

Núm. 32 / ABRIL 2016

Mundo inédito

LA REVISTA VIAJERA DE LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE VIAJES

MEDITERRANEO OCCIDENTAL: a toda vela por la Costa azul, Córcega, la Riviera italiana y Montecarlo

LIMA: atractiva, histórica y con gente amable y servicial

COSTA CÁLIDA REGIÓN DE MURCIA

Pásalo en grande con los más pequeños

Bienvenidos a una pequeña región que os hará pasarlo en grande. No olvidéis meter en la maleta, junto a los bañadores y los flotadores, la curiosidad por descubrir monumentos y paisajes asombrosos. Os invitamos a disfrutar en familia de la Costa Cálida. ¡Queréis volver a ser niños!

Más información:
www.murciaturistica.es



Costa
Cálida
Región
de Murcia

Editorial



ceav Confederación Española
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

Presidente: Rafael Gallego Nadal

Dirección Editorial: Marti Sarrate, Antonio Caño, Tomás Komuda, Rafael Serra

Directora comercial: Cristina Bou

Coordinación de contenidos: Mercedes Tejero, Román Hereter

Dirección periodística: Román Hereter

Directora de arte: Raquel Pérez

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

Depósito Legal: B-19.287-2004

Abril 2016

Quiero aprovechar el hecho de que este año celebramos nuestras Jornadas Técnicas en La Champagne para reivindicar el turismo de proximidad. Muchas veces pensamos en grandes viajes a lugares exóticos y lejanos y se nos olvidan las múltiples posibilidades que nos ofrecen los fines de semana o los puentes para conocer lugares relativamente cercanos a nuestros habituales lugares de residencia. No por realizar un trayecto más corto, el viaje ha de ser menos intenso, muy al contrario, un viaje próximo puede resultar altamente gratificante y además nos permite aumentar la frecuencia de nuestras escapadas. Y en esto, nuestra querida Europa tiene mucho que ofrecer.

En el caso de las Jornadas Técnicas en la ciudad de Reims, hemos venido a trabajar, a debatir, a repasar la nueva Directiva de los Viajes Combinados tanto desde un enfoque jurídico como desde una óptica práctica, pero también a conocer un nuevo destino para aconsejar a nuestros clientes y a descubrir por qué la Champagne fue declarada Patrimonio de la Humanidad en 2015 y a conocer su gastronomía y sus afamadas bodegas, además de la espectacular catedral de Reims.

Tras el éxito de la Cumbre Mundial de Presidentes de Asociaciones de Agencias de Viajes celebrada en el País Vasco y el encuentro en FITUR, cuyas fechas nos gustaría que no estuviesen tan pegadas a la trilogía festiva de Navidad-Año Nuevo-Reyes, seguimos trabajando en nuestros planes de formación, en nuestros workshops profesionales como el celebrado en marzo en Valencia donde nos esforzamos en priorizar la calidad y especialización versus la cantidad de expositores, y en la constante defensa de los intereses de nuestros asociados.

Quiero invitar desde aquí a las Asociaciones Territoriales que forman nuestra Confederación a ser más activas que nunca demostrando más que nunca que una de las mayores riquezas de nuestro país viene dado por su pluralidad y diversidad.

Y no quiero terminar sin lanzar un mensaje positivo motivado por una lenta aunque constante recuperación en el área emisora combinada con unas espectaculares cifras en la receptiva, motivada en gran parte por la situación de la geopolítica internacional. Constatamos aumentos significativos tanto en el turismo de las grandes ciudades de España como en las zonas rurales y obviamente también las costeras. Animamos a todas nuestras agencias asociadas a seguir en su labor profesional para satisfacer las expectativas de sus clientes a la vez que brindo por todas ellas.

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



Foto portada:

Muchacha de las Islas Comores.
Fotografía: Román Hereter

vueling



PORQUE QUEREMOS FACILITAR TU TRABAJO

- ✓ Estamos en GDS con BSP desde 2008
- ✓ Call center específico para agencia
- ✓ Web para agencias
- ✓ Blog y Asistente virtual exclusivo para agencias
- ✓ Interline con American Airlines, British Airways y Qatar
- ✓ Conexiones a más de 160 destinos via Barcelona o Roma
- ✓ ueling, the very smart choice

POSSIBLE by vueling

Para más información www.vueling.com/agencias.

Si quieres recibir nuestra newsletter con las últimas noticias y promociones, regístrate en nuestra web de agencias.



Sumario

- 06 NOTICIAS breves**
- 26 ENTREVISTA: Ramón Biarnés, Director Comercial Avis Budget Group.**
- 30 VALENCIA, ciudad de la Seda.** Principal enclave del programa de la Ruta de la Seda de la UNESCO en 2016
- 34 TECNOLOGÍA: la comercialización de los viajes y los nuevos hábitos de consumo.**
- 36 AGENDA CEAV 2016**
- 38 GRAN CANARIA, la escapada perfecta.**
- 41 ¿QUÉ OPINAS?: CANTABRIA, tres, dos, uno... acción!** Por Eduardo García, Director General de Sanander Viajes, Presidente de AAVOT (Asociación de Agencias de Viaje de Cantabria) y Secretario de CEAV.
- 44 MEDITERRÁNEO OCCIDENTAL, a toda vela por la Costa Azul, Córcega, la Riviera italiana y Montecarlo.** Texto y fotografías: Román Hereter. Navegando con el Star Flyer como en los antiguos clippers de antaño .
- 54 IDEALMEDIA: el futuro es hoy y llega a las agencias de viajes y al turismo.**
- 56 ENTREVISTA: Víctor Moneo, Director de Ventas España de Iberia.**
- 58 WASHINGTON, DC: una ciudad más allá de la Casa Blanca y del Capitolio**
- 67 REFLEXIÓN** La nueva **CEAV** - Momentos de cambios estratégicos - Modelo de éxito - Fortaleza y liderazgo - Sin novedad en el frente - **Asociado** cliente SUPER VIP... El día después - Avances decisivos y sin tregua... Por Martin Sarrate, Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVe.
- 68 LAS ASOCIACIONES INFORMAN**
- 76 EXPERIENCIA VIAJERA: Lima.** Texto y fotografías: Tomás Komuda de Viajes Jairán. Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Almería.



Importante cita anual del Consejo de CEAV con la directora de FITUR, Ana Larrañaga

Un destacado grupo de miembros de nuestra Confederación pudieron compartir un almuerzo de trabajo el martes día 12 de enero en las instalaciones de IFEMA con Ana Larrañaga, la directora de la Feria Internacional de Turismo, que se celebraría pocos días después. Al mismo asistieron Rafael Gallego, Martí Sarrate, Eva Blasco, Ana Romero, Ángel Juan Pascual, Antonio Caño, Carlos Ga-

rrido, José Luís Méndez, Catiana Tur, Eduardo García, Fernando Sánchez, José Luís Prieto, Juan Antonio Casas, Julia Franch, Luís Díaz, Mercedes Tejero y Cristina Bou.

El almuerzo se desarrolló en un ambiente distendido en el que Ana Larrañaga tuvo la oportunidad de saludar personalmente a todos los asistentes dando lugar a un

interesante debate sobre las fechas en que se celebra la feria y la posibilidad de cambio para la mejor planificación de los acuerdos comerciales anuales.

La Feria Internacional del Turismo cerró con la participación de 165 países y regiones y unas 9500 empresas, ocupando un total de 8 pabellones y casi 60.000 metros cuadrados.



CEAV en FITUR 2016: Welcome to FITUR

El miércoles 20 de enero a las 13 horas tuvo lugar en el stand de la CEAV de la Feria Internacional de Turismo, el encuentro profesional patrocinado por el Patronato de Turismo de Gran Canaria, en el que se dieron a conocer la sede de la IV Cumbre Mundial de Asociaciones de Agentes de Viajes: Valencia, y algunos detalles de otras actividades de nuestra Confederación como las Jornadas técnicas de CEAV en La Champagne-La

Márme, que tendrán un carácter formativo y cuyo objetivo será acercar al agente de viajes a esta única región francesa, la renovación del acuerdo anual con IBERIA, la participación de CEAV en Investour y el V Congreso de CEAV, que tendrá lugar del 17 al 19 de noviembre en Tailandia. Al encuentro asistieron colaboradores, proveedores, presidentes de

Asociaciones de Agencias de Viajes Españoles, agentes de viajes y medios de comunicación. El acto estuvo presidido por Rafael Gallego y constituyó sin duda el pistoletazo de salida de los tres días de feria. Agradecemos una vez más la nutrida asistencia de profesionales del turismo que superaron las 60 personas con las que pudimos compartir y cambiar impresiones y disfrutar de un refrigerio.





ANDORRA en el stand: CALDEA-HOTELES PLAZA-PYRENEES junto al Presidente de ACAVe, Marti Sarrate. Stephan Ebert de AERTICKET y Cristina Bou.



Saludo oficial del presidente de CEAV entre las más de 60 personas que asistieron.



Tomas Komuda Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Almería junto al equipo de dirección y comercial de AON. Y Manuel Sos de Pipeline.



El Director General de Amadeus Fernando Cuesta y el Presidente de CEAV, Rafael Galledo.



Uno de los momentos de la presentación del stand de CEAV.

WELCOME TO FITUR

ceav
Comunidad Española de Agencias de Viajes

El presidente de CEAV, Sr. Rafael Gallego Nadal, junto con todos los Miembros Adheridos, tienen el placer de darle la BIENVENIDA A FITUR, el próximo **miércoles 20 de enero a las 13.00 h.** en el pabellón 10, stand 10.B20, compartiendo un breve encuentro entre colaboradores, presidentes de Asociaciones de Agencias de Viajes Españolas y agentes de viajes. Con la colaboración del Patronato de Turismo de Gran Canaria.

Confirme su asistencia: ceav@ceav.info



El portal líder de alquiler vacacional de las Agencias de viajes

100.000 viviendas en todo el mundo

Reserva Inmediata

Servicio Profesional

Londres
+ 275 Apartamentos

Ibiza
+ 187 Villas de Lujo

Rep. Dominicana
+ 98 Apartamentos

Nueva York
+ 150 Apartamentos

LaComunity®

931 700 188

www.lacomunity.com



Más de cien empresas turísticas participaron en Valencia en el primer FLY Meeting de CEAV

La Confederación Española de Agencias de Viaje (CEAV), en colaboración con Turismo Valencia y la Unión de Agencias Emisoras y Receptoras de la Comunidad Valenciana (UACV), organizó el primer FLY Valencia Meeting. Un workshop que ha congregado a 90 agentes de viajes y 35 proveedores turísticos con el objetivo de potenciar la ciudad de Valencia como foco emisor de turismo. Todo ello, para generar más tráfico, optimizar el funcionamiento de las conexiones existentes y atraer nuevas rutas, tal como aseguraron el presidente de CEAV, Rafael Gallego, y el director de Turismo Valencia, Antoni Bernabé, durante la rueda de prensa previa a este evento celebrado en el Hotel SH Valencia Palace.

Para Rafael Gallego, se trató de “una jornada profesional pionera cuya convocatoria fue un éxito y que parte de una de las prioridades fijadas por CEAV para este año: reforzar y consolidar la actividad de la Confederación en todo el territorio español.

FLY Valencia Meeting es una acción en la que, además de mostrar a los participantes la gran conectividad área que tiene la ciudad, se ha puesto el acento en que esa conectividad que ofrecen los

proveedores sea de calidad, con destinos de primer nivel”. Una iniciativa que ya se ha realizado en otras ciudades españolas como Madrid y Barcelona, y que en el caso de Valencia es fruto del

acuerdo sellado en FITUR 2016 por CEAV, la Fundación Turismo Valencia, la Agencia Valenciana de Turismo y el Patronato provincial de Turismo. Este acuerdo convirtió a Valencia en la sede



Rafael Gallego, Presidente de CEAV, en el saludo oficial al FLY MEETING VLC

VLC FLY VALENCIA MEETING
JUEVES 3 MARZO 2016
SH VALENCIA PALACE

ceav Confederación Española de Agencias de Viajes | **VLC** TURISMO VALENCIA | **UACV**

AEROFLOT | AIRFRANCE | KLM | DELTA | Alitalia | American Airlines |
 BAPF | FINNAIR | IBERIA | LAN | TAP | norwegian.com |
 QATAR | NORWEGIAN AIRLINES | TP | transavia | airnorthwest |
 SUISSAIR | UNITED | vueling | AERTICKET | AQUATRAVEL |
 cogefoolvuelo.com | Alemania | AVIAMARKET | caldea | inoui | Czech Republic |
 Flanders | Costa | NORUEGA | AON | Expedia | Travelport |
 keytel | FLAGE | SH

de la IV Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes, que tendrá lugar en 2017 y a la que asistirán más de 100 asociaciones de agencias de viaje, 85 de ellas internacionales.

Asimismo, en opinión de Rafael Gallego “tanto el FLY Valencia Meeting como la IV Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes de 2017 son dos eventos importantes para la ciudad, ya que la posicionan como destino de reuniones y negocios, y permiten al sector conocer *in situ* la oferta turística y su oferta complementaria, un sector que marca tendencias en los viajes internacionales. A la vista del desarrollo turístico de la ciudad, es el momento óptimo para que tengan lugar aquí este tipo de encuentros”. Entre los expositores que participaron destacan: Aeroflot, Airfrance, KLM, Delta, Alitalia, American Airlines, APG, Finnair, Iberia, Grupo LATAM Airlines, Norwegian, Qatar Airways, Royal



Eva Blasco, Rafael Gallego con Antonio Bernabé, Director Fundación Turismo Valencia.



Rafael Gallego con Vicente Blasco Presidente de Honor de Ceav , y Presidente y Fundador de la agencia de viajes valenciana EuropaTravel Junto al equipo comercial de Iberia: de izquirdada a derecha: Manuel Navarro, Gestor Comercial Levante; Alfonso Sanz, Coordinador Ventas Levante; y Santiago Escuder, Delegado Comercial Cataluña, Levante y Baleares.

Air Marroc, Royal Jordanian, TAP Portugal, Transavia, Smartwings, Summerwind, United y Vueling. Asimismo, estuvieron presentes destinos europeos como Chequia, Noruega, Alemania, Turín y Flandes, además de empresas hoteleras, tecnológicas y de asistencia en viaje.

Por su parte, el director de Turismo Valencia, Antoni Bernabé, recalcó que el objetivo de esta acción es "reforzar la conectividad de Valencia, consolidar las

más de 350.000 nuevas plazas internacionales y seguir apostando por nuevas conexiones".

Asimismo, durante la rueda de prensa que ofreció junto a Rafael Gallego, Bernabé destacó que "es un buen momento para dar a conocer toda la oferta y unir sinergias con agencias emisoras, debido a las numerosas conexiones que ha estrenado la ciudad y a las que se han anunciado para los próximos meses". El

workshop permitió además dar a conocer la singularidad de Valencia a los participantes. La Fundación organizó un programa previo de actividades en el que los participantes presenciaron una mascletà, degustaron la calidad de la gastronomía y visitaron la Exposición del Ninot ubicada en la Ciudad de las Artes y las Ciencias, una buena visita panorámica en las semanas previas a las Fallas.



Rafael Gallego y Antonio Bernabe junto a Fabrice Marchand y Sandrine Salmon SpainTrade & Leisure Sales Department AIR FRANCE -KLM -DELTA .



Mercedes Tejero ,Gerente de CEAV y Cristina Bou Directora Comercial de CEAV.





Philippe Harant
 Director de la Agence de Développement
 Touristique de La Marne

Bienvenidos a La Champagne

La Agence de Développement Touristique de La Marne es la anfitriona de la próxima edición de las Jornadas Técnicas de la CEAV. ¿Qué van a encontrar los agentes de viajes que participen?

Quiénes hayan venido hasta La Champagne participarán en una presentación del destino con producto muy enfocado a los agentes de viajes, una gran oportunidad de familiarizarse con el territorio y descubrir algunos de sus secretos.

E imaginamos que mucho champagne...

Por supuesto, ¡el champagne no faltará! En La Champagne tenemos cerca de 34.000 hectáreas de viñedos y el 66% de ellas se concentran en nuestro Departamento, La Marne. Aquí encontramos las sedes de las Maisons de Champagne más famosas del mundo, pero también cooperativas y productores independientes con quienes los visitantes tendrán la oportunidad de conocer de cerca el trabajo de la vid. En total, en La Champagne encontramos 15.800 viticultores y hasta 300 casas de champagne.

Podríamos decir que la celebración de las Jornadas Técnicas son la culminación de una larga historia de colaboración entre La Champagne – La Marne y la CEAV. ¿En qué consiste esa relación?

La Champagne lleva más de tres años con presencia en el mercado español y desde el inicio lo ha hecho teniendo

siempre en cuenta el canal de venta de las agencias de viajes. De ahí la relación con las asociaciones de agencias de viajes y con la CEAV, con quien ya se desarrollaron unas formaciones presenciales en el 2014 y que ahora ha elegido La Champagne como destino para sus Jornadas Técnicas. Y es que La Champagne está apostando por el mercado español, un mercado de proximidad y con un gran potencial de crecimiento.

España es un país de muy buenos vinos y bodegas de calidad con un amplio catálogo de enoturismo. ¿Por qué debe turista español viajar hasta La Champagne?

Esa tradición hace que el turista español sea susceptible de apreciar nuestro destino. Lo que encontrarán de diferente en La Champagne es un gran patrimonio, la rica y diferente historia de cada casa de champagne y bodegas con galerías únicas en todo el mundo. ¡Ah! Sin olvidar que el champagne sólo se puede “crear” en La Champagne y que hay que venir a nuestro destino para poder descubrir algunos de sus secretos.

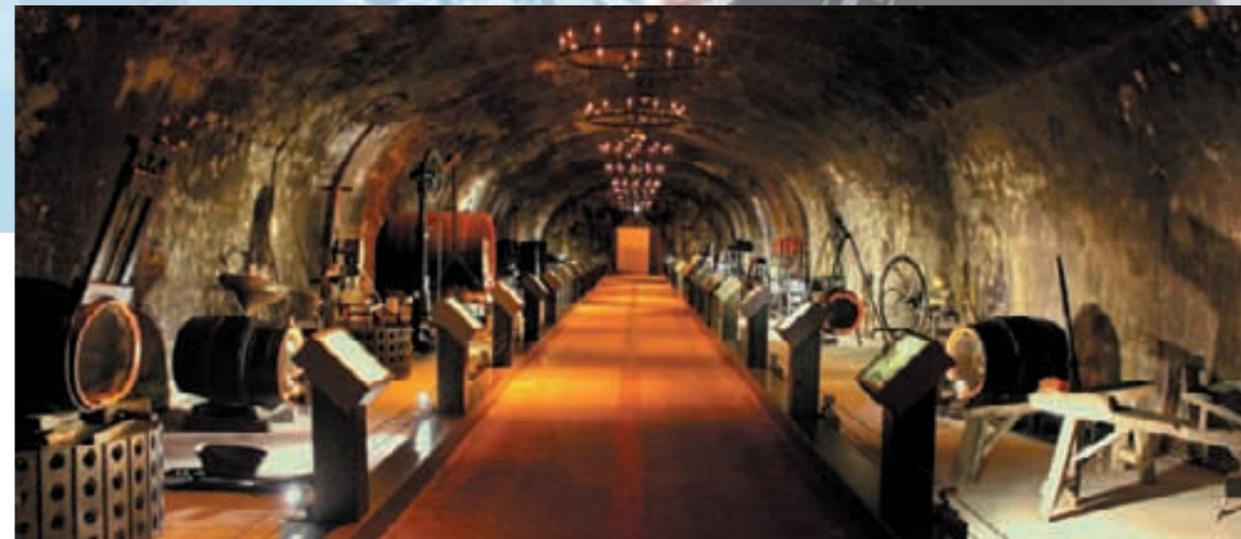
Los viñedos y las Maisons de Champagne son las atracciones estrellas del destino pero no las únicas. ¿Qué otros atractivos destacaría?

¡Hay muchísimas razones por las que venir a La Champagne! Por ejemplo, nuestra región tiene un fuerte componente histórico. Aquí se coronaron más de 30 reyes franceses, o algo que mucha

gene no sabe, y es que La Marne jugó un papel importante durante la 1ª Guerra Mundial. Pero además, quienes nos visiten podrán disfrutar de una amplia oferta gastronómica: desde restaurantes con estrellas Michelin pasando por restaurantes gas-tronómicos y hasta las típicas “brasseries”. Tampoco hay que olvidar que nuestro destino tiene un rico patrimonio natural como el Lago de Der y el Parque Natural Regional de la Montaña de Reims y, por supuesto, nuestra amplia agenda de eventos y festivales para toda la familia.

Y para finalizar, ¿qué significa para La Champagne haber sido nombrada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO?

Efectivamente el pasado 4 de julio la UNESCO votó por unanimidad la inscripción de los “Coteaux, Maisons et Caves de Champagne” a la lista del Patrimonio Mundial en la categoría de “Paisajes culturales vivos evolutivos”. Para nosotros este reconocimiento, junto con el que ya teníamos otorgado en nuestro territorio con los 6 monumentos inscritos en el Patrimonio Cultural de la UNESCO, viene a completar la calidad y el carácter excepcional de nuestro territorio haciendo de él un destino con un fuerte potencial de atracción.



