



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 sus barcos

también es un atractivo típico de la ciudad, además desde los barcos se puede observar perfectamente y en todo su esplendor el magnífico 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 redundará 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

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



Teléfono: 971 576 554



comercial@aerticket.es

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