a día, de los integrantes de los dos departamentos, algunos de ellos provenientes del sector de las agencias de viajes, ya sea en la tramitación de siniestros como en la contratación de nuevos productos o en la asesoría de cualquier tema relacionado con la actividad de una agencia.

Por otro lado la oferta de formación, ya sea a nivel telefónico individual o colectiva a través de las diferentes herramientas tecnológicas de las que disponemos para la venta de seguros de asistencia en viaje marca una clara diferencia con nuestros competidores.

Y sobre todo, los ya más de 20 años al lado de las agencias de viajes nos aportan un conocimiento exhaustivo del sector que redundan en beneficio del mismo.

### ¿Cuál ha sido la evolución de vuestra oferta en los últimos años?

De conocimiento del sector vemos que la inversión en I+D es vital en el presente y para el futuro. Esa ha sido la evolución más clara de los últimos años, el poder facilitar la contratación por parte de los pasajeros de la agencia, ya sea un gran distribuidor de viajes como una pequeña o mediana pyme, ha sido el aspecto básico de la evolución de nuestra oferta. El presente nos empuja a un futuro donde la tablet o el smartphone dejan de ser un elemento cotidiano para pasar a ser un elemento básico del e-commerce. Desde Aon estamos desarrollando alternativas en ese sentido para completar nuestra oferta a las agencias de viajes.

### ¿De qué manera otras áreas de Aon como bróker, complementan o ayudan al departamento de Turismo?

Ese es uno de los valores fundamentales de Aon, la complicidad y colaboración de todos los departamentos de la compañía, con el objetivo de completar una oferta novedosa y puntera. Bajo el lema "United" intentamos, desde cada unidad o departamento, aportar nuestros conocimientos especializados de cada área. En ese sentido celebramos poder ofrecer desde la división de Turismo la capacidad para que

“Referente al vacacional, la apuesta es clara, “escuchar” a la agencias para crear productos o servicios que les ayuden a proteger y fidelizar a sus clientes.”

nuestros clientes puedan, si así lo creen conveniente, completar su oferta, vehiculando la contratación de seguros de cualquier tipo. Se trata del proyecto denominado “Seguros Generales”. Sumándose a este proyecto las agencias de viajes pueden ofrecer la contratación de seguros, más allá de los sabidos de asistencia en viaje, del tipo hogar, autos, salud etc., a sus clientes. Con ello pretendemos ayudar en la rentabilidad obtenida por las agencias de viajes y colaborar en la fidelización de sus carteras de clientes. En la actualidad ya se dispone de un amplio y sencillo tarifador para que las agencias se vayan familiarizando con esta nueva alternativa.

### ¿Qué mensaje se puede hacer llegar desde Aon al sector turístico?

El mejor mensaje posible, el de la esperanza, basado en los últimos datos económicos y en la confianza que dicho sector continuará liderando el crecimiento económico global, ya sea desde el pequeño mostrador de la agencia de viajes de nuestro barrio hasta el gran distribuidor turístico.

Por último, la experiencia nos dice que el agente de viajes, ha sido y seguirá siendo una de las piezas claves en esa esperada recuperación económica y contará con todo nuestro apoyo y nuestros recursos en las iniciativas que puedan plantear.



## LA ESTABILIDAD DE TU AGENCIA DE VIAJE, PROTEGIDA

Ofrecemos soluciones para reclamaciones por:

- Insolvencia de proveedores
- Daños morales
- Errores al emitir seguros de asistencia en viaje
- Reclamaciones directas contra propietarios o directivos de las agencias **INCLUIDO**
- Posibilidad de incluir el Seguro de Daños de tu local en la póliza de Responsabilidad Civil **INCLUIDO**



**AON**  
Empower Results®

**HISCOX**  
SEGUROS ESPECIALIZADOS

Invertir en un buen seguro de Responsabilidad Civil es vital para ti como propietario.

Llevar más de 20 años “escuchando” a las agencias de viajes nos ha convertido en los **LÍDERES** en ofrecer soluciones aseguradoras para el sector turístico.

Tfno. 93 366 25 74 | Tfno. Asistencia Booking: 93 366 26 02  
Vía Augusta, 252-260 | 08017 Barcelona | www.taeds.com | www.aon.es

# Euskadi, meeting point

En 2015 y 2016 Euskadi acogerá importantes citas internacionales gracias a su, cada vez mayor, proyección exterior y a la calidad de su oferta de alojamientos, equipamientos, gastronómica y de ocio.