La Champagne, acoge las JORNADAS TÉCNICAS de CEAV 2016

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) celebra del 7 al 10 de abril en La Champagne, La Marne, las jornadas técnicas de 2016. Se trata de una acción formativa con aforo limitado y dirigida a un grupo seleccionado de agencias con el objetivo de que profundicen en el conocimiento del destino y que puedan ofrecer mejor al cliente final las diferentes propuestas que brinda: turismo cultural, gastronómico, enológico o de convenciones. Los agentes de viajes especializados han conocido las Maisons de champagne de Mumm y Moët & Chandon y también han visitado Reims, la ciudad francesa que más reyes ha visto coronar en sus famosas catedrales góticas, y la bucólica Châlons en Champagne, la “Venecia francesa” por su singulares canales. Hautvillers y Epernay, localidad en la que se encuentra la Avenida del Champagne donde más de 200 millones de botellas reposan



en los 100 kilómetros de bodegas subterráneas, han sido los otros dos destinos escogidos por CEAV para la celebración de sus jornadas. Un evento que ha sido posible gracias a la implicación de la Agencia de Desarrollo Turístico de La Marne, quien ha apoyado a CEAV en el desplazamiento de sus agentes de viajes hasta el centro de La Champagne. CEAV también ha contado con el patrocinio de Vueling e Iberia y con el apoyo de colaboradores habituales como Iberia Cards, Aon Taeds, o Amadeus. La Champagne representa una oferta turística de calidad muy cerca de París. Es un destino atractivo todo el año ya que ofrece actividades en cualquier estación, cuenta con viñedos de champagne únicos en todo el mundo y tres ciudades de muy fácil acceso; Reims, Châlons-en-Champagne y Epernay que son las tres mayores ciudades que forman parte de la región.

www.tourisme-en-champagne.com



Eva Blasco elegida Presidenta de EVAP, la organización que representa a las mujeres empresarias y profesionales de Valencia

La Vicepresidenta de Relaciones Internacionales de CEAV, Eva Blasco, acaba de ser elegida Presidenta de EVAP, la Asociación de Empresarias y Profesionales de Valencia que tiene como principales objetivos visibilizar a la mujer dentro del mundo empresarial, participar en los ámbitos de decisión, defender sus derechos y mostrar a la sociedad las desigualdades existentes, y que forma parte de la Red Internacional de Empresarias más antigua del mundo (Business Professional Woman), con estatus consultivo ante Naciones Unidas.

La hija de Vicente Blasco Infante, el agente de viajes más conocido de la Comunidad Valenciana, está licenciada en Derecho con premio extraordinario de fin de carrera, y comenzó su carrera profesional en la Dirección General de Comercio, hasta que en 1993 pasó al Instituto Valenciano de Exportación, IVEX, siendo responsable primero de Extremo Oriente y Oceanía hasta 1998, cuando fue nombrada directora de la Oficina de Nueva York.

Desde allí regresó a España para dar el salto a la empresa privada: la agencia Europa Travel montada por su padre en 1978, e iniciando una frenética carrera en el mundo asociativo, sin duda, aprovechando su experiencia en los EEUU donde la palabra lobby no tiene las connotaciones negativas que en nuestro país. Vicepresidenta de la Unión de Agencias Emisoras y Receptoras de la Comunidad Valenciana, Vicepresidenta de CEAV para Relaciones Internacionales, Vicepresidenta de la Asociación Europea de Agencias de Viajes y Turoperadores ECTAA, participa en el consejo rector de la Alianza Mundial de Agencias de Viajes, y está involucrada en el Instituto Valenciano para la Empresa Familiar, con los comerciantes del Centro Histórico, en la Cámara de Comercio, en el lobby empresarial AVE, en la patronal CEV, en el Club de Encuentro Manuel Broseta y en un largo etcétera.

Desde CEAV nos congratulamos de esta nueva responsabilidad de Eva Blasco al



frente de las empresarias y profesionales valencianas, donde estamos seguros seguirá cosechando los mismos éxitos humanos y profesionales como viene haciéndolo en nuestro ámbito asociativo.

Posibilidad de integrarse en el Clúster de Turismo Sanitario SPAINCARES

Spaincares es la marca comercial del Clúster Español de Turismo de Salud, que agrupa a las entidades turísticas y de salud más representativas del país: Federación Nacional de Clínicas Privadas (FNCP), Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL), Federación Empresarial de la Dependencia (FED), Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV). Además, está avalado por el Ministerio de Industria, Energía y Tu-

rismo de España. Spaincares ofrece sus servicios a través de una innovadora plataforma on line en la que puede encontrar toda la oferta de salud y turística. Las agencias de viajes que estén interesadas en ser miembros del Clúster, deben ponerse en contacto con la Dirección de Desarrollo de Spaincares [mail:Info@spaincares.com](mailto:Info@spaincares.com), o bien a través del siguiente número de **teléfono 91 458 57 65**, donde les facilitaran toda la información que necesiten. A fecha de hoy, se está integrando

aquellas Agencias de Viajes especializadas en Turismo de Salud. Desde Spaincares se contará con no más de 15 Agencias de Viajes que estén trabajando este segmento.



Calendario definitivo de pagos IATA para Mayo, Noviembre y Diciembre

A primeros de año IATA había publicado un calendario erróneo (como ya ocurrió en el 2015), y a solicitud de la Confederación Española de Asociaciones de Viajes (CEAV), lo ha modificado ÚNICAMENTE PARA AQUELLAS AGENCIAS QUE ESTAN EN FRECUENCIA DE PAGO MENSUAL, los meses de mayo, noviembre y diciembre de 2016, y ello en cumplimiento de los acuerdos del APJC relativos a conceder un día más en aquellos meses en los que en los 10 primeros días haya un festivo nacional.

Estos meses quedan con los siguientes días de pago:

- **Mayo:** hay 1 festivo nacional (el 1 de mayo), por lo que debe ser el 11 en lugar del 10.

- **Noviembre** hay 1 festivo nacional (el 1 de noviembre), por lo que debe ser el 11 en lugar del 10

- **y Diciembre:** hay 2 festivos nacionales, por lo que debe ser el 14 en lugar del 12.

Los otros meses quedan igual.

| Período | Período inicio | Período final | Requisito de pago en \$/€ | Fecha de pago (Período anterior) | Fecha de pago (BSP) |
|----------------------|----------------|---------------|---------------------------|----------------------------------|---------------------|
| Enero-16 | Vie-01-Ene-16 | Dom-31-Ene-16 | Vie-15-Ene-16 | Vie-15-Ene-16 | Vie-15-Ene-16 |
| Febrero-16 | Lun-01-Feb-16 | Mie-29-Feb-16 | Lun-15-Feb-16 | Lun-15-Feb-16 | Lun-15-Feb-16 |
| Marzo-16 | Vie-01-Mar-16 | Vie-31-Mar-16 | Vie-15-Mar-16 | Vie-15-Mar-16 | Vie-15-Mar-16 |
| Abril-16 | Lun-01-Abr-16 | Dom-30-Abr-16 | Lun-15-Abr-16 | Lun-15-Abr-16 | Lun-15-Abr-16 |
| Mayo-16 | Vie-01-May-16 | Dom-31-May-16 | Vie-15-May-16 | Vie-15-May-16 | Vie-15-May-16 |
| Junio-16 | Lun-01-Jun-16 | Dom-30-Jun-16 | Lun-15-Jun-16 | Lun-15-Jun-16 | Lun-15-Jun-16 |
| Julio-16 | Vie-01-Jul-16 | Dom-31-Jul-16 | Vie-15-Jul-16 | Vie-15-Jul-16 | Vie-15-Jul-16 |
| Agosto-16 | Lun-01-Ago-16 | Dom-31-Ago-16 | Lun-15-Ago-16 | Lun-15-Ago-16 | Lun-15-Ago-16 |
| Septiembre-16 | Vie-01-Sep-16 | Dom-30-Sep-16 | Vie-15-Sep-16 | Vie-15-Sep-16 | Vie-15-Sep-16 |
| Octubre-16 | Lun-01-Oct-16 | Dom-31-Oct-16 | Lun-15-Oct-16 | Lun-15-Oct-16 | Lun-15-Oct-16 |
| Noviembre-16 | Vie-01-Nov-16 | Dom-30-Nov-16 | Vie-15-Nov-16 | Vie-15-Nov-16 | Vie-15-Nov-16 |
| Diciembre-16 | Lun-01-Dic-16 | Dom-31-Dic-16 | Lun-15-Dic-16 | Lun-15-Dic-16 | Lun-15-Dic-16 |

DEFINICIONES

Período de liquidación: señala la fecha inicial y final del período de liquidación en formato DD MMM AA

Fecha de producción de liquidaciones: es la fecha (en formato DD MMM AA) en la que el Centro de Procesamiento de Datos debe generar las liquidaciones para los agentes y las aerolíneas con arreglo a los datos transmitidos por los informes de ventas de los GDS. En esta fecha se producen:

- Todos los archivos que se cargan en BSPlink;
- Todos los archivos HOT que se ponen a disposición de los usuarios (aerolíneas, agentes, BSPlink), incluida la HOT 'final' para los que han suscrito el servicio de

HOT diario;

• Todos los archivos EFT que se envían a los bancos de compensación.

Último día de entrega de fondos: en caso de que existan diferentes fechas de último día de entrega de fondos en el BSP de un país, el agente debe fijarse en la columna correspondiente a su frecuencia de liquidación. Esta fecha in-

dica el último día del plazo para que los fondos de las ventas de billetes del agente lleguen al Banco de Compensación.

Cursos gratuitos CEAV-ADAMS formación 2016

El Ministerio de Fomento, en el marco de la Orden FOM/3591/2008, de 27 de noviembre ha otorgado a la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), ayudas para la formación a los profesionales del sector Agencias de Viaje. La formación de los trabajadores del sector en los distintos ámbitos de las empresas, es una de las líneas estratégicas que CEAV mantiene a lo largo de su trayectoria, con la finalidad de garantizar la cualificación y actualización de los trabajadores del Sector al que representan. El Plan de Formación de Ayudas del Ministerio de Fomento vigente, está compuesto por cursos en modalidad presencial, en las áreas más demandadas actualmente por el sector, Idiomas, Amadeus, Marketing digital y Habilidades personales, cursos que se podrán impartir hasta el 30 de junio de 2016. Los distintos cursos de 20 horas son de diversos niveles de inglés, francés y alemán, Excel avanzado, habilidades y tácticas de negociación con proveedores, marketing y venta de servicios turísticos y reservas de Amadeus.



Los participantes deberán ser trabajadores del sector Agencias de Viajes, la asistencia a los cursos es obligatoria, al menos al 75% de las horas de que consta el curso y el límite de participación es de tres cursos por alumno. Los grupos son reducidos de 15 personas y los horarios compatibles con la jornada laboral. Están impartidos por cualificados profesionales de la formación que adaptarán los contenidos a las necesidades de los participantes.

Para los interesados hay que cumplimentar los datos recogidos en el Boletín de Inscripción que se puede solicitar a ADAMS:

A Coruña
C/Marquès de Amboage, 12
15006 A Coruña
T. 981 169 264
Fax. 981 912 226
formaciongalicia@adams.es

Valencia
Pl. Mariano Benlliure, 5
46002 Valencia
T. 963 942 430
Fax. 963 524 530
formacionvalencia@adams.es

Sevilla
C/Lineros, 8 - 41004 Sevilla
T. 954 500 390
Fax. 954 563 885
formacionandalucia@adams.es

Zaragoza
C/Miguel Servet, 3 - 50002 Zaragoza T.
976 461 200
Fax. 976 499 960
formacionzaragoza@adams.es

Madrid
C/Ayala, 130 - 28006 Madrid
T. 91 575 34 01
Fax. 902 94 62 57
atencioncliente_madrid@adams.es

| ACCIÓN FORMATIVA | HRS |
|---|-----|
| CURSO INGLÉS INTERMEDIATE B1-B1+ | 20 |
| CURSO INGLÉS B2-C1 | 20 |
| CURSO FRANCÉS A1 | 20 |
| CURSO FRANCÉS B1 | 20 |
| CURSO ALEMÁN A2 | 20 |
| CURSO ALEMÁN B1 | 20 |
| CURSO EXCEL AVANZADO | 20 |
| CURSO HABILIDADES, ESTILO Y TÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES | 20 |
| CURSO MARKETING Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS | 20 |
| CURSO RESERVAS DE AMADEUS | 20 |



Una muestra de lo expuesto en la Feria. De izquierda a derecha: Cartel. Rhein- Dampfschiffahrt; Libro. Le Rhin. De Mayence a Cologne. 1867; Libro. Der Stadtgarten zu Karlsruhe. 1912; Cartel. L'hiver a Montecarlo

Exposición de Libros Antiguos de Turismo en ITB BERLIN 2016

En su 50º aniversario, la feria líder de la industria turística mundial albergó esta muestra, organizada por el Centro de Documentación Turística. En 1966 la feria ITB BERLIN nació con vocación de constituirse en punto de encuentro de todos los sectores de la industria del viaje y el turismo. Medio siglo después, tras convertirse en la feria turística más relevante a nivel global, ITB BERLIN celebra su 50º aniversario con una serie de eventos que rinden homenaje a esta actividad, no sólo importante desde el punto de vista económico, sino vital también para el conocimiento mutuo y el intercambio cultural en todo el planeta. Entre los diversos actos que tuvieron

lugar con motivo del cincuentenario, se encuentra la Exposición de Libros Antiguos de Turismo que el Centro de Documentación Turística -dirigido por Miguel Montes, Secretario General de la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo- presentó en Messe Berlin, el recinto ferial de la capital alemana. Desde el 9 hasta el 13 de marzo de 2016 los visitantes que se acercaron al Pabellón 1.1 de ITB BERLIN pudieron admirar una selección internacional de libros antiguos provenientes de los fondos bibliográficos del Centro de Documentación Turística, que darán fe de cómo vivían el turismo nuestros antepasados desde los albores del siglo XIX hasta mediados del XX. Li-

bros de viajeros que describen lugares y costumbres, las primeras guías de viaje, los hoteles y balnearios, las exposiciones universales, los transportes... La exposición se completó con vistosos carteles, folletos y otros documentos, evocadores testimonios de nuestro pasado viajero.

Más información:
Centro de Documentación Turística
Avda. de los Toreros, 14. 28028 Madrid
+34 606 273 216
cdt_miguelmontes@yahoo.es

Miguel Montes - Director CDT -
Secretario General Federación E.
de Periodistas de Turismo -FEPET-

Primer hotel de la Cadena Riu en Dubai

RIU Hotels & Resorts y Nakheel, una de las mayores promotoras de Oriente Medio, han sellado oficialmente su alianza de negocios. Ali Rashid Lootah, presidente de Nakheel, ha viajado a Mallorca para firmar con Luis Riu, CEO de RIU Hotels, la Joint Venture gracias a la cual el primer hotel de la cadena en Dubai será realidad en 2019. RIU se convierte con esta firma en la primera cadena hotelera internacional, y única española, en rubricar un acuerdo con Nakheel que, en su estrategia de expansión en la hostelería, planea abrir 10 hoteles en Dubai. El primero abrió a comienzos de este mes y seis más han sido ya firmados o anunciados.



El hotel de RIU proyectado se ubicará en las Islas Deira, desarrolladas por Nakheel, y será único en el destino ya que, con sus 750 habitaciones, será el más grande hasta ahora construido, así como el primero en ofrecer servicio Todo Incluido 24 Horas. Islas Deira es uno de los grandes proyectos de Nakheel en Dubai que ofrecerá, además de hoteles, el centro de entretenimiento y compras Deira Mall, el Deira Islands Night Market, con 5.300 tiendas, un puerto deportivo y un anfiteatro para 30.000 personas. Luis Riu, consejero delegado de RIU Hotels & Resorts, ha asegurado que "la firma oficial de esta alianza supone un

paso más para que el primer proyecto de RIU en Oriente Medio se haga realidad. Estamos orgullosos de contar con un socio de la experiencia y prestigio de Nakheel para realizar este ambicioso proyecto. Dubai es uno de los grandes nuevos polos del turismo internacional, así como un enclave estratégico para el flujo entre Europa y Asia". Nakheel es conocido mundialmente por el desarrollo de proyectos de ingeniería a gran escala que ganan terreno al mar como los famosos Palm Jumeirah y The World, que se han convertido en un icono internacional. Deira Islands sumará un total de 40 kilómetros a las costas de Dubai, de los cuales 21 serán en primera línea de playa.



Toni Albareda y Antonio De Toro y Cristina Bou de CEAV, junto al equipo comercial de la Oficina de Turismo de WAS DC

Turismo de Washington y la Metropolitan Washington Airports Authority con la colaboración de la línea aérea United Airlines. En el curso de la misma se dieron a conocer a los asistentes las posibilidades turísticas de la ciudad más "cool" y elegante de los Estados Unidos y los nuevos vuelos directos de United a la capital estadounidense. La propuesta generó mucho interés entre los agentes de viajes asistentes entre los que se realizó un sorteo de un fantástico viaje a Washington.

Los vuelos de United Airlines están programados entre el 25 de mayo y el 6 de septiembre de 2016, tendrán una frecuencia de un vuelo diario y saldrán del Aeropuerto Internacional de Washington-Dulles a las 18:10 y a las 11:30 del Aeropuerto de Barcelona-El Prat, siendo operados con un Boeing 767-400.

Presentación en Barcelona de Washington DC

El pasado martes 2 de febrero al mediodía se celebró en el recinto de la antigua Fábrica Moritz de Barcelona, en la

Ronda de San Antonio de la Ciudad Condal, el acto de presentación del destino Washington DC, a cargo de la Oficina de

CEAV & grupo airberlin

Por tercer año consecutivo el grupo airberlin y CEAV han firmado un acuerdo de colaboración con el que se pretende acercar las novedades de la misma aerolínea tras las estrechas sinergias con ETIHAD AIRWAYS, accionista del grupo airberlin del 29,9%.

Asimismo la aerolínea alemana y su filial austriaca NIKI (HG) forman parte del "Etihad Airways Partnership" conjuntamente con aerolíneas como Alitalia, Jet Airways, Etihad Regional, Virgin Australia, Air Seychelles y Air Serbia. El grupo El grupo airberlin es también miembro de la alianza oneworld, ofreciendo más conexiones, más frecuencias y más destinos operados por sus partners en los 5 continentes gracias a los acuerdos de código compartido, haciendo especial hincapié a las conexiones domésticas estadounidenses operadas por American Airlines y a los vuelos domésticos españoles y entre Es-

paña con los países de habla alemana operados por Iberia.

A raíz del acuerdo de colaboración entre el grupo airberlin y CEAV, el pasado 16 de marzo se organizó la primera presentación-formación con las agencias de viajes en Barcelona y con la presencia de ACAVe, quien nos ayudó con la convocatoria del evento.

El delegado de ventas para Cataluña, Portugal y norte de España, Paul Ciaccio, realizó una completa presentación de los servicios a bordo, de las diferencias entre las clases que ofrecen, de las nuevas conexiones a Estados Unidos, de la nueva estructura de tarifas JustFly, FlyDeal, Fly Classic y FlyFlex+ asimismo de otros detalles técnicos que interesaron a los asistentes agentes presentes. Asimismo nos presentó producto exclusivo de la compañía aérea de Abu Dhabi, la cual opera con vuelos directos desde Madrid ofreciendo



un abanico de destinos en Medio Oriente, Asia, África y Oceanía. Se proyectaron varios videos destacando el de ETIHAD AIRWAYS del que os detallamos el enlace para su visualización.

Gracias al grupo airberlin y a todos los agentes reunidos por confiar en CEAV.



Nuevo avión de American Airlines en la ruta Barcelona - Nueva York

A partir de del pasado 4 de marzo todos los vuelos de American Airlines desde Barcelona a Nueva York operarán con un novedoso producto de última generación: el Boeing 777-200, que incluye nuevas suites de clase Business con

asientos 100% cama todos con acceso a pasillo, bar auto-servicio entre cabinas, conexión Wi-Fi, auriculares Bose® Quiet-Comfort® Acoustic Noise Cancelling®, nuevos menús y amenity kits entre otros. Con este cambio todos los vuelos

operados a/desde Barce-lona disponen de asientos 100% cama. En clase turista asientos ergonómicos con entretenimiento individualizado, wifi, puertos para tomas de corriente y/o usb, etc.

Etihad, la Aerolínea Nacional de los Emiratos Árabes Unidos, cumple un año volando a España

Desde que Etihad Airways se fundó por decreto real en julio de 2003 y comenzó a operar en noviembre de 2003, se ha convertido en una de las aerolíneas de más rápido crecimiento de la historia de la aviación comercial.

La aerolínea busca plasmar lo mejor de la hospitalidad árabe, mostrándose refinada, atenta, cálida y generosa, así como realzar el prestigio de Abu Dhabi como centro de hospitalidad entre oriente y occidente, proponiéndose ser una compañía global del siglo XXI que desafíe y cambie las convenciones establecidas de la hospitalidad aérea.

Etihad ha recibido distintos premios que reflejan su posición como una de las aerolíneas premium más destacadas del mundo, incluido el premio a la «Mejor Aerolínea del Mundo» en los World Travel Awards durante cinco años consecutivos, el World's Leading Airline por séptimo año consecutivo, y entre otros el World's Leading First Class y World's Leading

Cabin Crew, así como el de Airline of the year 2016 otorgado por Air Transport World (ATW).

Y sigue fiel a una estrategia de crecimiento colaborativo para lograr la dimensión necesaria para ser competitiva en el mer-



cado global del transporte aéreo, lográndolo más allá del propio crecimiento orgánico, a través del desarrollo de una base sólida de socios de código compartido, así como por medio de inversiones minoritarias en aerolíneas estratégicas, combinación que permite ofrecer acceso

a cientos de destinos.

Por ello, gracias a las aerolíneas asociadas, se puede disfrutar de una red de destinos más amplia de forma más cómoda, con una única reserva y con las mismas tarifas con la proyección de volar a más de 325 destinos de todo el mundo, a través del centro de conexión en Abu Dhabi, que constituye la puerta de entrada a Oriente Medio, Asia y Australia para nuestros socios.

La flota, completamente nueva, cuenta con las cabinas de vuelo más sofisticadas del mundo y representa lo último en rendimiento, eficacia operativa, mayor espacio en cabina y autonomía de vuelo mejorada, con una amplia oferta de entretenimiento a bordo, la cocina más exquisita y un servicio impecable. Etihad acaba de cumplir un año volando a Madrid y apuesta firmemente por el canal de las agencias de viajes en la comercialización de sus vuelos.

AERTiCKET

El consolidador para profesionales



Stephan Ebert. Director General AERTiCKET en España

¿Qué es AERTiCKET? ¿cómo llegasteis a España?

Como consolidador aéreo facilitamos básicamente servicios de billete aéreo exclusivamente a agencias de viajes y touroperadores. AERTiCKET es una empresa fundada en 1993 en Alemania, fruto de la asociación de agencias de viaje independientes. En el año 2010 decidimos entrar en el mercado Español, con una Joint Venture con un grupo ya establecido. Tras la desaparición de este último, y la compra de sus participaciones, seguimos funcionando como empresa Española desde Palma de Mallorca, donde llevamos 3 años de crecimientos continuos y asentamiento en el mercado. Decidimos apostar por el mercado ya que vimos un potencial de crecimiento en el segmento de la consolidación aérea, así como una necesidad creciente de los servicios que ofrecemos.

“**Tenemos una potente tecnología propia que nos permite estar en la vanguardia del sector actualizando nuestros productos año a año.**”

¿Cómo ha sido vuestra evolución los últimos años?

Desde que nos asentamos como AERTiCKET hace tres años no hemos dejado de crecer continuamente. Durante este tiempo hemos ido adquiriendo experiencia en el mercado y construyendo fuertes relaciones con nuestros proveedores, creando una gran base de tarifas negociadas. Al mismo tiempo hemos ido insertando más y más servicios y aplicaciones tecnológicas para todos nuestros clientes.

¡Señálanos los principales puntos fuertes que os diferencian en el mercado!

Tenemos una gran presencia internacional que nos permite llevar ventajas y facilidades que tenemos en otros mercados gracias al tamaño del grupo a los mercados locales. Tenemos una potente tecnología propia

que nos permite estar en la vanguardia del sector actualizando nuestros productos año a año. Por ejemplo este año vamos a presentar nuestro nuevo buscador de vuelos con una apariencia intuitiva a la vez que extremadamente flexible y funcional. También señalaría el apoyo de un grupo fuerte financiera y tecnológicamente que nos facilita acometer inversiones y ahorrar costes en la operativa sin renunciar a la calidad del servicio.

¿Que herramientas o productos de AERTiCKET destacarías?

Destacaría el ya comentado nuevo motor de reservas que presentamos el pasado mes de marzo en la ITB de Berlín, se trata de un motor B2B multi-GDS y multimercado apoyado por el portfolio de tarifas más amplio en el mercado.

Aparte de todo tipo de tarifas para el mercado español contamos con el inventario de todos los mercados clave en Europa y EE.UU. El objetivo es acabar el año con la implementación de 72 nuevos mercados.

Otro punto muy importante considero que es un alto grado de automatización en los procesos. Gracias a esto damos autonomía a las agencias, sea una pequeña agencia de barrio que no depende de los horarios de oficina para operar o un touroperador que accede a nuestro producto via un API para hacer paquetes dinámicos.

¿A que perfil de agencias os orientáis?

No existe limitación en el tipo de agencia

que puede hacer uso de nuestros servicios. Obviamente las agencias que no quieren dificultarse financieramente por las condiciones de IATA serían nuestro cliente natural, sin embargo cada vez más agencias con licencia IATA hacen uso de nuestra tecnología, producto contratado y de las facilidades que supone la externalización de la operativa de billete aéreo, de esta manera pueden focalizarse en ofrecer mejores servicios a sus clientes.

Cada vez más, adquirimos nuevos clientes que son agentes acreditados de IATA porque la tecnología nos permite darles la misma independencia que con su licencia IATA pero con mayor variedad de servicios y flexibilidad. Por otra parte, al ser puramente un consolidador aéreo, y llevar un control total sobre la distribución, con una segmentación de clientes completa y modular; tenemos acceso a una gran variedad de tarifas para nuestros clientes, por lo que sea cual sea el perfil de la agencia, tenemos el producto adecuado para ella.

¿Qué expectativas de futuro tenéis?

Tenemos grandes expectativas para los próximos años, se presenta un futuro emocionante para nuestro sector y estamos más que preparados para revolucionar el mercado de la consolidación aérea en España. Vamos a continuar por la misma senda que hemos ido estos años, es decir; automatizando procesos, mostrando

transparencia a nuestros clientes para que puedan ver y controlar el proceso en todo momento, y poniendo cualquier nueva herramienta a su disposición lo antes posible. A parte, vamos a presentar a lo largo de este año una multitud de aplicaciones como un asistente de pedidos para los clientes con GDS propio, una aplicación de móvil con una correspondiente página web y el ya mencionado nuevo motor de reservas. Producto transversal: para aquellas agencias que lo deseen vamos a poner a su disposición un motor de reserva de hoteles, para completar de esta manera el producto que pueden obtener de nosotros. Esto simplificará la operativa de pagos a las agencias, permitirá mejorar su producto, y poder ser libres a la hora de establecer su margen.

¿Como ves el mercado Español, cómo evolucionará en los próximos años?

Creo firmemente en en la especialización y el verdadero valor añadido. La agencia que sea capaz de encontrar su nicho y sepa añadir valor a su producto tendrá futuro. Nosotros como proveedor deberemos apoyarla con soluciones innovadoras. En este contexto de especialización, los servicios de la consolidación aérea serán más valorados porque permitirán a la agencia focalizarse en su valor diferenciador.

www.aerticket.es
Tel. 971 576 554





Primera edición de encuentros HOTUSA

El ex alcalde de Barcelona y actual presidente y socio de IdenCity, Jordi Hereu, y el catedrático de Economía de la Empresa de la Universitat de Barcelona (UB) y vicepresidente de CEDE y de

Foment del Treball, Ramón Adell, fueron los protagonistas de la primera edición de Encuentros Hotusa, un debate acerca del turismo como elemento transformador de las ciudades que tuvo lugar el pasado

17 de marzo en el hotel Eurostars Grand Marina 5*GL y al que asistieron más de 120 profesionales del sector y de otros ámbitos.

El presidente de Grupo Hotusa, Amancio López Seijas, definió Encuentros Hotusa como "un ejercicio de optimismo y altura de miras para el sector" y alentó a los invitados a hablar del futuro del turismo y su influencia en el desarrollo de las ciudades, no sólo social sino también económico. En este contexto, el debate, entre Ramón Adell y Jordi Hereu, se centró inicialmente en enfatizar el impacto que el turismo tiene en el desarrollo de las ciudades, fundamentalmente en dos aspectos: la urbanización y la globalización.



UN VIAJE REFRESCANTE A ISLANDIA



¡La mejor forma de conocer Islandia y Norteamérica!

Vuelos directos desde Barcelona y Madrid a Islandia

Conexiones diarias vía punto europeo

Conexiones a múltiples destinos en Norteamérica (11 ciudades en EEUU y 5 en Canadá)

Stopover gratuito de hasta 7 días en Islandia

Vuelos Directos desde Barcelona

Salidas los Sábados entre el 04 Jun. y el 03 Sep.

Vuelos Directos desde Madrid

Salidas los Sábados entre el 11 Jun. y el 10 Sep.

Salidas los Miércoles entre el 29 Jun. y el 31 Ago.



Entrevista a Ramón Biarnés,
Director Comercial Avis Budget Group

Avis ha tenido siempre una firme apuesta por la innovación

Avis acaba de cumplir el 50 aniversario de su implantación en España ¿nos podría hablar de la evolución de la compañía en estos 50 años?

Efectivamente, en 2016 cumplimos 50 años desde nuestro inicio de operaciones en España. En 1966 creamos la primera sucursal en el país que estaba ubicada en la habitación del hotel Luz Palacio de Madrid, en Paseo de la Castellana número 56. Ese fue el primer paso de una ya larga trayectoria llena de retos y también muchos éxitos.

Avis era ya en esa época una compañía reconocida a nivel internacional en el sector de alquiler de vehículos. Sin embargo, la entrada en España suponía un doble reto. Por una parte era necesario explicar en qué consistían los servicios de un *rent a car* y hacer ver sus beneficios. Además, debíamos también explicar qué era Avis y qué tipo de servicios ofertábamos.

En España al igual que en el resto del mundo, Avis ha tenido siempre una firme apuesta por la innovación. En este esfuerzo, la compañía fue la primera en contar con sistema de gestión Wizard a nivel global, la primera del sector en tener página web y pionera también en ofrecer una app móvil de servicios de *rent a car* en España y Europa.

En este tiempo la situación ha cambiado mucho y el perfil del viajero se ha modificado. Si bien partíamos, hace cincuenta años, de un consumidor inexperto que desconocía las ventajas de alquilar un vehículo, ahora nos dirigimos a clientes cada vez mejor informados, con más capacidad para comparar y decidir y como resultado, más exigentes. En función de esta evolución nuestra compañía ha sabido siempre adaptarse a los cambios ofreciendo un producto de calidad que busca satisfacer de la mejor manera las necesidades de cada segmento de clientes.

¿Qué ha cambiado más, los vehículos, el servicio, o las técnicas de comercialización?

Tras cincuenta años, la tipología de los clientes, sus hábitos y también sus demandas han variado mucho. Sin duda, esto ha sido resultado de la evolución social y económica que ha vivido España en las últimas décadas y también fruto de las transformaciones tecnológicas que han afectado a todos los sectores.

Independientemente de los cambios de flota, que responden a los cambios en los gustos de los clientes y también la modernización y adaptación a las nuevas normas de seguridad que han ido surgiendo durante este tiempo, también se han producido grandes avances en la forma de ofrecer el servicio. Por nuestra parte, apostamos por un trato directo con el cliente que nos permite conocer mejor sus necesidades y ofrecer una atención más personalizada. En esta línea y en relación con el flujo de turistas nacionales e internacionales que es cada vez mayor, nuestro carácter global nos permite conocer mejor sus gustos y demandas y flexibilizar así nuestra oferta para proponerles el servicio que precisan.

Además, independientemente de la sofisticación de las técnicas de comercialización que se han desarrollado en estos años, desde Avis Budget

“Tras cincuenta años, la tipología de los clientes, sus hábitos y también sus demandas han variado mucho”

Group centramos nuestra actividad en torno a dos pilares. Uno de ellos sería nuestro compromiso con la calidad que se traduce en una voluntad de servicio siempre excelente y el otro, como ya comentamos, la innovación. En este sentido ofrecemos una selección de productos diseñados para proporcionar la mejor experiencia de viaje como por ejemplo nuestro exclusivo de wifi a bordo. Aquellos usuarios que quieren estar conectados a internet durante su viaje pueden disfrutar de este servicio que mediante un sencillo aparato permite conectar hasta cinco dispositivos a la vez con hasta 1 GB al día.

Acaban de reestructurar la configuración de su página web. ¿es realmente más sencilla ahora o resulta más complicada para reservar un vehículo?

En Avis tenemos siempre una clara orientación al cliente. Esto significa que nos esforzamos de forma especial por satisfacer sus gustos y necesidades de acuerdo siempre a unos altos estándares de calidad, podríamos decir que ésta es nuestra seña de identidad. En este compromiso con el cliente y con su satisfacción, comprendemos que tener una página web atractiva, ágil y sobre todo útil es una premisa básica. Así, el diseño de nuestra web sigue las directrices de la nueva identidad visual corporativa de la marca a nivel global. De esta forma, buscamos una imagen sencilla e innovadora que refleje de manera más visual los valores de la marca.

Creemos que el resultado no puede ser mejor. Los usuarios pueden encontrar, de forma fácil e intuitiva, información sobre cada uno de los servicios y productos Avis. De hecho ahora con tan solo tres clicks, el cliente puede gestionar su alquiler. Además ésta nueva web está disponible toda la región EMEA de Avis. De esta manera, ofrecemos la garantía de un servicio común en los diferentes países permitiendo que los usuarios tengan una idea clara de qué producto y servicios esperar, sin sorpresas.

Hemos diseñado además espacios dirigidos a nuestros diferentes públicos. El consumidor final, el segmento empresas y también los agentes de viajes pueden encontrar la información que necesitan de manera rápida y sencilla.

También acaban de abrir su primera Sala VIP Avis del mundo, frente a la estación de Sants en Barcelona ¿en qué consiste?

Este espacio se llama Avis Preferred Lounge y supone un nuevo concepto de oficina de alquiler. El espacio que hemos inaugurado en Barcelona se ha convertido en la primera sala Vip Avis del mundo y nace con el objetivo de mejorar la experiencia de alquiler de nuestros socios Avis Preferred.



Con este nuevo espacio ofrecemos una serie de comodidades que hacen posible que los viajeros Avis Preferred saquen más partido de su tiempo antes o después de recoger su vehículo o mientras esperan la salida de su tren. De esta forma, ofrecemos servicio de cafetería, prensa internacional, guías turísticas de Barcelona y conexión wifi gratuita en un espacio cómodo y muy agradable.

¿No sería más lógico pensar que estuviera en un aeropuerto?

La decisión de ubicar esta primera sala vip Avis del mundo en Barcelona y en concreto en las cercanías de la Estación de Sants responde a la relevancia turística de la Ciudad Condal como destino internacional y también el valor de esta estación como punto estratégico de llegada y salida de viajeros. Aunque podemos valorar nuevas ubicaciones, creemos que ha sido especialmente bien acogida por lo poco habitual que es que una oficina de *rent a car* ofrezca este tipo de comodidades y también por la ausencia de este tipo de servicios en centros de cómo una estación de tren.

¿Tiene previstas más aperturas al respecto?

Avis Preferred Lounge es un concepto innovador dentro del sector de *rent a car* y es también una novedad dentro de nuestro catálogo. En este momento estamos estudiando la acogida que está teniendo entre nuestros clientes, que creemos que está siendo muy buena, para estudiar la posibilidad de llevarlo a cabo en otras localizaciones.

¿Cuáles son las otras ventajas de la tarjeta AVIS Preferred.

En Avis tenemos una muy clara vocación de servicio al cliente, él es la prioridad y conseguir mejorar de forma cualitativa su experiencia de viaje con nosotros forma parte de nuestra filosofía. Teniendo en cuenta este planteamiento para nosotros es fundamental premiar la confianza de nuestros mejores clientes, para ellos ofrecemos Avis Preferred, nuestro programa de fidelización. La inscripción en este programa es totalmente gratuita y permite acceder a ventajas exclusivas como promociones, mejora en la categoría del vehículo seleccionado o descuentos.

Así, los miembros de este programa consiguen más beneficios a medida que más utilizan nuestros servicios. Entre otras ventajas, los socios Avis Preferred encuentran un mostrador específico para ellos en las oficinas Avis y así no tienen que esperar colas a su llegada al punto de alquiler. Además, para conseguir agilizar los trámites, el personal del punto de alquiler tiene preparadas las llaves y todos los documentos necesarios.

Este programa de fidelización presenta diferentes categorías según el número de alquileres realizados con nosotros. Por una parte Avis Preferred, con el que a partir dos alquileres con Avis se ofrecen ya diferentes



descuentos y ventajas. Avis Preferred Plus, categoría a la que se llega después de realizar cinco alquileres en un año, permite obtener subidas de categoría –según disponibilidad– o la opción de considerar un segundo conductor de forma gratuita.

Aquellos usuarios que contraten servicios de la compañía diez o más veces en el plazo de un año pertenecerán a Avis President's Club. De esta forma, podrán recibir subidas de categoría de vehículos garantizadas en las oficinas de la compañía situadas en aeropuertos y estaciones de tren, dobles subidas de categoría en fines de semana dependiendo de la disponibilidad, un coche garantizado con reservas realizadas con al menos 48 horas de antelación, un número de teléfono gratuito de asistencia, un segundo conductor gratis y por supuesto el exclusivo servicio preferente.

Parece que en los últimos años, todo el mundo compra por precio. Pero ustedes están potenciando también los vehículos Premium. ¿Realmente hay un segmento significativo de clientes que alquilan coches de gama alta?

Es cierto que en los últimos años estamos asistiendo a la aparición de nuevos actores dentro del sector lo que se traduce también en una dura competencia en diferentes aspectos incluyendo por ejemplo el precio.

Por nuestra parte, dentro de Avis Budget Group, ofrecemos diferentes opciones de alquiler que se dirigen a públicos diferenciados. Mientras que Budget tiene un fuerte posicionamiento value for money y Avancar es nuestra propuesta para aquellos clientes que buscan una opción de economía colaborativa, Avis cuenta con productos más enfocados en los segmentos premium y de tipo corporativo. Al final, nuestra propuesta de valor común a todas las empresas del grupo es la calidad y por esto nos esforzamos en diseñar y desarrollar productos adaptados a las necesidades de cada cliente.

Por lo que se refiere al producto, apostamos efectivamente por los vehículos premium a través de Select Series, la máxima categoría de Avis que ofrece coches de alta gama. Existe un segmento de mercado que demanda y valora este tipo de producto. Es posible señalar que este tipo de productos tiene especial aceptación por una parte por el segmento corporativo, los viajeros de negocios y también aquellos viajeros que buscan disfrutar de su tiempo de ocio con una propuesta de calidad excelente.

En nuestra última entrevista nos decía que el cliente es el motor y el centro de su actividad. ¿Uno de los puntos fuertes de Avis es su red global en buena parte del mundo?

Avis Budget Group está presente, a través de las diferentes marcas del grupo, en más de 175 países en todo el mundo. Sin duda, ésta es una de las fortalezas fundamentales de nuestra propuesta de valor. Un cliente en Sidney que contrata con nosotros un vehículo por ejemplo en Italia, tiene la seguridad de estar alquilando un producto con unos estándares de calidad comunes al que podría alquilar en su propia ciudad o en cualquier otro continente.

Efectivamente nuestra red global así como la garantía propia de ser una de las compañías líderes del sector son dos de los argumentos fundamentales que apoyan nuestra oferta de servicios y que resultan clave para un viajero que quiere viajar sin preocupaciones.

¿Le gustaría añadir alguna cosa más?

Estamos muy contentos de poder cumplir 50 años en España. Lo cierto es que estamos muy satisfechos con la posición que hemos logrado en el sector, el reconocimiento por parte de nuestros clientes y la importancia que nuestro país ha adquirido en la red de Avis en Europa. Tenemos muy en cuenta que esta trayectoria de ya medio siglo no habría sido posible sin la inestimable labor de los agentes de viajes.

Desde hace muchos años son para nosotros un partner fundamental y por eso desarrollamos diferentes iniciativas para premiar su trabajo. Un ejemplo es "la vuelta al mundo con Avis". A través de esta acción ofrecemos tres vueltas al mundo para dos personas entre los agentes de viajes que realicen al menos dos reservas en alguno de los tres partners de la iniciativa: Avis, Iberia y Meliá.

Nuestra intención es seguir colaborando con ellos de una forma tan cercana como hasta ahora para así mantener una sólida posición en el mercado que nos permita afrontar los retos del futuro.