Fotografías: © Basqueour, © Turismo Bilbao y © Turismo San Sebastián

## Bilbao, sede de la Cumbre de la Cultura de CGLU 2015

Desde la década de los años 90, la cultura, junto a la implantación del Museo Guggenheim Bilbao, ha sido un factor clave y constante para lograr el desarrollo económico, la creación de empleo y la cohesión social en Bilbao, una ciudad aglutinadora de la llamada "arquitectura de firma".

Bilbao colabora estrechamente con CGLU, la Red Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales y Regionales más importante de todo el mundo y representa la voz de las Autoridades Locales ante las Naciones Unidas, desde su fundación en 2004. Preside la Comisión de Ciudades Digitales y del Conocimiento y es miembro activo de la Comisión de Cultura, colaborando en la definición de la "Nueva Agenda 21 de la Cultura". La Cumbre de 2015 será el gran evento que dará fin al proceso de elaboración de esta agenda y dará respuesta a la relevancia que se le otorga a la cultura por parte de organizaciones y foros internacionales, además de representar un hito crucial en la definición de la Agenda de Ciudades y Gobiernos Locales.

## Bilbao y San Sebastián acogerán la Cumbre Mundial de CEAV 2015

La Confederación Española de Agencias de Viajes celebrará el 3rd Summit of Travel Agencies Associations (III Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes) en Euskadi, del 4 al 6 de noviembre del 2015. Reunirá a más de 200 presidentes de Asociaciones de Agencias de Viajes y representantes de Agencias de Viajes de más de 60 países de los cinco continentes.

El Summit se ha consolidado ya, como el mejor escenario posible para promocionar las ciudades y lugares donde se celebra, al tiempo que permite a los agentes de viajes de todo el mundo compartir experiencias e inquietudes y debatir sobre los aspectos claves que marcan el futuro del sector.

## La primera cumbre mundial sobre turismo gastronómico se celebrará en San Sebastián

Euskadi se posiciona con este nuevo evento como epicentro del turismo gastronómico.

El "Basque Culinary Center" y la Organización Mundial del Turismo organizan esta cita mundial que tendrá lugar en San Sebastián los días 27 y 28 de abril de 2015. Tendencias del consumidor, gestión, desarrollo de eventos o la comunicación de las iniciativas turísticas relacionadas con la gastronomía son los temas que centrarán esta Cumbre Mundial sobre el Turismo Gastronómico, que reunirá a expertos internacionales y diferentes actores del sector.

## San Sebastián, capital cultural europea 2016

Con motivo de este acontecimiento, la ciudad acoge diversos eventos culturales como el "Festival Multicultural Rompeolas", único certamen self-made o impulsado por los propios ciudadanos. En torno a su idea central, "olas de energía ciudadana, cultura para la convivencia", el festival canaliza toda expresión cultural, innovadora y participativa a lo largo de la ciudad. San Sebastián 2016 pretende ser un flujo constante de actividades generadas por la ciudadanía de forma creativa, en red con Europa hasta alcanzar su punto álgido en el año 2016 y propiciar un efecto transformador del sistema cultural.

## Vitoria-Gasteiz, sede del Festival internacional de radio y televisión

El evento, que se celebrará en del 1 al 6 de septiembre de 2015, convierte a Vitoria-Gasteiz, durante una semana, en el escenario donde los principales canales de radio y televisión del Estado presentan las apuestas de cara a los próximos meses.

[www.euskaditurismo.eus](http://www.euskaditurismo.eus)

## Estrena cielo.

### Nueva Clase Business Iberia.

Descansar en una butaca cama, disfrutar de los últimos estrenos de cine, conectarte al Wifi del avión, degustar la carta de los mejores chefs mediterráneos. Todo esto hará que llegues a tu destino como nuevo.

Estrenamos aviones, estrena una nueva forma de volar.

Hoy, te presentamos la nueva clase Business. ¿Y mañana? ¿Te imaginas?



# AERTICKET

El consolidador para profesionales



**CUANDO CREEMOS EN ALGO, EL MUNDO  
ES UN LUGAR DEMASIADO PEQUEÑO PARA  
TRABAJAR EN ELLO.**



Ofrecemos el abanico más amplio de tarifas negociadas del mercado, con un enfoque internacional



A ayudamos al crecimiento de su empresa, sin límites



Les asesoramos profesionalmente. Conocemos todas las respuestas a cualquier pregunta que nos pueda formular.



Sea cual sea su perfil de agencia, tengan licencia IATA o no, podemos ofrecerle soluciones para su negocio



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



Teléfono: 971 576 554



[comercial@aerticket.es](mailto:comercial@aerticket.es)

**Nos complacería verles en FITUR. Contacten con el equipo comercial: 672 25 03 24**