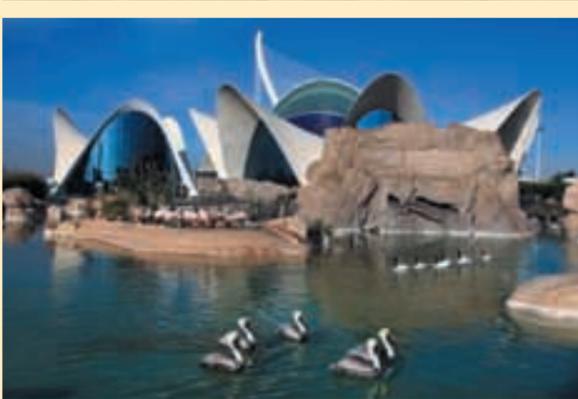
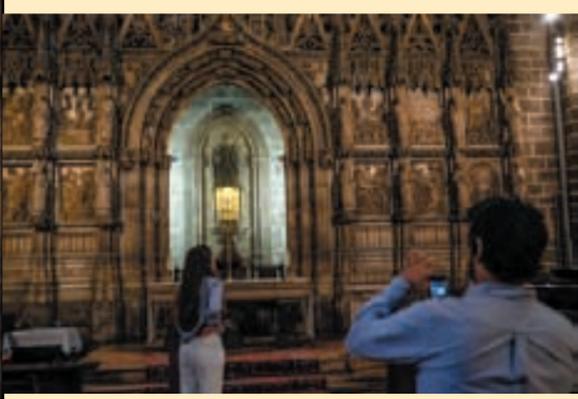
VIAJEN DONDE VIAJEN, TUS CLIENTES SIEMPRE ESTARÁN BIEN PROTEGIDOS

En RACE siempre encontrarás el seguro de viaje ideal para cada cliente, sea cual sea su destino. Y para ti siempre las mejores comisiones y muchas más ventajas.

Entra en <http://turismo.race.es> y descúbrela.

Miembro afiliado:
ceav





VALENCIA, ciudad de la seda

Valencia, que desde el siglo XV fue una gran potencia gracias al comercio de este tejido, es este año “punto focal” del programa de la Ruta de la Seda de la UNESCO y como tal albergará en junio la segunda Conferencia Internacional, tras el primer encuentro celebrado el pasado año en Xi'an (China).

Un congreso científico organizado por la Universidad de Valencia y una exposición de miniaturas históricas en el Museo L'iber, serán otras actividades previstas para celebrar la capitalidad de la seda en la ciudad de Valencia.

En mayo, el Colegio de la Seda reabrirá sus puertas como Museo de la Seda de Valencia. Será el mejor lugar para descubrir el arte de la seda, gracias al amplio patrimonio conservado, bocetos, cartonajes, espolines y telares, que permitirán ver en directo cómo se fabricaba la seda en un antiguo telar, reproduciendo el modo de trabajar del siglo XVIII.

El barrio de Velluters, el edificio de la Lonja (patrimonio de la Humanidad por la UNESCO) y la industria existente

alrededor de la confección de la indumentaria fallera, son los testigos de hoy en día de la importancia que el comercio de la seda tuvo en la ciudad de Valencia.

L'OCEANOGRÀFIC REABRE SUS PUERTAS CON NOVEDADES

L'Oceanogràfic ha reabierto sus puertas tras una remodelación de sus instalaciones. Dos de las principales novedades son el hábitat para los cocodrilos y un mariposario donde pueden observarse numerosas especies en sus distintas fases de desarrollo. Además, se han ampliado y renovado otras zonas del parque, como la de las tortugas Aldabra para que puedan ser contempladas todo el año; la isla de los leones marinos

de la Patagonia para ver a las madres con sus crías o el hábitat del Antártico, que acogerá a nuevos pingüinos rey.

Un nuevo acuario cilíndrico con tiburones martillo da ahora la bienvenida a los visitantes en el edificio de acceso, mientras que en la zona de los Mares templados y tropicales se ha instalado uno especial para los peces payaso, tan reclamados por los niños.

Además se han instalado un árbol artificial de 12 metros de altura para los pájaros y una pantalla gigante de 60m² en el delfinario, se proyectará la aurora boreal sobre la cúpula de la zona del Ártico y se ha construido un nuevo lago vivo que servirá de parada para las aves migratorias a su paso por la ciudad.

PRIMER AÑO JUBILAR DEL SANTO CÁLIZ

La Capilla del Santo Cáliz de la Catedral de Valencia guarda una de las reliquias más admiradas y aclamadas por la Iglesia Católica: el Santo Grial. Este año, el Papa Francisco ha concedido a Valencia la celebración del primer Año Santo Jubilar, que se repetirá cada cinco años. Valencia acogerá a todos aquellos peregrinos que deseen obtener la indulgencia plenaria en los cuatro templos jubilares de la capital valenciana que la concederán: Catedral de Valencia, Basílica de Nuestra Señora de los Desamparados, Párrquia Resurrección del Señor e Iglesia de San Nicolás. Además, la Catedral celebrará una Misa del Peregrino, de lunes a viernes a las 18:00 h. y los fines de semana y festivos, a las 12:00 h.

NUEVO BEACH CLUB EN LA MARINA DE VALENCIA

La Marina Real Juan Carlos I cuenta ya con una nueva oferta de ocio, una terraza con privilegiadas vistas al Mediterráneo al estilo de los de Ibiza o Marbella. Junto a la dársena, el recién abierto club de playa cuenta con una zona “chill out” con tumbonas y chiringuito sobre la arena, que comunica con una piscina elevada y la zona para degustar cócteles o refrescos y platos sencillos de la cocina internacional. La carta ofrecerá desde hamburguesas a bocadillos y contará también con un restaurante y zona para celebrar eventos.

RESTAURACIÓN DE LOS FRESCOS DE LA IGLESIA DE SAN NICOLÁS

Tras tres años de rehabilitación, la Iglesia de San Nicolás de Bari y San Pedro Mártir ha dejado a la luz la “capilla sixtina” valenciana, desconocida para muchos hasta ahora. Cerca de 2.000 metros cuadrados de pinturas realizadas por Dionisio Vidal, discípulo de Antonio Palomino, que han recuperado todo su colorido y esplendor gracias al trabajo realizado por la Universitat Politècnica de Valencia y el Arzobispado de la ciudad, con la colaboración de la Fundación Hortensia Herrero. La intervención arquitectónica y

VALENCIA



pictórico-ornamental realizada ha sido, tanto por la magnitud de la obra como por las técnicas empleadas, la más importante realizada hasta la fecha a nivel internacional, siendo incluso la superficie pictórica restaurada más grande (1.904 metros cuadrados) que la llevada a cabo en la Capilla Sixtina (800 metros cuadrados).

SIN TRÁFICO EN EL CENTRO

El último domingo de cada mes el corazón de Valencia se corta al tráfico para peatonalizar la Plaza del

Ayuntamiento. El objetivo es ganar un lugar de encuentro ciudadano con iniciativas sociales, culturales y lúdicas, como conciertos, representaciones artísticas o iniciativas relacionadas con la ecología y la sostenibilidad medioambiental.

Los alrededores de la Lonja de la Seda y el Mercado Central han estrenado también en 2016 una restricción al tráfico todos los días que convierten a estas calles del centro histórico en una nueva zona de paseo relajada para descubrir tranquilamente el patrimonio artístico de la ciudad.

RUTA DEL VINO, AHORA EN BUS DESDE EL CENTRO DE VALENCIA

Todos los sábados, a las 09:00 h., sale desde la calle Xàtiva, en el centro de Valencia, el Vinobus. Se trata de un autobús que te conducirá por la ruta del vino valenciano y que incluye la visita y cata en una de las bodegas de la denominación de origen de Utiel-Requena, un tour cultural y una comida típica de la zona.

La ruta del vino cuesta 39 € para los adultos y 29 € para los niños. El Vinobus regresa a Valencia a las 17:00 h. y puede reservarse en las oficinas de turismo o en www.visitvalencia.com



UN CINCO ESTRELLAS CON LA MEJOR UBICACIÓN

SH VALENCIA PALACE
URBAN + SPA
Valencia

Te invitamos a conocer el SH Valencia Palace, un hotel pensado para que lo disfrutes.

En pleno centro cultural de la ciudad, entre el prestigioso Palau de la Música y la Ciudad de las Artes y las Ciencias, muy cerca de la increíble playa de Valencia.

Puedes aprovechar tu estancia para relajarte en el Wellness Center y dejarte cuidar con nuestros tratamientos especiales o circuitos termales o disfrutar del ambiente de la "Terracita del Palace".

Te ofrecemos, además, salones perfectamente equipados para la celebración de todo tipo de eventos.

Una increíble oferta de servicios junto al Mediterráneo.

Paseo Alameda, 32
46023 Valencia Tel: 963 37 50 37

Información y reservas 902 45 30 15
www.sh-hoteles.com



Más información
Oficinas de Turismo
www.visitvalencia.com

La comercialización de los viajes y los nuevos hábitos de consumo

Somos conscientes del cambio tan rotundo que el universo digital ha provocado a la hora de comercializar y reservar viajes. El modelo de distribución, tradicionalmente basado en la intermediación, se amplía de tal manera que el usuario se encuentra ante una infinidad de posibilidades para buscar en el entorno online.

Contamos con la existencia de un nuevo perfil de viajero: el turista digital y social. Personas ultraconectadas, con una gran cantidad de información incluso antes de saber dónde quieren viajar, que comparan precios y opiniones en diferentes webs antes de tomar una decisión y por supuesto, que manejan varios dispositivos según el momento del día en el que se conecten.

Es evidente que los hábitos de consumo varían año tras año y se inclinan hacia una mayor adopción de nuevas tecnologías y dispositivos 'Mobile'. El reto para el sector turístico es saber adaptarse a tiempo.

España es uno de los países de Europa que lidera el ranking en utilización del smartphone. Actualmente el 89% de los españoles mayores de 13 años posee un teléfono móvil inteligente, lo que supone una penetración del 118,2%. (Informe ditrendia: Mobile en España y en el Mundo 2015)

Sin embargo, los españoles seguimos rezagados a la hora de comprar a través del móvil, de hecho, se realizan más ventas empleando tablets que a través del smartphone. Si analizamos el sector turístico concretamente, un 84%



de los usuarios reserva por medio del ordenador (desktop o laptop), un 9% a través de tablet y solo un 7% con ayuda del smartphone. (Datos del 6º Barómetro de Kayak de Viajes online).

Pero antes de dar al clic de "reservar viaje" cabe destacar la gran labor de búsqueda que se realiza previamente. La mayoría de los internautas buscan en al menos 5 webs diferentes; de entre las primeras páginas que se consultan los comparadores de viaje están por delante de los motores de búsqueda y después de éstos, las agencias de viaje, las webs de opiniones, los blogs de viajes y las redes sociales, éstas últimas sobre todo se utilizan para buscar inspiración.



A la hora de efectuar la reserva en el sector aéreo prevalecen los comparadores antes que las agencias de viajes, y éstas antes que la web oficial de la aerolínea pero no con mucha diferencia entre ellos.

En el caso de la reserva de hoteles las agencias de viaje online son las que se llevan la mejor parte. Tras ellas, se suele recurrir a comparadores y en último caso a la propia web del hotel.

La valoración del hotel es uno de los puntos que se tienen en mayor consideración a la hora de decidirse por él: Un 87% de los encuestados afirmaron que los comentarios les permiten inclinarse hacia una opción u otra. En el lado opuesto un 8% le da poca importancia y un 5% ni siquiera lee los comentarios.



LA IMPORTANCIA DE LA REPUTACIÓN ONLINE - BRANDING

¿Qué valoran más los usuarios a la hora de reservar? ¿Se fijan más en el precio o en la confianza que les transmite la marca?

Desde luego que las condiciones económicas influyen pero en el caso de que exista una guerra de precios, los únicos que tendrán una posición ventajosa serán aquellos que hayan cuidado su imagen de marca y que posean una buena reputación online.

La reputación online no solo se basa en los comentarios y valoraciones vertidos en las redes sociales. También se tiene en consideración la página web, si tiene un buen diseño, si carga rápidamente, si es fácil de navegar y tiene información relevante de lo que se está buscando, el posicionamiento que tenga, el material audiovisual que encuentre... son muchos los factores que crean una reputación online positiva y que por tanto, generan valor en la imagen de marca. Al final, todo comunica y todo influye en la toma de decisiones.

Para conseguir una buena reputación es necesario crear una estrategia definida, tanto en el entorno online como en el offline y tener claro los objetivos. Es algo en lo que hay que invertir, aunque no tengamos cifras exactas del ROI, y es que, todos sabemos que el branding es un intangible difícil de medir.

Ahora más que nunca las empresas turísticas escuchan al viajero digital, mucho más experimentado, más exigente, cazador de experiencias. Las redes sociales son un punto de encuentro donde obtener información directa de otros

viajeros, con sus mismas inquietudes y sus mismas expectativas. A su vez, genera 'engagement' con las empresas, y éstas deben proyectar confianza y compromiso.



La industria turística debe de sumarse al movimiento digital, la inversión en tecnología es una pieza clave para seguir manteniéndose vivos y para seguir adaptándose a los cambios del mercado. Desde Travel Loop ayudamos a las empresas de turismo a sacar el máximo rendimiento de sus recursos gracias a nuestras herramientas tecnológicas.

Otro movimiento que tenemos que seguir muy cerca son las economías colaborativas. Esta nueva forma de entender las relaciones y de hacer negocios es otro de los retos a los que habrá que hacer frente, al que habrá que adaptarse y que demuestra que el sector turístico está en continua evolución.



Próximo evento **2016**

MAYO **TRAVEL NIGHT EN MADRID**
Jueves DIA 05 a las 19.00 horas



Por tercer año consecutivo CEAV organizará su **WORKSHOP en MADRID** el próximo día 05 de mayo, tal y como te hemos adelantado. Para tal ocasión queremos darte la oportunidad de presentar tus **NOVEDADES** para la temporada estival y mejorar tu visibilidad de marca entre las principales agencias del sector.

En esta edición los tres ejes del evento van a ser: **dinamismo- networking- comunicación.**

El principal elemento dinamizador de este año será vuestra **participación en el Elevator Pitch**, breve presentación de 45 segundos, en el que podréis presentar vuestras novedades, aquel rasgo diferencial de vuestra empresa, mensaje o propuesta que queráis comunicar a los asistentes. Para las entrevistas "face to face" también hemos dibujado un nuevo escenario más "informal" con mesas altas.

Todo ello en el marco del magnífico HOTEL NH COLLECTION EUROBUILDING (Salón Florencia con acceso a terraza) que nos ofrecerá un cóctel cuidadosamente pensado para nuestra cita: FEEL THE PLACE

Confiamos en que todas estas novedades faciliten el networking, creen sinergias e incrementen futuras oportunidades de negocio entre todos los participantes.

Confiamos en que todas estas novedades faciliten el networking, creen sinergias e incrementen futuras oportunidades de negocio entre todos los participantes.



TENLO TODO

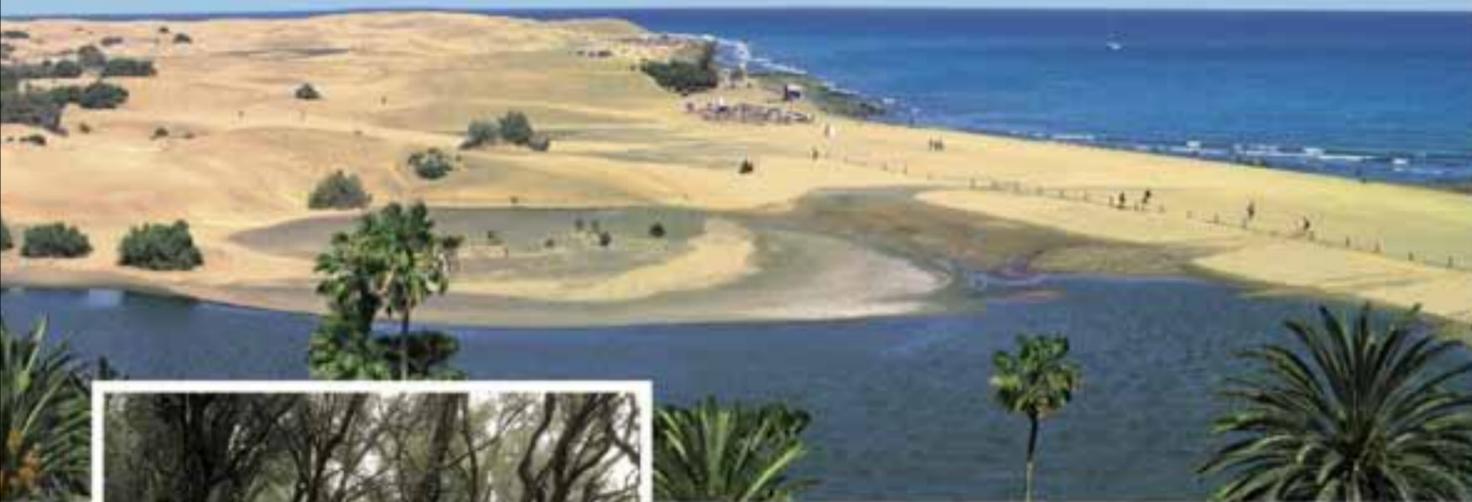
con
FRED. OLSEN

CALIDAD | VELOCIDAD | FRECUENCIA



GranCanaria

La Escapada Perfecta



Los 365 días del año a una temperatura media de 24 grados, una naturaleza peculiar y casi la mitad de su territorio, declarado Reserva de la Biosfera, son los grandes y principales lujos que ofrece la isla de Gran Canaria a sus visitantes. Además, una población cosmopolita, acogedora y amable hace que este destino, con una oferta hotelera de cinco estrellas, actos culturales de carácter internacional como su Festival de Música o su temporada de ópera y la posibilidad de practicar actividades al aire libre durante todo el año, su amplia oferta de resorts de golf y spas de gran calidad, la convierten un verdadero lujo para todos aquellos que la eligen para disfrutar de una escapada.

Uno de los ejemplos más clarificadores de este alto nivel en la isla fue la elección de Gran Canaria como mejor destino de golf de Europa por la Asociación Internacional de Turoperadores de Golf. La moderna infraestructura que ofrece la isla, con ocho campos, y el hecho de que Gran Canaria



grancanaria. Se pueden encontrar las firmas más exclusivas de todo tipo de productos: perfumería, joyería, diseñadores propios que están triunfando en las pasarelas internacionales, bajo la marca de Gran Canaria, Moda Cálida, grandes almacenes, toda una oferta llena de variedad, de glamour y lujo.

La recomendación es clara: disfrute de un clima único en Europa, de una Naturaleza que está a su disposición los 365 días del año, y en un medio ambiente cuidado y que ofrece peculiaridades y singularidades que casi le obligarán a repetir. La hospitalidad de sus habitantes y el azul del Atlántico le darán el empujón definitivo.

ha sido pionera en España en el golf, al contar ya desde 1957 con el primer campo del país, situado en Bandama. Los primeros socios del club decano de España (hoy Real Club de Golf de Las Palmas) pertenecían a la colonia inglesa en Gran Canaria, lo que supone una muestra de la importante influencia británica en los orígenes del turismo en la isla.

Gran Canaria supone un paraíso para aquellos que huyen de la rutina y el estrés. En la isla encontrarán un clima favorable para la salud, playas de arena dorada en las que dar largos paseos y aguas ricas en minerales y propiedades curativas para la salud, lo que otorga a la isla un plus de lujo y exclusividad a la isla de Gran Canaria.

Sus tratamientos con productos propios de la tierra, como el Aloe Vera complementan la rica y variada oferta de servicios. Gran Canaria es el lugar ideal donde relajarte y mimarte.



Para más info: www.grancanaria.com

Finalmente, es importante resaltar la oferta cultural y el shopping para la escapada perfecta.

Gran Canaria abre siempre el año con un Festival Internacional de Música de Canarias que trae a la isla conciertos de las mejores orquestas del mundo, con abonos y reservas que se hacen desde el año anterior y que permite a los turistas, que mayoritariamente visitan este destino durante los meses de invierno, disfrutar de un espectáculo que no tiene nada que envidiar a ciudades europeas como París o Berlín. Asimismo, infraestructuras como el Auditorio Alfredo Kraus de Las Palmas de Gran Canaria, donde se celebra este Festival de Música, o el recién remodelado Teatro Pérez Galdós, permiten la exhibición de grandes espectáculos.

Las compras son el complemento perfecto a este listado de actividades para cualquier escapada. Compras sin IVA en una variada oferta tanto en la zona Sur como en la capital





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 · **AAVFGL:** 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 · **UACV:** Unión de Agencias de Viajes Emisoras y Receptivas de la Comunidad Valenciana · **UNAV:** Unión de Agencias de Viajes



Cantabria, tres, dos, uno... acción!

Eduardo García - Director General de Santander Viajes -
Presidente AAVOT (Asociación de Agencias de Viaje de Cantabria)
- Secretario de CEAV

Me cuentan que Barcelona tuvo un antes y un después tras la película que rodó en la ciudad condal el director Woody Allen. Para bien, auguro que eso mismo ocurrirá con Cantabria tras la película protagonizada por Antonio Banderas, 'ALTAMIRA'. Y es que mi 'tierra infinita' ha sido el escenario elegido para acoger el rodaje de este largometraje que narra la historia del descubridor de las famosas cuevas de Altamira (1879), Marcelino Sanz de Sautuola, bisabuelo del eterno Emilio Botín (Banco Santander). Si se confirma lo que nuestro Presidente, Miguel Ángel Revilla, anunció en la Feria Internacional de Turismo (Fitur), el actor malagueño vendrá a Santander al estreno de la cinta en la segunda quincena del mes de abril de este año.

Sin lugar a dudas, 'ALTAMIRA' promete ser una de las películas del año. La cinta, participada por Televisión Española (TVE), está dirigida por Hugh Hudsony en su reparto destacan, además de Banderas, Golshifteh Farahani, Nicholas Farrell, Henry Goodman, Pierre Niney, Clément Sibony, Tristán Ulloa, Irene Escolar, Rupert Everett y la pequeña Allegra Allen. La distribuye la Fox, es una producción hispano-francesa, se rodó en inglés y la música es de Mark Knopler.

Santillana del Mar, los acantilados y praderas de Alfoz de Lloredo, Comillas, Castro Urdiales y Santander han sido algunos de los escenarios de la película que llevará a Cantabria a las pantallas de cine de medio mundo.

¿De qué va? Año 1879. Entre las verdes colinas y los picos rocosos de la costa de Santander, María Sautuola (Allegra Allen), una niña de 9 años, y su padre, Marcelino (Antonio Banderas), descubren algo extraordinario que cambiará la historia de la humanidad para siempre: las primeras pinturas prehistóricas encontradas hasta entonces. Pero la madre de María (Golshifteh Farahani) no es la única perturbada por este descubrimiento. La iglesia Católica considera que la afirmación de que las pinturas sean obra de prehistóricos "salvajes" es un ataque a la verdad bíblica. Y, sorprendentemente, la comunidad científica también acusa de fraude a Marcelino y a su descubrimiento.

Pero 'ALTAMIRA' no es la única. Muchos otros rodajes han elegido la región de Cantabria como su gran escenario. Daniel Sánchez Arévalo rodó 'Gordos' en la península de La Magdalena, el Hospital Valdecilla o el camping de Cabo Mayor y su magnífica 'Primos' en Comillas.

Es precisamente Comillas el municipio donde más rodajes se realizan en Cantabria. Seguro que recordáis el 'Werther' de Pilar Miró, el 'Volver a Vivir' de Mario Camus o a Bo Derek galopando por la playa de Oyambre en 'Boleró'. La magia del cine ha transformado el Seminario Mayor en la Universidad de Harvard o el Palacio de Sobrellano en un internado inglés de señoritas. Tantos cineastas han rodado en la comarca que hay visitas guiadas por diez de las localizaciones más famosas del lugar.

En 1960 Laredo se convirtió en el puerto griego de Rodas de la película 'El Coloso de Rodas'. Más recientemente, la remodelada finca del Marqués de Santillana en Medio Cudeyo acogió el rodaje de 'Cuervos', que también tiene escenas en La Arnia, Liencres y Astillero y los 'Cronocrímenes' sucede en parajes de Noja, Saro, Isla y Esles. 'Seve' escogió como plató Pedreña y alrededores. En el Valle del Pas, se grabó 'La vida que te espera', y el oscarizado Alejandro Amenábar eligió el Palacio de los Hornillos, en las Fraguas, para las escenas más terroríficas de 'Los Otros'.

En cuanto a grabaciones de series destaca sin lugar a dudas 'Gran Hotel' rodada en el exterior del Palacio de la Magdalena de Santander. Desde que comenzó la emisión de la serie, el edificio ha triplicado sus visitas. En los dos primeros meses en los que la serie estuvo en pantalla, se recibieron a 6.000 visitantes haciendo posible un altísimo incremento.

Estos datos que he podido comprobar personalmente confirman mi teoría de que Cantabria tendrá un antes y un después tras el estreno de ALTAMIRA. Y es que la relación entre turismo y cine es más estrecha de lo que podemos imaginar a simple vista. Cuando hablamos de turismo cinematográfico nos referimos

¿QUÉ OPINAS?

a los viajes que siguen la ruta expuesta en una película, o la visita de las localizaciones que hemos visto tanto en pantalla grande como en televisión. Este tipo de viajes han demostrado su importancia creciente dentro del turismo mundial, aunque por el momento sigue siendo un mercado minoritario. Sin embargo no hay que limitarse a esta visión del turismo cinematográfico y ampliar el campo de miras. Además de los viajeros que tienen una motivación clara surgida de las películas, existen muchos otros que se acercan por primera vez a un destino a través de la pantalla. Se trata de personas que no buscan pasar sus vacaciones siguiendo los pasos de unos personajes, sino de espectadores que se sienten atraídos por un decorado que les llevará a interesarse por el destino. Descubrir un paisaje, una ciudad o un monumento a través de la pantalla de un cine o TV es cada día más habitual. Las imágenes que aparecen provocan reacciones de estímulo hasta condicionar conductas, crear hábitos y dirigir consumos.



© Manolo Pavón

MIEMBROS ADHERIDOS CEAV

CEAV crece

Porque la suma de los esfuerzos individuales es el Resultado del éxito colectivo, la confederación crece en número de colaboradores con sus miembros adheridos para los que ofrece:

VISIBILIDAD On line: sección de miembros adheridos en la web con logo linkeado a su home.

VISIBILIDAD Off line: institucional en todos los eventos organizados por la CEAV.

FITUR: Punto de Encuentro & Welcome FITUR para todas las agencias y miembros como punto de encuentro y saludo oficial.

WORKSHOPS: participación en los workshops de CEAV.

COMUNICACIÓN: gestión de envíos de las convocatorias o novedades a las agencias de viajes desde CEAV.

ORGANIZACIÓN: formaciones y presentaciones personalizadas a medida para cada miembro adherido que lo solicite. Condiciones a consultar.

MUNDO INEDITO: Espacio publicitario donde figuran los miembros adheridos en la revista Mundo Inédito y descuentos sobre las tarifas oficiales de publicidad de la revista.

APOYO institucional de la Confederación y Marca. Asesoramiento sobre cuestiones específicas de ámbito turístico.

CALIDAD: Ser miembro adherido de CEAV es sinónimo de calidad.



CANADÁ PARA TODOS



VUELOS DIRECTOS
desde Barcelona
a Montreal y Toronto

VUELOS DIRECTOS
desde Madrid y
Málaga a Montreal

VUELOS VÍA MONTREAL
desde Madrid
y Málaga a Toronto

VUELOS VÍA TORONTO
desde Barcelona
a Vancouver



Clase Económica



Clase Club

Para más información y reservas: airtransat@summerwind.es grupos@summerwind.es T. 902 570 612

MEDITERRANEO OCCIDENTAL

El Mediterráneo Occidental con el Star Flyer
A toda vela por la Costa Azul,
Córcega, la Riviera italiana y
Montecarlo

Texto y fotografías: Román Hereter

Con una eslora de 115, metros, una manga de 15, un calado de 6,5, cuatro mástiles y 3365 metros de velamen, el Star Flyer permite disfrutar a un máximo de 170 pasajeros y una tripulación de 74 del placer de viajar a toda vela por los mares del planeta. Mundo Inédito ha tenido la oportunidad de realizar un crucero por algunos de los puertos más exclusivos de Francia e Italia a bordo de este velero que rememora los viajes de los míticos clippers.

En la doble página anterior, vista general de Portofino, sin duda uno de los pueblos más bonitos del Mediterráneo

El Star Flyer y su gemelo el Star Clipper fueron contruidos en Gante, Bélgica, en 1991 y 1992, y constituyen recreaciones modernas y de alta tecnología de los clásicos veleros que dominaban los océanos del mundo en el siglo XIX. Ambos veleros fueron los primeros clippers en conseguir el certificado de mayor calidad por Lloyd's Register of Shipping desde 1911. Estos bergantines constituyen la realización de un sueño de toda la vida del empresario y experto en barcos sueco, Mikael Krafft, que ha conseguido que los clippers sean, nuevamente rentables desde un punto de vista comercial, 100 años después de su desaparición, recreando así la "edad de oro de la vela".

Bajo estas líneas, varios aspectos del Star Flyer como la piscina, un miembro de la tripulación, el segundo de abordo en el puente de mando y un ejemplo de la gastronomía en el restaurante

Ahora que se están prodigando las botaduras de buques de crucero que sobrepasan los 5000 o 6.000 mil pasajeros, hay quién todavía mantiene que la práctica de este tipo de vacaciones no tiene por qué estar reñida con la exclusividad y el placer de navegar. Este sueco nacido en Estocolmo, vivió la navegación desde la infancia y se hizo rico construyendo barcos. Un buen día, cuando estaba a bordo del Gloria, su yate privado, pensó que debía compartir el placer de la navegación a vela con

alguien más que los reyes de Suecia o sus amigos aristócratas. De este pensamiento surgió primero el Star Flyer, después el Star Clipper, y en el año 2000 el Royal Clipper, que con sus cinco mástiles tiene el Record Guinness como el barco de aparejo cuadrado de mayor tamaño del mundo.

Los Clippers y la velocidad a vela

Los clippers se denominaban así por que cortaban las olas, eran veleros pequeños, ligeros y muy veloces. Su velocidad de hasta 20 nudos, contribuía enormemente a los beneficios de las empresas comerciales de sus propietarios durante los prósperos años de intercambios comerciales del siglo XIX, lo que se conoce como "la edad dorada de la vela". Los pasajeros eran trasladados desde Londres hasta el Lejano Oriente y Australia, a través del Cabo de Hornos, y las naves volvían cargadas con especias, sedas y té desde la India y China, o lana y grano de Australia. El más famoso de los antiguos clippers era el Cutty Shark, ahora atracado en Greenwich, cerca de Londres.

Esta gran era marítima llegó gradualmente a su fin con la llegada del vapor y la apertura del Canal de Suez en 1869. Aunque los veleros eran más rápidos que los primeros barcos de vapor, dependían del viento, mientras que los barcos de vapor tenían su propia fuente de energía. También habían sido utilizados para transportar el oro descubierto en California a partir de 1848. Con un casco estudiado cuidadosamente para ofrecer la mínima resistencia al agua y un generoso velamen sostenido por tres, cuatro o hasta cinco mástiles, desaparecieron a principios del siglo XIX, hasta la botadura del Star Flyer en mayo del 91 en Bélgica.

Las carreras del té, y el oro y la lana de Australia

La historia de los viejos clippers está ligada como ninguna otra a las carreras del té procedente de China. Cuando transcurría el año de 1853, allí se encontraban la mayoría de los puertos donde se cargaba el té con destino a Inglaterra. Llegar a estos puertos para conseguir el cargamento con destino a Londres no era nada fácil, ya que, aparte de la piratería existente en esos años, había que añadir las dificultades propias de los grandes ríos navegables, como el de poder acceder al puerto de Fuchou en el tortuoso río Min. En algunos tramos las corrientes podían arrastrar a los veleros hacia los bancos de arena, o contra sus orillas rocosas, con una facilidad pasmosa. Se trataba de una navegación llena de incertidumbres y se precisaban muy buenos prácticos siendo la mayoría de ellos ingleses expatriados que habían cambiado la vida de la rígida Inglaterra por otra oriental más interesante y llena de aventuras.

En el año de 1860, Fuchou había sustituido a Cantón como el mayor puerto exportador de té, por



MEDITERRANEO OCCIDENTAL

En la página de la derecha el velero en las Bocas de Bonifacio, Córcega

ser el más cercano a la provincia de Fikien, donde se recolectaba en los meses de mayo y junio, dos meses antes que en cualquier otro lugar de China, con el consiguiente adelanto también a los monzones del sudoeste que castigan el mar de la China durante los meses de julio y agosto.

Había pocos puertos tan pintorescos como el fondeadero de las Pagodas en Fuchou, donde a veces se juntaban docenas de clippers esperando llenar sus bodegas de té, que llegaba en los sampanes río abajo, desde las plantaciones que estaban alineadas en las riberas del río Min, a unas cien millas de longitud. Los culis estibaban las cajas del té en los veleros con destino a Londres en una carga efectuada a un ritmo intenso durante dos o tres días, bajo la vigilancia de los marineros de los clippers.

Hubo varias carreras en el transcurso de los años por llegar el primero a Londres desde China al río Támesis, pero la más importante de ellas fue la que se efectuó en 1866 cuando llegaron a juntarse 16 clippers en el río, fondeados en espera de cargar y poder competir por el premio de diez chelines por tonelada para el ganador que fuera el primero en descargar el té en Londres, otorgado por los comerciantes del ramo para la llamada Great Race. De los 16 veleros, había cinco que eran las grandes estrellas en estas navegaciones por su pericia y buen navegar en las singladuras desde China a Europa: el Serica, el Taeping, el Fiery Cross, el Taitsing y el Ariel.

Tras una espectacular carrera, los cinco que habían zarpado casi al unísono de Fuchou, descargaron en Londres la cantidad de 5.241.202 libras de té fresco en dos días, a los que se sumaron el resto de las otras naves con unas cantidades que superaron los once millones de libras de té. Los precios bajaron rápidamente, lo que dio lugar a que al año siguiente se suspendiera el premio

por la recompensa de llegar el primero.

Esta efemérides del año de 1866 pasó a la historia como la competición más importante en la Gran Carrera del Té de la China, por ser la más competitiva, pasando a la inmortalidad sus capitanes como los mejores navegantes de estos buques. Comparados con sus predecesores americanos, los clippers ingleses eran más pequeños, de aproximadamente unas 1.000 toneladas menos, mientras que los americanos eran de 2.000 toneladas; y en cuanto a velocidad nunca los barcos ingleses alcanzaron los 22 nudos del clipper americano Sovereign of the Seas, que en sus rutas por el Pacífico era considerado como el más veloz de su tiempo.

En el caso de Australia, los clippers iban a Sidney a través del Cabo de Buena Esperanza a buscar oro, lana y grano. La travesía del Cutty Sark a Sidney fue de 72 días desde Inglaterra y 84 días para el regreso, que se hacía por el Cabo de Hornos. Hoy en día las singladuras son mucho más tranquilas y relajadas, pero la exclusividad del itinerario salta ya a la vista desde el puerto de embarque: Cannes.

Nuestro recorrido Mediterráneo

La costa, con su célebre Boulevard de la Croisette, constituye, con sus palmeras, hoteles y tiendas de lujo, una de sus más importantes atracciones turísticas. El despegue de la localidad como polo de atracción se inició cuando Henry Brougham, primer barón Brougham y Vaux, compró la tierra en Croix des Gardes, construyendo la villa Eleonore-Louise. Su trabajo para mejorar las condiciones de vida atrajo a la aristocracia inglesa, quien también construyó diversas residencias de invierno. A finales del siglo XIX, se concluyeron las rutas ferroviarias, llegando los tranvías a Cannes y se llevaron a



El Star Flyer con todas las velas desplegadas

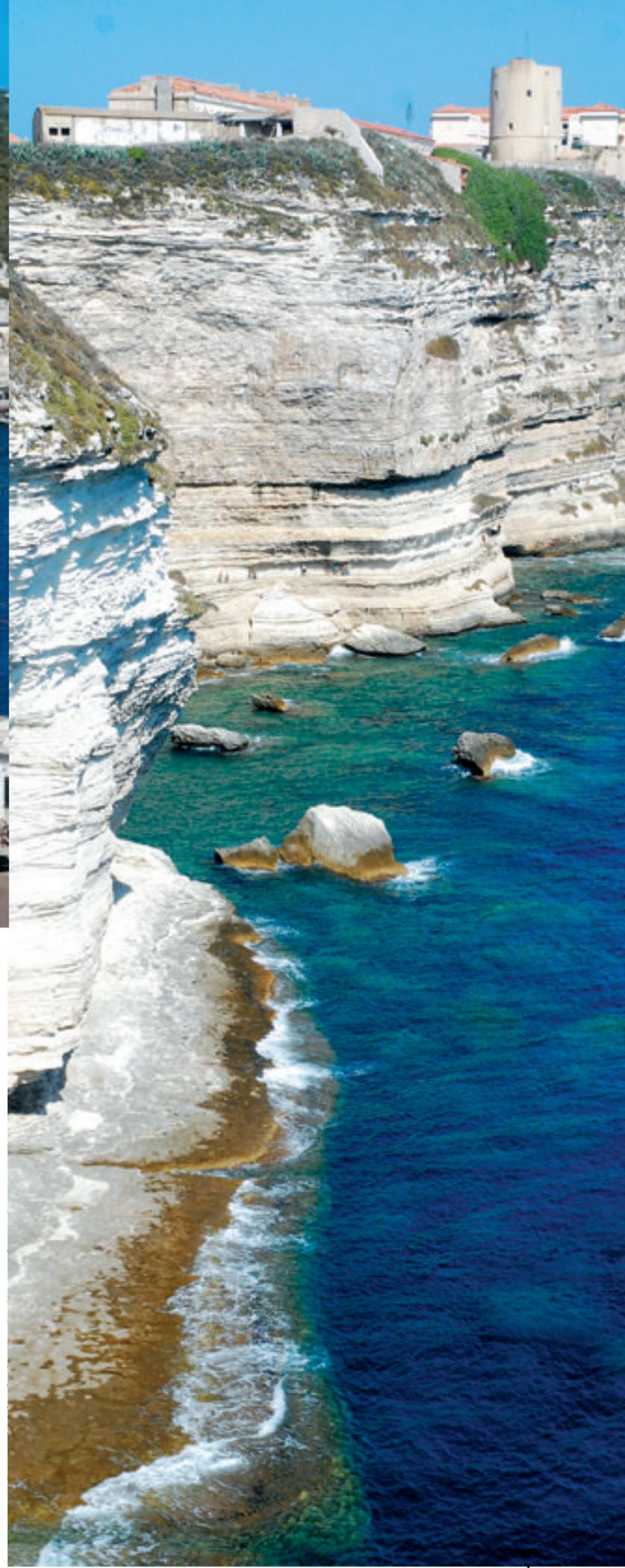


tinamente renombre y fama internacional.

Tras una noche de navegación para cubrir las 100 millas marinas que separan la Costa Azul de la isla de Córcega, llegamos a Calvi, una pequeña población de casi 5.000 habitantes. Toda la isla ofrece un paisaje salvaje de costas recortadas, torrentes, lagos, olivos, viñedos y cipreses, que se alternan con ruinas griegas y romanas, restos prehistóricos y ciudades cargadas de historia medieval.

Calvi estuvo bajo dominio cartaginés incorporándose más tarde a la República Romana, desarrollándose gracias a las rutas comerciales ya que su bahía servía como puerto de abrigo comercial a la vez que de base militar para la Marina de guerra del Imperio romano. En 1794, durante un ataque a la ciudad, el almirante británico Nelson recibió un disparo en la cara, lo que le costó la pérdida de la visión de su ojo derecho.

Tras la mañana en una de las playas de la isla, el Star Flyer dirigió su popa hacia Bonifacio, una de las localidades más antiguas de Córcega y uno de los enclaves más pintorescos de la isla y de la costa mediterránea en general. Con casi cuatro mil habitantes, se halla situada en una pequeña





cuya costa nororiental se extiende la famosa Costa Esmeralda.

Napoleón y la isla de Elba

Uno de los puntos más atractivos del trayecto es, sin duda, la isla de Elba, algo apartada de los itinerarios convencionales. Portoferraio es la localidad más grande de la isla y el segundo municipio más extenso. Aquí estuvo exiliado Napoleón Bonaparte antes de su regreso a Francia y su definitiva

derrota en la batalla de Waterloo de la que en el pasado mes de junio se celebró el 200 aniversario.

Portoferraio fue fundada por Cosme I de Médicis, Gran Duque de la Toscana, en 1548 con el nombre de Cosmopoli para equilibrar la presencia española en Porto Azzurro, al otro lado de la isla. La ciudad tuvo tres fuertes: Forte Stella, Forte Falcone y Forte Inglese y una enorme muralla, y permaneció unida al Ducado de Toscana hasta el siglo XVIII cuando, debido a su valor estratégico, fue disputada por Francia, Inglaterra y Austria. En 1814 llegó Napoleón donde fue recluido durante su primer exilio.

El Tratado de Fontainebleau lo había enviado hasta esta isla mediterránea situada frente a la costa toscana, otorgándole su dominio como una forma de tranquilizarlo y manteniendo su título de emperador de modo vitalicio. Durante sus 300 días en la isla puso en marcha una serie de reformas y mejoras de infraestructura, viviendo primero en un apartamento del primer piso del ayuntamiento de Portoferraio, antes de asentarse en la Villa dei Mulini, con magníficas vistas al puerto y a la entrada de la ciudad.

Sin embargo, la más grande y extravagante residencia de Napoleón en la isla, fue la Villa San Martino, ubicada en las montañas por encima de Portoferraio. Actualmente, ambas villas acogen museos napoleónicos. Tras escapar de Elba en febrero de 1815, Napoleón regresó a Francia, retomó el poder y lanzó otra ofensiva militar pero fue derrotado de nuevo en Waterloo y esta vez sería enviado a un lugar del cual ya no podría regresar: Santa Helena, una remota y pequeña isla británica en medio del Atlántico situada a 1870 km de la costa africana, donde pasaría el resto de sus días, dotado de un escaso grupo de seguidores y constantemente en desacuerdo con el trato que recibía de manos de sus carceleros británicos, que le



En esta página, vista general de Portoferraio, en la isla de Elba. Sobre estas líneas Villa en la que estuvo residiendo Napoleón Bonaparte. En la página de la derecha imágenes de Calvi, en Córcega

península rodeada de acantilados. Su fortaleza milenaria, sus monumentos históricos, sus casas bajas y calles estrechas y empedradas se ubican a 60 metros sobre el nivel del mar y se asoman a la costa como miradores privilegiados mientras que su largo y protegido puerto, asegura la calma a las embarcaciones. La entrada del Star Flyer constituye un acontecimiento, como en la mayoría de los puertos del itinerario, pero cualquier otro buque de crucero no podría entrar en él. Al sur de la población, el estrecho de las Bocas de Bonifacio separa Córcega de la isla italiana de Cerdeña, en



Vista general del puerto de Mónaco, repleto de yates de lujo.

tiveille, está construido en su mayor parte sobre el terreno sustraído al mar.

La vida a bordo

Tanto el Star Flyer como los otros dos barcos de la compañía navegan a vela siempre que es posible, pero pueden usar el motor si no hay viento suficiente, los que les permite cumplir sus itinerarios y los horarios anunciados. Los pasajeros pueden ayudar a la tripulación a izar las velas siempre que quieran, aunque no están obligados a hacerlo. Tanto los capitanes como la tripulación son experimentados marineros, entrenados tanto en la moderna tecnología que se encuentra en los veleros de la compañía, como en los tradicionales métodos de antaño probados durante generaciones. Algunos cabestrantes son eléctricos, pero también son muy comunes y utilizados los cabestrantes tradicionales y no se izan las velas por ordenador.

Los buques están estabilizados y hay diversos tipos de cabinas en cada barco, la mayoría de entre 12 y 14 metros cuadrados que cuentan con cama doble, o dos individuales, TV, espacio de sobra para equipaje y baño con ducha y secador. Las más lujosas tienen bañera de hidromasaje, acceso directo a la cubierta y un mini bar complementario.

La vida en estos barcos es completamente casual y los cruceristas pueden comer y cenar cuando deseen, con quien deseen, sin turnos, lo que sin duda representa una ventaja muy significativa. Durante las horas de navegación, el Capitán habla con los pasajeros sobre temas relacionados con la navegación, en una reunión informal en cubierta, sobre el viento, los veleros, o las estrellas, a la vez que la tripulación ofrece clases sobre los diferentes nudos, la oportunidad de izar las velas y, si el tiempo lo permite, escalar por el mástil hasta la cofa de vigía. Cada barco dispone de librería, masajes, tratamientos de belleza y suficiente espacio en cubierta para tomar el sol y observar a la tripulación realizar su trabajo cotidiano. Cada barco tiene una política de apertura del Puente de Mando y los huéspedes pueden ir cuando deseen y hablar con los oficiales y el Capitán, excepto cuando se están llevando a cabo maniobras complejas.

A partir del mes de mayo el Star Flyer realizará cruceros desde Cannes por la Costa Ligure y Córcega, incluyendo el Gran Premio de Fórmula 1 de Mónaco, y en junio se desplazará a Roma (Civitavecchia) para iniciar una serie de periplos por Amalfi, Sicilia y Malta hasta septiembre.

Realizar un crucero a toda vela por algunos de los pequeños puertos más exclusivos de nuestro Mediterráneo más próximo constituye una experiencia altamente recomendable.

vieron morir el 5 de mayo de 1821.

Volviendo a Elba y Portoferraio, esta ciudad creció rápidamente en el siglo XIX como consecuencia de la construcción de infraestructuras y de la explotación de minas de hierro, recibiendo por ello el nombre que en la actualidad ostenta. Tras la era napoleónica, Portoferraio volvió a pertenecer a Toscana para luego formar parte del Reino de Italia.

La Costa Ligure

La Liguria es una región italiana que limita con Francia y las regiones italianas del Piamonte, Emilia-Romaña y la Toscana, siendo su capital la ciudad de Génova. Extendida entre los Alpes, los Apeninos y el mar, se subdivide en la Riviera de Poniente y la de Levante y está plagada de pueblos pintorescos.

El más espectacular de todos es, sin duda, Portofino, situado en una bahía al pie del promontorio del mismo nombre y situado a 36 kilómetros de Génova. Según Plinio el Viejo, fue fundado durante el Imperio Romano con el nombre de Portus Delphini debido a la gran población de delfines del Golfo de Tigulio. La villa se cita también en un diploma del año 986 en la que se oficializa su donación a la vecina abadía benedictina de San Fruttuoso di Capodimonte, en el actual territorio comunal de Camogli. En el año 1171, Portofino fue subordinada al control administrativo junto a la antigua Santa Margherita de Ligure a la jurisdicción de Rapallo que incluyó a la villa en su territorio comunal.

Portofino constituye el rincón más bello de todo el viaje y al abandonarlo con destino a Mónaco todavía pudimos ver delfines saltando desde la cubierta de nuestro velero.

Mónaco y el casino de Montecarlo

Un ambiente de lujo entorna al paraíso del juego en Europa, que además constituye el hogar de una familia que centra la atención de las revistas del corazón y de muchos famosos que fijando aquí su residencia, eluden los impuestos de sus respectivos países. Un lugar donde corre el dinero en abundancia. Las cuatro partes en que se divide la ciudad son tan distintas como lo podrían ser las provincias de un gran estado. Mónaco Ville, situado sobre el promontorio de Le Rocher, es la más antigua y la que ha dado nombre a la ciudad. La zona de La Condamine abarca el puerto, el mercado y la estación.

Montecarlo, que hasta la mitad del siglo XIX no estaba edificado, paso a ser el punto de encuentro de la alta sociedad cuando se fundó la Société des Bains de Mer, que administraba los hoteles de lujo y el casino. El nuevo barrio de Fon-

El futuro es hoy y llega a las agencias de viajes y al turismo

Empresas que hagan videos 360° para ofrecer inmersión en la realidad virtual hay unas cuantas ya y más que surgirán desde este año 2016, ya que, según dicen los expertos, estamos ante uno de los impactos sociales de mayor aceptación, la realidad virtual. Pero un modelo de negocio tan enfocado a los puntos de ventas de viajes y a los proveedores mayoristas que los alimentan de productos, solo lo puede idear una entidad muy comprometida y con penetración y conocimiento del sector.

Empresas de marketing y comunicación especializadas en el mundo del turismo, como es la española Idealmedia, pueden acelerar un entendimiento que asegure que el sector comprenda el impacto que una herramienta como esta puede tener en cualquier plan estratégico de comunicación.

La realidad virtual y su hermana la realidad aumentada, revolucionarán varios ámbitos de nuestro día a día y uno de los más receptivos al cambio será la forma de elegir un viaje.

El presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, Rafael Gallego, ha comentado que la realidad virtual cambiará el mundo y como percibiremos la información. Y aunque no sustituirá nunca la sensación real de viajar, si al menos los elementos que usamos para escoger un viaje u otro.

La Sociedad de Agencias con realidad virtual que ha sido creada por la plataforma Idealmedia, lanza en estos días el proyecto para colocar durante este año 2016 la cantidad de 4.500 gafas de realidad virtual en el canal de distribución de agencias de viaje de España. Los agentes de viajes tendrán una herramienta de trabajo compuesta por productos de los touroperadores, cadenas hoteleras, compañías aéreas, destinos... que son con los que están trabajando diariamente.

Los clientes por otra parte, podrán elegir y ver, gracias a las gafas de realidad virtual, lo que van a comprar estando inmersos en el viaje y con una sensación real que les facilitará la elección definitiva de su destino u hotel, por ejemplo. Ningún folleto tradicional, aunque tenga bellísimas fotos en sus páginas, ni ningún video visto en un ordenador, podrá mostrar el producto de una manera tan real.

Solo las agencias de viajes que sean miembros de la Sociedad Española, recibirán las gafas especiales, podrán acceder a la hemeroteca de videos 360° y descargarse el producto que quieran ofrecer a sus clientes.

Las agencias de viajes tendrán una herramienta que mueva el flujo de clientes hacia sus puntos de ven-

ta y abrirles las puertas a un nuevo mundo con un gran argumento para recuperarles y atraerles a sus oficinas. Un elemento diferenciador que les permite competir de nuevo en un mercado que parecían tener perdido frente a las agencias online que venden exclusivamente por internet.



La Plataforma de Comunicación Idealmedia, miembro de una de las redes internacionales de agencias de marketing turístico más grandes del mundo, ha creado la Sociedad Española de Agencias de Viajes con Realidad Virtual. Un modelo exportable a otros mercados y por el que ya se han interesado en Europa.



+ Información:

<http://www.turvirtualtur.com/sociedad/>



Víctor Moneo, Director de Ventas España de Iberia

Director de Ventas España de Iberia, puesto que ocupa desde 2009, es licenciado en Ciencias Empresariales y Técnico en Empresas y Actividades Turísticas, además de contar con un Máster en dirección Comercial de ESADE y otro en Organización y Ventas de ESIC.

Previo a su puesto actual, fue director Comercial de Iberia Airport Services (2006-2009), jefe de Agencias y Turoperadores en Iberia (1997-2006) y subdirector de Ventas en Aviaco (1994-1997).

Antes del incorporarse al Grupo Iberia, ocupó diversos puestos en Turavia, Banestur y Viajes Marsans.

Entrevista a Víctor Moneo,
Director de Ventas España de Iberia

“Los planes que pusimos en marcha para superar la crisis, están dando sus frutos”

Parece que este 2016 Iberia vuelve a algunos de sus destinos tradicionales: Johannesburgo, Tokio, también Shanghái ¿Podemos decir que ya ha pasado el punto de inflexión de la compañía?

Con la reapertura de Johannesburgo y Puerto Rico hemos recuperado todos los destinos que tuvimos que cancelar con el proceso de reestructuración. Y además, como dices, damos un salto importante hacia una Iberia más global, al lanzar los vuelos con China y Japón. En definitiva, estamos viendo que los planes que puso en marcha la compañía para superar la crisis están dando sus frutos, aunque todos somos conscientes de que aún queda mucho por hacer para llegar donde queremos.

¿Qué retos afrontan en este año?

La apertura de Asia es una gran apuesta, pues son mercados difíciles, donde no tenemos experiencia ni los vínculos que sí existen con América Latina. Por lo tanto, lograr un lanzamiento exitoso es un reto en el que estamos trabajando muchas áreas de la compañía.

Por otro lado, como equipo comercial, seguimos trabajando en las iniciativas del Plan de Futuro que nos corresponden destinadas a mejorar los ingresos y a implantar nuevos e innovadores productos destinados a nuestros clientes, como las nuevas cabinas de largo radio o el modelo On Business para PYMES, entre otros.

También cumplen 70 años en las rutas con Latinoamérica, su “mercado natural”. Algunos destinos deben estar encantados de su regreso. Háganos un resumen de estos últimos años

En todos los mercados donde hemos vuelto nos han recibido con los brazos abiertos, lo que nos llena de orgullo, la verdad.

América Latina, como dice, es nuestro mercado natural, al que dedicamos la mitad de nuestra producción. Va a seguir siendo prioritario para la compañía, aunque como decía antes estamos abriéndonos a otros mercados para ser más globales.

Los vuelos los iniciamos en 1946, con Buenos Aires como destino, y escalas en Brasil y Uruguay. Hoy somos líderes en el mercado, volamos directos a 20 destinos y, en colaboración con nuestros socios, les facilitamos continuar a otros 90 destinos en la región. Ofrecemos más de 250 vuelos semanales, y contamos con el mejor producto del mercado, tanto en Business como en Turista. Precisamente, a lo largo de este año con la llegada de los A330-200 y la retirada de los A340-300, todos nuestros vuelos con este continente contarán con las nuevas cabinas.

Han obtenido así mismo un acuerdo con LATAM ¿Cuáles son sus ventajas?

De momento estamos en la fase de obtención de permisos, que previsiblemente se prolongará hasta mediados del año próximo. Cuando se pueda implantar, esperamos los mismos beneficios para nuestros clientes que ha aportado el acuerdo de negocio conjunto que tenemos con British Airways, American Airlines y Finnair en el Atlántico Norte: más vuelos, mejores horarios, mejores precios, conexiones más fáciles y más ventajas para los viajeros frecuentes, entre otras.



Háblenos un poco de Iberia Express

Iberia Express está siendo fundamental en la nueva Iberia. Nos permite competir con las compañías *low cost* por ejemplo en Canarias y Baleares, y además abrir nuevos mercados que Iberia no podría intentar por nuestros mayores costes. Así, este verano, Iberia Express va a volar, entre otros destinos, a Cracovia, Cork, Gotemburgo, Malta, Islandia, Santorini o Bucarest, todos ellos nuevos para el grupo.

Aquí han demostrado que *Low Cost* y puntualidad no tienen por qué estar reñidas

Efectivamente. Durante dos años consecutivos, Iberia Express ha sido la *low cost* más puntual del mundo, con unos índices espectaculares. Esto es fruto del compromiso de todos sus empleados y de unos procedimientos acertados. Y, como dicen en la propia Iberia Express, también del trabajo de proveedores como Mantenimiento y Aeropuertos de Iberia.



Volvamos a Iberia. La competencia sigue siendo feroz. ¿Hacia dónde va el futuro de la aviación?

La competencia ciertamente cada vez es mayor, de ahí la importancia de planes como los que tiene en marcha la compañía para ser cada vez más competitivos y eficientes. Cuando no se pueden controlar el entorno ni ciertos elementos externos, lo fundamental es que tú tengas los costes, la productividad y el nivel de servicio adecuados, que te permitan ser mejor que los demás. Y en esto estamos trabajando.

Y ¿cuáles son los planes de futuro de la compañía? ¿Más aviones, mejor nivel o mejores tarifas?

Seguimos con la implantación del Plan de Futuro, la hoja de ruta que está siguiendo la compañía para garantizar su futuro. Contempla 32 iniciativas destinadas a mejora ingresos, reducir costes, ser más ágil, flexible y competitiva, y siempre con un foco orientado al cliente.

En cuanto a nuestros planes de flota, estamos renovando la flota de largo radio. Ya hemos recibido 10 nuevos aviones y tenemos pendiente otros 27. Estos aviones nos permiten reducir costes operativos y de mantenimiento, consumen menos combustible y cuentan con las nuevas cabinas para ofrecer el mejor servicio al cliente.

En relación con nuestras tarifas, la mejora de nuestros costes nos está permitiendo ser cada vez más competitivos y tener buenas tarifas en el mercado, nuestro objetivo también para el futuro.

Han reestructurado su fuerza de ventas con el nombramiento de Guillermo González Vallina. ¿Cuál es el objetivo?

Guillermo es un hombre joven, pero con amplia experiencia en el sector. Para nosotros el canal de Agencias es fundamental, y hemos seleccionado en el mercado a una persona con un perfil acorde a lo que nos jugamos en este entorno. Estamos convencidos de que ha sido un acierto, y que nos servirá para continuar con esa política de colaboración, respeto mutuo en la que creemos.

¿Siguen pensando en las agencias de viajes como principal canal de distribución?

Sin lugar a dudas, es nuestro principal canal con el que trabajamos de forma profesional y leal. Ambas partes tenemos mucho que ofrecer a nuestros clientes comunes.

Muchas gracias



WASHINGTON
DC™

Más conocida por ser la capital de Estados Unidos y el lugar de residencia del Presidente, Washington, DC es el centro político del gobierno federal.

Pero, más allá de la histórica Casa Blanca o del icónico edificio del Capitolio, el Distrito de Columbia es un destino cada vez más importante tanto de ocio como para los negocios.

Considerada el primer destino museístico del mundo, más de 20 millones de visitantes de todo el mundo visitan cada año el Distrito de Columbia y exploran su patrimonio histórico y cultural. Además de sus museos y galerías de arte, punteras a nivel mundial, Washington, DC tiene una gran oferta gastronómica y nocturna, locales comerciales de diseñadores de lujo y la mayor cantidad de teatros fuera de la ciudad de Nueva York. La Explanada Nacional (National Mall) atrae a los visitantes con sus monumentos, rodeados por enormes extensiones de verdes praderas que parecen no tener fin. La oferta de restaurantes de Washington, DC está creciendo a un ritmo vertiginoso. Se han abierto más de 200 restaurantes nuevos en los últimos tres años. Los vecinos de la ciudad y los visitantes ansiosos de experiencias únicas están cada vez más encantados por el vigor y la diversidad de las opciones que son tendencia para comer y beber en una ciudad que apenas ocupa una superficie de 15 kilómetros cuadrados. Washington, DC ofrece algo especial para cada visitante a lo largo de todo el año: desde eventos culturales y festivales a eventos deportivos y visitas turísticas.

Lonely Planet denominó al Distrito de Columbia como la mejor ciudad para visitar en 2015 de todo el mundo. Para suerte de los viajeros, ¡2016 se presenta al menos igual o incluso mejor que el año pasado!

¿QUÉ OCURRE EN WASHINGTON, DC?

Este año, Washington, DC tiene nuevas incorporaciones en materia hostelera y cultural, así como importantes aniversarios de índole artística. El auge continuado en la rehabilitación de barrios, impulsada con una inversión fiscal de 9.200 millones de dólares, ha hecho surgir decenas de restaurantes, clubes nocturnos y experiencias comerciales.

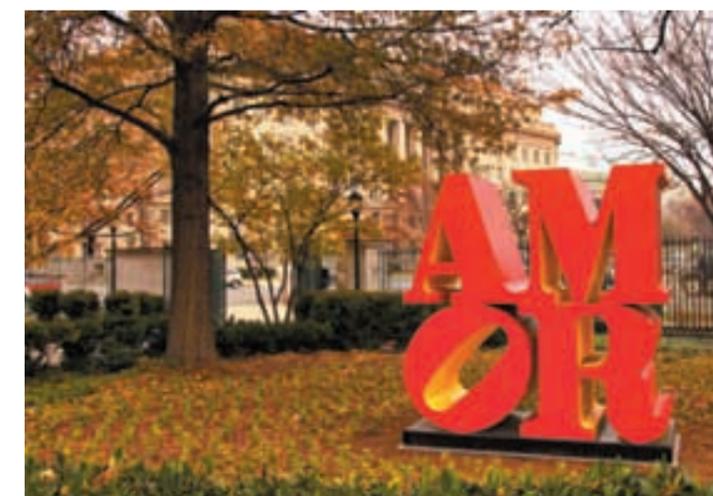
El Centro (Downtown)

En el emplazamiento donde se ubicaba el antiguo centro de convenciones del Distrito de Columbia se halla el CityCenterDC, una construcción de lujo de casi 40.500 m² de uso mixto que The New York Times denominó “un complejo de 700 millones de dólares concebido como el Rockefeller Center de nuestros días.” La mayoría de las tiendas y restaurantes de lujo están abiertos: Burberry, Caudalie Spa, Daniel Boulud's DBGB, Del Frisco's Double Eagle Grill, Gucci, Hermes, Longchamp, Paul Stuart, Carolina Herrera, Dior y David Yurman. David Chang y Christina Tosi -oriundos de la zona del Distrito de Columbia- abrieron iteraciones de Momofuku y Milk Bar, respectivamente, en 2015. En CityCenterDC están talentos locales como Rob Duncan y Violetta Edelman, con su cafetería y heladería italiana Dolcetta, la chef Brandwein, con su Centrolina, que es un mercado con todos los productos italianos y hostería. En el recinto contará con el primer Conrad Hotel en el Distrito de Columbia, un in-

mueble de lujo con 370 habitaciones que abrirá sus puertas en 2018.

La Explanada Nacional (National Mall)

La construcción del Museo Nacional de Historia y Cultura Afroamericana de la Smithsonian Institution sigue su curso y su inauguración está prevista para más adelante, el 24 de septiembre, durante la cual el Presidente Obama cortará la cinta y a la que seguirá una semana con eventos espe-



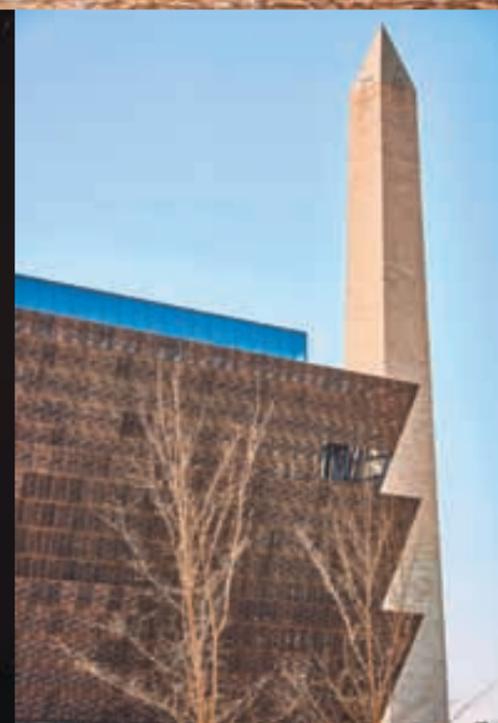


ciales. El edificio, diseñado por David Adjaye, ocupa un espacio entre el Monumento a Washington y el Museo Nacional de Historia de EE.UU., el último espacio en superficie destinado a museos en la Explanada Nacional. El museo será el epicentro de representaciones, simposios, ceremonias y un espacio para exposiciones.

Noticias de Hoteles

El Watergate Hotel se está convirtiendo en un hotel de lujo a orillas del río Potomac gracias a una rehabilitación de 125 millones de dólares a cargo de Euro Capital Properties. Con 338 habitaciones y una azotea de la que presumir con unas vistas de 360 grados, incluyendo la Isla Roosevelt, el cercano Centro Kennedy y las torres de la Universidad de Georgetown, se espera que abra sus puertas en 2016. En honor a sus orígenes -los vibrantes años sesenta y los ominosos años setenta- Janie Bryant, la diseñadora del vestuario de la serie Mad Men, diseñó los uniformes del personal. El inmueble contará asimismo

con dos salones de baile, con el restaurante Kingbird, con una colección de 2.500 botellas en el Next Whiskey Bar, y con el Argentta Spa. Está previsto que el Trump International Hotel de Washington, DC abra sus puertas en septiembre de 2016. El 31 de mayo de 2014, la organización Trump tomó posesión de la antigua Oficina de Correos (el Segundo edificio más alto de Washington) en virtud de un contrato de arrendamiento de 60 años de duración suscrito con la Administración de Servicios Generales de EE.UU. (GSA, en sus siglas en inglés). El edificio histórico está siendo objeto de una rehabilitación por valor de 200 millones de dólares con vistas a erigirse, en 2016, como el hotel de lujo con 271 habitaciones de Trump. Posee 34 suites, y las tres más grandes tienen entre 232 y 585 m². El hotel contará con BLT Prime, un restaurante asador a nivel de calle, así como una cafetería y una biblioteca. Su atrio tendrá un centro de fitness, un spa Mar-a-Lago spa de 371 m² de Ivanka Trump, y un espacio para celebrar reuniones. La torre del reloj de la Antigua





Oficina de Correos volverá a abrir al público bajo la gestión continuada del Servicio de Parques Nacionales.

El Kimpton Mason & Rook Hotel, que abrirá sus puertas en abril de 2016, tiene una escalinata desde la manzana de la calle 14 NW y cuenta con 174 grandes habitaciones. Los interiores adoptan un ambiente urbano sofisticado que se extiende hasta Radiator, un restaurante-bar con un gran patio exterior con sitio para hacer hogueras y pistas de shuffleboard.

El otro edificio nuevo de Kimpton en el Distrito de Columbia que abrirá sus puertas en 2016 se llamará Glover Park Hotel, un refugio de clase a un paseo de la Universidad de Georgetown en el barrio llamado Glover Park, al norte de Georgetown, cerca de la Catedral Nacional. La diseñadora Michelle Oka Doner ha creado un ambiente metro-

politano tranquilo que es reflejo de la cercanía del hotel a Rock Creek Park, la zona verde del Distrito de Columbia, con una superficie de casi 730.000 m². El edificio contará con 154, espacios para la celebración de reuniones, una azotea y un restaurante.

Se espera que el Pod Hotel, con 11 pisos y 245 habitaciones, y situado en Chinatown, en una de las manzanas más concurridas de la ciudad, cerca del Walter E. Convention Center, el Verizon Center y la National Portrait Gallery, abra sus puertas en 2016. El edificio, el primer micro hotel construido expresamente en el Distrito de Columbia, ofrecerá habitaciones de 14 m², bastante más pequeñas que las habitaciones que se ofrecen en el Distrito de Columbia, de unos 37 m² de media.



EVENTOS Y EXHIBICIONES

- Festival Nacional de los Cerezos en Flor** (National Cherry Blossom Festival): **hasta el 17 de abril.** La mayor celebración de la primavera de todo el país no va solo de pétalos: se trata de un festival cultural de cuatro semanas de duración que incluye la ceremonia de apertura en el Teatro Warner (26 de marzo); el 50 aniversario del Festival de Cometas de Pétalo (Blossom Kite Festival) (2 de abril); el Festival de Fuegos Artificiales del Muelle Suroeste (9 de abril) y el desfile que se televisa a todo el país (16 de abril). Nota: Este año, la Feria Callejera Japonesa Sakura Matsuri (16 de abril) se traslada desde su lugar de celebración tradicional en el centro en Pennsylvania Avenue NW a la Rivera del Capitolio.
- Passport DC: mayo.** Una celebración en la que durante un mes se celebran las comunidades internacionales y diplomáticas de Washington programada por 70 embajadas y consulados que, en verdad, es una experiencia que únicamente se puede vivir en el Distrito de Columbia. Entre

los eventos más importantes destacan: Tour por las Embajadas del Mundo (Around the World Embassy Tour) (7 de mayo); Atajo a Europa (Shortcut to Europe): Jornada de puertas Abiertas de las Embajadas de la UE (14 de mayo); Fiesta Asia (21 de mayo) y el Desafío de Jefes de Embajada (Embassy Chef Challenge) (25 de mayo).

- Festival de Folklore Smithsonian** (Smithsonian Folklife Festival): **del 29 de junio al 4 de julio y entre el 7 y el 10 de julio.** La edición de 2016 del museo emergente de cultura viva que se celebrará en la Explanada Nacional se centrará en "Los vascos: Innovación a través de la Cultura," tanto en España como en Francia, y su diáspora por todo el mundo. Asimismo versará sobre los "Sonidos de California," con música de uno de los estados más grandes y diversos de EE.UU.
- El Museo Aéreo y del Espacio** (National Air & Space Museum) celebra 40 años este año. The Boeing Milestones of Flight Gallery re-abre el primero de julio en el vestíbulo del museo con aviones históricos, cohetes y cápsulas.

DÍA DE LA INDEPENDENCIA, 4 de julio.

La capital del país se toma el cumpleaños de EE.UU. muy en serio. Los Archivos Nacionales lo celebran con un día en familia repleto de recreaciones de la época, con actores ataviados con vestimentas de aquel entonces y actividades de campo gratuitas; su escalinata es un lugar fantástico para observar el Desfile del Día de la Independencia Nacional hacia Constitution Avenue NW. Es un clásico con banderas ondeando y multitud de bandas desfilando. "A Capitol Fourth", un concierto patriótico repleto de estrellas, retransmitido por televisión al que le siguen fuegos artificiales.

- LA EXPOSICIÓN DE VERANO ICEBERGS EN EL MUSEO NACIONAL DE CONSTRUCCIÓN** (National Building Museum) está en exhibición del 2 de julio al 5 de septiembre. La enorme instalación, que está en el Gran Salón del museo, presenta cuevas diseñadas por arquitectos, grutas, sillas de hielo y mucho más. Incluso, puede refrescarse con un hielo raspado.
- LA GALERÍA NACIONAL DE ARTE** (National Gallery of Art) celebra su 75 aniversario todo el año con exposiciones especiales, programas públicos, conciertos, películas y mucho más. La Galería también renovó la fuente conmemorativa de Andrew W. Mellon y re-abre el edificio del este en septiembre después de haber sido cerrado por reformas desde el año 2013.

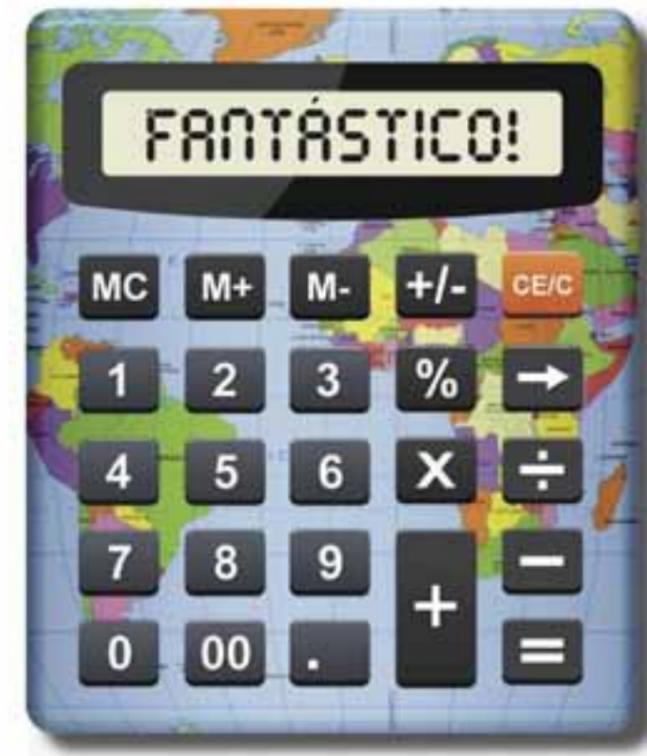
Washington, DC está lleno con energía y emoción, y con tres aeropuertos cercanos, más de 30 mil habitaciones de hotel y un sistema de transporte público fácil de usar, la planificación de su viaje nunca ha sido más fácil. Es fácil de explorar la ciudad a pie, o subirse a un autobús de dos pisos para un paso guiado con toda la familia. Para los itinerarios, inspiración y los últimos eventos, visita washington.org y planifica un viaje inolvidable a la Capital de la nación.



TRAVEL PRICER

CATAI

LA NUEVA SOLUCIÓN DE COTIZACIÓN ONLINE QUE ESTABAS ESPERANDO



- Con TravelPricer Catai puedes realizar reservas y pre-reservas con bloqueo de vuelos durante 72 horas, de manera fácil e intuitiva.
- Te permite personalizar vuelos, hoteles y servicios adicionales, tales como visitas o excursiones.
- Puedes elaborar presupuestos para los clientes de forma inmediata y entregárselos en el momento.
- En la actualidad hay más de 100 viajes disponibles que iremos aumentando cada semana.

Entra en www.catai.es y pruébalo ya.
¿Dudas? Llámanos al 91 4091125 o al 93 2150130.



CATAI
viajemos

Ven y disfruta de nuestros
 MARIDAJES de
 CHAMPAGNE y QUESOS



Dos espacios de visita y degustación

196 Avenue Jean Jaurès – 51190 AVIZE
 Tel: + 33 (0)3 26 57 50 56

37 Avenue de Champagne – 51200 ÉPERNAY
 Tel: + 33 (0)3 26 54 39 29

Móvil + 33 (0)6 71 61 51 41

info@champagnegonet.com
 www.champagnegonet.com



La nueva **CEAV** - Momentos de cambios estratégicos - Modelo de éxito - Fortaleza y liderazgo - Sin novedad en el frente - **Asociado** cliente SUPER VIP... El día después - Avances decisivos y sin tregua...

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

Empieza una nueva era en la Unidad de Sector de Agencias de Viajes, tenemos Fortaleza y Liderazgo y ahora toca responsabilidad, hay otras películas contadas por las que no propugnan Unidad... "Habemus Unidad" es la detección de un problema que ha llegado a su fin...

Tenemos una guía para comprender este avance: Porque ¿qué es? Porque ha costado tanto ¿tiene utilidad práctica? ¿y de dónde viene? Hemos dado un toque de atención al sector y hemos aprobado un nuevo Plan Estratégico de la nueva CEAV para que nuestros avances sean decisivos y sin tregua...

La voluntad, las emociones y la convicción de protagonizar un cambio histórico han formateado la nueva estrategia de tener la mayoría para poder conseguir los objetivos Marcados...el futuro tiene muchas posibilidades...

No nos deben preocupar tanto las personas como las formas para alcanzar los objetivos. Tenemos que aprovechar la convicción que el año 2016 ofrece unas buenas perspectivas y también sus proyecciones en 2017, manteniendo una velocidad de crucero que cogimos en el 2015 moviendo todas las previsiones por tercer año consecutivo de esta recuperación iniciada en el 2014. Hay valores que nos ayudan y con un viento de cola a favor como son: tipos de interés, precio del petróleo -Euro, y en consecuencia debemos conseguir un crecimiento de la productividad y una mejor competitividad.

Nuestros asociados deben de ser nuestros clientes "VIP" y tenemos que ser capaces de ofrecer a todos los miembros alguna cosa más... sobre todo los servicios que necesiten y que a la vez sean de su utilidad.

Tenemos varios retos fundamentales:

- Incrementar la masa social para poder crecer y poder ofrecer más y mejores servicios.

- Ser capaces de innovar para ampliar la creación de nuevos productos que puedan generar más ingresos atípicos.

- Implementar un Marketing asociativo y convertir a nuestras Asociaciones en unas marcas de valor para todos sus componentes, realizando acciones y estrategias para captar y fidelizar a los socios.

- Tenemos que conseguir la implicación del Socio con nuestra Asociación.

Debemos de pensar en todo aquello que está relacionado con todos los efectos de nuestra actividad y repensar mucho nuestras actividades y la manera de aplicarlas y ejecutarlas, por eso necesitamos de nuestra economía y aplicar el método científico para prever los mejores resultados y los posibles efectos de las decisiones que en cualquier caso están en manos de nuestros asociados.

Hemos tenido la sabiduría de ignorar y creo que a los buenos profesionales se les deben de valorar las buenas obras, el altruismo y la ayuda a la construcción de un sector mejor y más justo...

Con puntos de partida diferentes y objetivos compartidos igualmente diferentes, tenemos que realizar una reflexión sobre todo lo que nos interesa, tenemos que aprovechar todas las oportunidades que nos ofrece el Mercado y poder desarrollar todo su potencial en este nuevo escenario post-crisis.

Vamos a desarrollar muchos cambios estratégicos en estos próximos 4 años, reforzando nuestra posición de liderazgo en nuestro sector y toda nuestra actividad la reforzaremos en beneficio de nuestros asociados.

Vamos a implementar servicios compartidos para generar una mejor competitividad y muchos procesos de crecimiento, nuestra marca CEAV tiene un enorme potencial para explotar y atraer y aglutinar a todas las Asociaciones de Agencias de Viajes.

Debemos de mejorar los procesos internos de nuestras Asociaciones y debemos de generar una capacidad de adaptación en toda nuestra organización adaptándonos a los cambios constantes de nuestro sector. Preservaremos los valores de identidad corporativa y de convivencia en un entorno totalmente profesional con un modelo de gestión de éxito.

Y me gustaría terminar con una cita de SHERLOCK HOLMES que dice:

"Es un error capital teorizar antes de poseer datos, uno comienza a alterar los hechos para encajarlos en las teorías, en lugar de encajar las teorías en los hechos ..."

ACAVE nos informa...



ACAVE EN FERIAS DE TURISMO 2016

Siguiendo en la línea del 2015 y siempre pensando en ofrecer los máximos servicios y facilidades a nuestras agencias de viajes, seguidamente detallamos las diferentes propuestas de participación conjunta de las Agencias de Viajes ACAVe en las principales ferias turísticas.

Fitur 20-24 Enero 2016

Acave estuvo presente en la 36ª edición de la Feria Internacional de Turismo (Fitur), que se celebró en el recinto IFEMA de Madrid del 20 al 24 de enero, ACAVe atendió a sus asociados y medios de comunicación en el Stand 8F24. Durante los días de la Feria, ACAVe compartió espacio con algunos de sus asociados como: APG Spain, Baraka Club de Viajes, Barcelona Guide Bureau y Tuareg Viajes, el jueves 21 de enero, tuvo lugar un cóctel para asociados con la colaboración especial de Codorniu. Más de 200 agentes participaron en el cóctel.

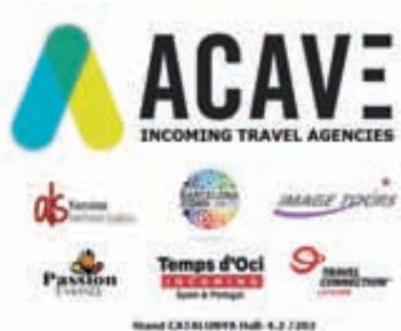
B-Travel 15-17 Abril 2016



ACAVE dispondrá de un espacio exclusivo para sus agencias de viajes en la próxima edición del B-Travel que tendrá lugar del 15 al 17 de Abril 2016. B-Travel cogió el relevo del Salón Internacional de Turismo de Catalunya después de 23 años para ir más allá del viaje y convertirse en el nuevo punto de encuentro de todos los viajeros que quieren vivir experiencias a medida. Y lo hizo a través de 5 ámbitos temáticos para que los visitantes pudieran personalizar su visita en función de cómo se imaginaban sus próximas vacaciones: B-Adventure, B-Delicious, B Happy B-Special, B-Culture.



ITB Berlín 09-13 Marzo 2016// WTM



Como tercer año consecutivo y debido al acuerdo especial con la Agència Catalana de Turisme, ACAVe participará nuevamente en la ITB de Berlín y la WTM. Las agencias de viajes receptoras que así lo han solicitado, conjuntamente con ACAVe, estarán presentes en la ITB, en el Hall 4.2/202, compartiendo un espacio conjunto dentro del stand corporativo de l'Agència Catalana de Turisme (ACT). Las empresas participantes son: ALS Barcelona Emotional Espaces, Barcelona Zero Limits, Image Tours, Passion Events, Temps d'Oci Incoming, Travel Connection Leisure.

WTM London 07-09 Noviembre



Dicho espacio, se compartirá entre las agencias de viajes asociadas a ACAVe, interesadas en participar ponerse en contacto con María Pla:

e-mail: maria-pla@acave.travel



NUEVA APP EVENTOS ACAVe

Desde ACAVe se ha desarrollado una APP para los eventos organizados por la Asociación, la cual fue presentada en la II Jornada Tecnológica ACAVe, que tuvo lugar el 18 de Febrero. En esta aplicación se incluirá información sobre los programas, participantes, ponentes de cada evento, y de una forma interactiva las empresas podrán relacionarse y participar en sus actividades. Se pueden encontrar con las siguientes secciones de información y de Networking de la APP como: Programa, Formaciones, Ponentes, Expositores (directorio), el muro de comentarios, la lista de participantes, el envío de mensajes privados, galería de imágenes y videos.

DESAYUNOS DE TRABAJO ACAVe 04 FEBRERO 2016

ACAVE celebró el 4 de febrero, el primero de los "Desayunos ACAVe" con Sonia Corrochano, Directora del Aeropuerto de Barcelona- El Prat. Los "Desayunos ACAVe" forman parte de las actividades que la Asociación ha programado para este 2016, destinadas a sus asociados con el fin de propiciar el intercambio de información entre las instituciones que tienen una relación directa con la actividad turística. Todo ello en un contexto de proximidad y cercanía. La Directora del Aeropuerto de Barcelona, Sonia Corrochano presentó las cifras de crecimiento respecto años anteriores "a nivel mundial, el Aeropuerto de Barcelona-El Prat está por encima del resto de los aeropuertos. Tenemos un crecimiento continuo desde el 2014. En el 2015 tuvimos 39,7 millones de pasajeros consiguiendo un récord histórico con 288.878 operaciones, 117.219 Tm mercaderías, 100 compañías, 200 destinos, 19.000 empleados, 153.120 personas en un día y 1027 Operaciones en un día. Los 32 destinos intercontinen-



tales tuvieron un total de 3.441.542 pasajeros y un incremento de un 12% respecto el año pasado". Corrochano indicó que "el mercado doméstico español representa un 26% del tráfico total del Aeropuerto de Barcelona. Actualmente, respecto al volumen de pasajeros ocupa la novena posición en el ranking de aeropuertos europeos siendo el destino más importante Reino Unido, seguido de Italia. Aunque por delante de Barcelona-El Prat están los aeropuertos de London, París-CDG, Frankfurt, Amsterdam, Madrid, Munich, Fiumicino y London-Gatwick tenemos que destacar que todos ellos son aero-

puertos ubicados en capitales de estados y nosotros, somos el único que no lo es." Los principales destinos intercontinentales son: Dubai, New York, Tel Aviv, Doha y Casablanca. El sector de los negocios es de vital importancia para el crecimiento y perspectivas de futuro del aeropuerto. La Directora del Aeropuerto también quiso destacar la importancia del sector de los cruceros que desde hace unos años se produce, por el volumen de pasajeros que mueven y por los beneficios que repercuten en los otros sectores.

II JORNADA TECNOLÓGICA ACAVe 18 FEBRERO 2016

El 18 de Febrero de 2016, ACAVe celebró en el Hotel Majestic de Barcelona, su Segunda Jornada Tecnológica para Agencias de Viajes, con el propósito de dar a conocer a las agencias las principales novedades relacionadas con el Big Data y todo lo relacionado con la agregación de datos y sus análisis. La ponencia central estuvo a cargo del Sr. Marc Vidal Chairman de Idodi Venture Capital, experto en Nueva Economía, que planteó los nuevos retos que supone para las agencias de viajes el Big Data y todos los efectos que conlleva. Seguidamente se celebraron diferentes sesiones simultáneas de formación, donde representantes de Amadeus, Beroni Informática, Travellop, Travelport, Sabre y Diurnus, presentaron diversas novedades relacionadas con sistemas de gestión para la organización de viajes



y buscadores así como las herramientas móviles y de business intelligence para las agencias de viajes. Asimismo, en el transcurso de la Jornada tuvo lugar un workshop en el que participaron un total de 12 empresas especializadas en tecnología para agencias de viajes: Amadeus, Beroni Informática, Dynamic Traveller, Diurnus, La Community, Peri Computer, Pipeline Software, Banc Sabadell, Sabre, Travel Loop, Travelport y Tripcare.

Para el presidente de ACAVe, Martí Sarrate, "las agencias de viajes necesitan saber qué productos hay en el mercado y cómo se adaptan a su modelo de negocio". Por ello, subraya que estas jornadas "son una oportunidad para conocer directamente lo que ofrecen 12 empresas tecnológicas punteras en nuestro Sector, a fin de que las agencias puedan tomar decisiones y aplicar en sus empresas las innovaciones que les permitan una mejor gestión y rentabilidad".



PRESENTACIÓN de TOUR OPERADORES 25 FEBRERO 2016

El pasado 25 de Febrero ACAVe organizó la Presentación de Tour Operadores de ACAVe, en el Hotel NH Calderón. Pudimos comprobar de manera directa como los tour operadores han evolucionado y se han adaptado tecnológicamente a los tiempos actuales para dar respuesta a las necesidades de sus clientes. Según Martí Sarrate, Presidente de ACAVe "Queremos poner en valor la tarea que llevan a cabo los tour operadores, así como dar a conocer el valor añadido y ventajas que ofrecen a las agencias de viajes y a sus clientes, no solo de cara a la organización del viaje, sino también desde el punto de vista de asistencia y asesoramiento a las agencias de viajes y a sus clientes. Hemos podido comprobar de manera directa como los tour operadores han evolucionado y se han adaptado tecnológicamente a los tiempos actuales para dar respuesta a las necesidades de sus clientes."

VIAJE LARGA DISTANCIA: INDONESIA 04-15 Marzo 2016

El pasado mes de marzo, del 4 al 15, ha tenido lugar el viaje de larga distancia de ACAVe. En esta ocasión, tuvimos la oportunidad de visitar INDONESIA, sin duda uno de los países más completos en todos los sentidos, selva, historia, arrecifes de coral, templos, tribus, arrozales, volcanes y biodiversidad. Durante nuestra estancia tuvimos la oportunidad de visitar este fascinante país, comenzando por la mágica isla de Bali y la paradisíaca Nusa Lembongan, continuamos la ruta hacia la isla de Java donde visitamos Prambanan y el templo de Borobudur y Pawon y Mendut. Regresamos a Bali para conocer su

nado y se han adaptado tecnológicamente a los tiempos actuales para dar respuesta a las necesidades de sus clientes." La Jornada se llevó a cabo con las novedades de 5 Tour Operadores:

Ernesto García, Executive Manager de **Southern Cross**, enfocó su presentación en el Canadá y Pacífico; en el primer caso con rutas des de Vancouver y en el segundo, con The Brando (French Polinesia). La isla es conocida por haber sido propiedad del actor Marlon Brando y donde actualmente hay un ecoresort de lujo, que ha respetado el entorno de la belleza natural de la Polinesia. Dispone de 35 villas de lujo con piscina privada.

Valentín Escalera, Director comercial de **TUI** presentó las novedades del 2016. Destaco los safaris específicos en Kenia y Tanzania (con un seguro nuevo en caso de evacuación en avioneta), además de los destinos en USA (24 circuitos en Canadá), media distancia como Países Bálticos, Escandinavia o Rusia; los destinos del Caribe y finalmente Sudamérica, por la devaluación de las divisas.

Sergio Saenz, Director del Crucero por Bélgica y Países Bajos de **Politours**, presentó las ventajas que supone la contratación de un crucero fluvial, anunciando los beneficios de este medio de transporte que combina lo mejor de los circuitos terrestres y de los marítimo. Navegando a través de los ríos, este tipo de cruceros permite realizar un 85% de las excursiones a pie, a los monu-

mentos más céntricos de las principales ciudades. Son barcos con una capacidad de 100 pasajeros. Algunos cruceros como el de Linz a Budapest o el del Danubio (Linz, Chelk, Dürstein. Viena, Bratislava y Budapest) o el del Rhin Romántico, de Estrasburgo a Colonia.

Ricard Plans, Director Comercial de **Transrutas**, centró su presentación en el valor añadido que suponen los tour operadores para las agencias de viajes a través de: la tecnología, el producto y la disponibilidad. Actualmente disponen de 1.048 viajes reservables online y 179 viajes con confirmación inmediata. Ha destacado los viajes destinados a las personas de más de 55 años, por representar una franja con poder adquisitivo y que acuden a las agencias; los circuitos terrestres garantizados por Europa y los productos ícono, viajes con una excelente relación calidad-precio.

José Luis Caro, delegado de Catalunya-Aragón y Baleares de **Mapatours**, destacó los circuitos propios que realizan en Noruega y el vuelo chárter a Rusia. Seguidamente, ha explicado la aplicación Mapadynamics, para la venta de paquetes multidesestino por internet. Esta solución web permite programar y personalizar un viaje en una única reserva, facilitando a las agencias de viajes conseguir lo mismo que el cliente busca por su cuenta por Internet, ayudando así a ambos. Con esta aplicación pueden personalizarse toda la programación de un viaje: días, transporte, destinos, etc...



zona este, la más volcánica, y terminando por la exuberante zona de Ubud, con sus arrozales y acabando la visita en el templo de Goa Lawah y Besakih.

En esta ocasión hemos contado con la colaboración de Qatar Airways para el traslado de los asistentes, así como con Indonature Travel, como receptivo.

JORNADA FORMATIVA sobre la Nueva Directiva de Viajes Combinados y Servicios de Viajes Vinculados

El pasado 11 de diciembre se publicó la Directiva 2015/2302, referente a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados y que modifica la actual Directiva 90/314/CEE de viajes combinados. La nueva directiva tiene que ser transpuesta en los diferentes estados miembros antes del próximo 1 de enero de 2018 y ello implicará importantes cambios en la regulación de viajes combinados.

ACAVe ha representado a las agencias de viajes españolas en el comité jurídico de ECTAA y ha ejercido una intensa labor de lobby tanto ante las instituciones europeas como ante las nacionales desde la publicación del primer texto propuesto por la Comisión Europa en Julio de 2013 hasta la aprobación definitiva por parte del Parlamento Europeo y el Consejo en noviembre de este año. Fruto de este estrecho seguimiento durante todo el proceso de tramitación, la asesoría jurídica de ACAVe remitió a sus asociados un detallado informe jurídico y un cuadro comparativo de la Directiva 90/314 y la nueva Directiva 2015/2302 y organizó tres sesiones formativas: el 27 de enero en Barcelona y el 28 de enero en Madrid, y el 02 de Febrero de 2016.

Dentro de las principales modificaciones que incluye la nueva Directiva destacan las siguientes:

- La nueva definición de viaje combinado;
- El nuevo concepto de servicios de viaje vinculado, la exclusión del ámbito de

aplicación de la Directiva los business travel;

- El derecho de rescisión del viaje si se produce un aumento del precio del mismo superior al 8 % (señalar que este ha sido un punto muy controvertido en todo el proceso de modificación de la Directiva, pues se pretendía también establecer un porcentaje mínimo del 3% para poder trasladar la modificación del precio al viajero, que finalmente, tras el lobby ejercido por las agencias de viajes se ha conseguido eliminar);

- La posibilidad de delimitar a nivel nacional la responsabilidad entre detallista y tour operador (recordar que la legislación española ya recoge la responsabilidad solidaria entre organizador y detallista, pero desde ACAVe continuamos abogando por la responsabilidad en función del ámbito de gestión);

- La obligación de prestar asistencia durante un máximo de 3 noches en caso de que el viajero en destino precise asistencia y,

- Las nuevas características que debe contener la garantía financiera (ser efectiva, cubrir los costes razonablemente previsibles y los importes pagados por los viajeros, así como las posibles reparaciones).

ACAVe ya ha empezado a trabajar en la transposición del texto a la normativa nacional. Asimismo, seguiremos participando en las reuniones periódicas de ECTAA en relación a este asunto.

CURSO FORMACIÓN ESTRATEGIA DIGITAL

Desde ACAVe les informamos de la nueva línea de formación iniciada por ACAVe este 2016.

Uno de los principales objetivos de la Asociación es ofrecer una formación de calidad y que responda a las necesidades de nuestros asociados y es por ello que hemos firmado un acuerdo de colaboración con IL3, el Instituto de

Formación Continua de la Universidad de Barcelona, el cual nos permitirá ofrecer una formación con los parámetros fijados, contando con la participación directa de la prestigiosa Universidad de Barcelona para la organización, desarrollo e impartición de esta formación. Iniciamos esta actividad con el curso de "Aprender a pensar: definiendo la estrategia digital"

Este curso innovador tiene como objetivo exponer de forma práctica y sintética las prácticas más actuales del marketing



WORKSHOPS ACAVe 2016

En el 2016 ACAVe celebrará su 18ª edición de sus Workshops. Las ciudades elegidas para esta edición son:

WORKSHOP ALICANTE: 05 Abril 2016 de 20:00 a 24 horas en el Hotel Meliá Alicante.

WORKSHOP BARCELONA: 13 de abril 2016 de 19:00 a 24:00 horas en El BORN Centre Cultural.

WORKSHOP SEVILLA: 21 ABRIL 2016 de 20:00 a 24:00 horas en el Museo de Carrajes.

Los Workshops de ACAVe son una de las citas más importantes del sector, tiene como objetivo dar a conocer, las novedades y tendencias para la temporada turística.

Los expositores presentan en este workshop las novedades para la temporada, los nuevos productos y destinos que se ofrecerán en verano, nuevas rutas, o nuevas rutas aéreas.

en entornos digitales, teniendo el foco en el sector turístico. Este curso se desarrollará online del 6 al 25 de abril, en el aula virtual del Instituto de Formación Continua de la Universidad de Barcelona, y creemos que es una espléndida oportunidad para que las agencias de viajes que participen puedan asentar las bases del marketing digital en su empresa.

AVIBA nos informa...



AON / TAEDS es SOCIO COLABORADOR de AVIBA

Firmado el acuerdo de colaboración entre la correduría de seguros AON / TAEDS y AVIBA. El acuerdo se materializó, con la firma que tuvo lugar en el stand que pone CEAV a disposición de sus asociados en FITUR.

Desde AON y en concreto desde su departamento de Contratación os podrán ayudar en la formalización, trámites y



El Presidente y el Vicepresidente de AVIBA y Katia Estace Gil, Manager Aon Risk Solutions-Aon Taeds.

- consultas de los siguientes productos:
- Aval ante la administración de les Illes Balears.
 - Aavales para Concursos.
 - Pólizas de Responsabilidad Civil
 - Pólizas de Responsabilidad Civil para Directivos o Propietarios (D&O).
 - Pólizas de Accidentes Convenio AAVV
 - Seguro del local (Oficinas Agencias de Viajes).
 - Seguros de Subsidio por Enfermedad o Accidente.
 - Posibilidad de integraciones XML de los seguros de viajes en las páginas web de las agencias.

- Disponemos de más de 80 productos de asistencia en viaje o cancelación. Los asociados de AVIBA pueden contactar con el departamento de Booking para solicitar claves de acceso a su plataforma de venta.

Departamento de Booking AAVV
Teléfono 93 366 26 02, de 9 a 17 h de lunes a jueves ininterrumpidamente De 9 a 14 h los viernes
Mail: booking.seguros@aon.es

AVIBA: Pilar Pujol.
Tel. 971 72 22 44 / 45

AVIBA TRASLADA SUS OFICINAS A LA SEDE CENTRAL DE CAEB



Desde el 1 de marzo AVIBA ha trasladado su sede, al edificio CAEB Aragó 215. El cambio, responde a la tendencia empresarial de optimizar recursos e instalaciones. Consiguiendo reducir costes, aumentando servicios. Lo que significa, poder ahorrar en cuantías de mantenimiento, disposición de superficies útiles y poder compartir gastos básicos comunes. Todo ello sin perder calidades, en unas magníficas instalaciones, que entre otras ventajas, disponen de fácil acceso al visitante, transporte público y aparcamiento gratuito. El horario de atención será de lunes a viernes de 8 de la mañana



De izquierda a derecha Eduardo Riera, gerente; Toni Abrines, Presidente; Carmen Planas, Presidenta CAEB; Pedro Iriondo, Vicepresidente y Stephan Ebert, secretario.

na a 7 de la tarde de forma ininterrumpida. Y a través de su nueva Web aviba.es 24h / 365 días. La presidenta de la Confederación de Asociaciones Empresariales de Baleares (CAEB), Carmen Planas, ha dado la bienvenida a la Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de Baleares (AVIBA) en las nuevas oficinas que esta organización. "CAEB es la casa de las empresas y por ello todos celebramos que una organización empresarial tan importante en Baleares como es AVIBA tenga ahora su sede aquí", ha señalado Carmen Planas. La presidenta de CAEB se ha reunido con la junta directiva de la agrupación

empresarial que representa a las agencias de viajes de Baleares. Carmen Planas ha intercambiado impresiones con el presidente de AVIBA, Antoni Abrines; el vicepresidente de la entidad, Pedro Iriondo; el gerente, Eduardo Riera, y el tesorero, Stephan Ebert. AVIBA constituida en junio de 1977, es miembro fundador de CAEB, unos meses más tarde, por el que fuera su presidente en aquel año, D. Gabriel Barceló. En el mismo edificio de la calle Aragó, 215 también tienen sus sedes, la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM), la Agrupación de Cadenas Hoteleras (ACH) y la Federación Empresarial Balear de Transportes (FEBT).



CURSOS GRATUITOS

Dirigidos a Trabajadores de Agencias de Viajes

Inicio: **4 de ABRIL de 2016***

De Lunes a Viernes
Mañanas de 12:00 a 14:00 h.
Mediodías de 14:30 a 16:30 h.

Acción Formativa

- ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERVICIO - 20h.
- CURSO INGLÉS INTERMEDIATE B1-B1+ - 20 h.
- CURSO DISEÑO DE UN PLAN DE E-MARKETING TURÍSTICO - 20 h.

Piensa en ti. Cuenta con nosotros.

ORGANIZACIÓN DE LOS CURSOS:

Grupos reducidos de 15 personas. Duración 20 h presenciales en 10 días / 2 semanas. Horarios compatibles con

la jornada laboral. Impartidos por cualificados profesionales de la formación que adaptarán los contenidos a las necesidades de los participantes.

Con instalaciones, equipamiento y material didáctico de primera calidad. En las AULAS de la CAEB / FÁCIL APARCAMIENTO

Enfoque práctico y aplicación al puesto de trabajo: todas las unidades aportarán al alumno conocimientos y habilidades que enriquecerán su actividad profesional. Entrega de material didáctico a cada participante.

TITULACIÓN: Entrega de Diploma acreditativo de realización y aprovechamiento del curso.

REQUISITOS de PARTICIPACIÓN

Los participantes deberán ser trabajadores en activo o fijos discontinuos en

paro, del sector Agencias de Viajes. El límite de participación es de 3 cursos por alumno.

PLAN DE FORMACIÓN AVIBA 2016

La formación de los trabajadores de nuestro sector en los distintos ámbitos, es una de las líneas estratégicas que AVIBA quiere mantener a lo largo de su trayectoria, con la finalidad de garantizar la cualificación y actualización de los trabajadores del sector al que representan.

* Según la normativa, los cursos sin 12 alumnos inscritos no podrán iniciarse.

*El Ministerio de Fomento, en el marco de la Orden FOM/3591/2008 de 27/11 ha otorgado a CEAV ayudas para la formación de profesionales del sector AA.VV. El Plan de formación del Ministerio de Fomento vigente, está compuesto por cursos de formación presencial, en las áreas más de mandadas por el sector; Idiomas, Amadeus, Marketing digital y Habilidades personales. Estos cursos se podrán impartir hasta 30/06/16.

AVIBA RESPONDE

#elbuenhacer

El Gobierno Balear apoya reactivar el Turismo Social propuesto por AVIBA

El Gobierno de Baleares apoya destinar una parte del dinero recaudado con la ecotasa a la puesta en marcha de un TURISMO SOCIAL entre islas, tal y como había pedido AVIBA, cuyo presidente, Toni Abrines, solicitó la reactivación del denominado Plan Ocio. Durante su intervención en una jornada del curso de directivos de las administraciones públicas, la directora general de Turismo, Pilar Carbonell, se ha mostrado partidaria de emplear parte de la recaudación del impuesto a un plan de viajes de la tercera edad. Con ello, dice, se contribuiría al mantenimiento de la planta hotelera. "Sería plan como un Imsero entre Islas en un proyecto a tres años para que nuestros mayores hagan turismo entre islas", ha detallado Carbonell, quien ha insistido en que ayudaría "a la tan ansiada desespecialización".

#elbuenrepresentar

Este inicio de año, nos estamos centrande en llevar a cabo acuerdos y "acciones" que beneficien a todos nuestros asociados. Dirigiendo nuestra gestión por los caminos que todos deseamos y nos hemos marcado. Hemos empezado a ofrecer cursos de formación con ADAMS FORMACIÓN de calidad y gratuitos. Facilitamos a nuestras asociadas los servicios de AON /TAEDS con todo lo que ello implica (Asistencia en Viajes, Caucción, R.C., Convenio...etc) , hemos presentado en vuestro beneficio -ASOCIADAS AVIBA- y defendido las enmiendas a la ley del impuesto turístico ECOTASA II, hemos trasladado la sede AVIBA a CAEB, unas instalaciones modernas y funcionales, ahorrando en costes pero no en servicios... AVIBA LEX que va a ser vuestro "legalitas" gratuito de la asociación, pero con profesionales y para profesionales del turismo... y más cosas que están sucediendo y os iremos contando. Todo esto, con la implicación y participación de todos nuestros asociados y con las ganas de que éste año con vuestra ayuda y soporte, sea el inicio de una trayectoria ascendente, en todos los aspectos.

BOLSA DE TRABAJO AVIBA

Nueva sección online en la web aviba.es. En el que podrás encontrar ofertas y demandas de empleo, relacionadas con nuestra actividad sectorial. Agencias de Viajes. Es una sección totalmente gratuita y abierta al público. Con vocación colaborativa y viral. Tendrás total acceso a los servicios que facilitamos, cumplimentando los cuestionarios al efecto. Ten en cuenta que, en esta sección, te podrán ver, tanto las empresas, como los candidatos.

OFERTAS DE EMPLEO: Si eres una empresa asociada, podrás utilizar este canal, para encontrar candidatos y poner tus ofertas de empleo.

DEMANDA DE EMPLEO: Si eres un profesional que busca trabajo. Podrás utilizar este portal, para darte a conocer y encontrar trabajo.

AVIBA SOCIAL MEDIA: Nosotros nos encargaremos de hacerlas circular a través de nuestras redes sociales.

AAVOT nos informa...



El Gobierno de Cantabria informa a la Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo sobre la Ley para la defensa de consumidores y usuarios

La Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria (AAVOT) mantiene un encuentro de trabajo con el Gobierno de Cantabria para informar a los asociados sobre la modificación del Artículo 163/Texto



refundido de la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios. Durante la reunión informativa se ha explicado en qué consiste dicha modificación y qué nuevos conceptos se incorporan a la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. De esta manera se han mencionado las normas de transposición de las directivas comunitarias que, dictadas en materia de protección de los consumidores y usuarios, inciden en los

aspectos contractuales regulados en la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, y que establecen el régimen jurídico de determinadas modalidades de contratación con los consumidores, a saber: los contratos celebrados a distancia y los celebrados fuera de establecimiento comercial. Asimismo, los socios de AAVOT han sabido que también se incorpora a la refundición la regulación sobre viajes combinados, y la regulación sobre la responsabilidad civil por daños causados por productos defectuosos.

La Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria nació en 2007 con el objetivo principal de actuar como interlocutor sectorial de las agencias de viajes y operadores de turismo asociadas y prestarles los servicios útiles para el desarrollo de su actividad. Aavot representa a sus miembros ante toda clase de organismos y entidades públicas y privadas, tanto de ámbito nacional como internacional; promueve las relaciones de carácter colectivo con sus proveedores; y persigue y denuncia las actividades de intrusismo.

Un componente esencial en sus funciones es el de prestigiar la imagen de las actividades y de la profesión en general de las agencias y operadores; estimular y encauzar la cohesión y solidaridad de sus miembros a través de acciones que resulten convenientes para dichos fines.



UNAV nos informa...



XIX CONGRESO DE UNAV EN GRANADA

De nuevo y enfocando el año 2016, con renovada ilusión, estamos inmersos en la preparación de nuestro XIX Congreso anual de Turismo, que se llevará a cabo, en la ciudad de Granada, del 21 al 24 de abril atendiendo a la invitación de las instituciones autonómicas y municipales granadinas. El próximo mes de abril reunirá, a los más importantes empresarios del sector turístico de España. Un año más, contamos con la Presidencia de Honor por parte de S.M. El Rey, además de las autoridades autonómicas, D. Francisco Javier Fernández Hernández, Consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, D. José Torres Hurtado, Alcalde de Granada y D. José Entrena Ávila, Presidente de la Diputación de Granada.



La ciudad de Granada, batió su récord de visitas en 2015 con 1.697.000 personas, siendo la Alhambra volvió a ser el monumento más visitado de España. La ciudad apuesta claramente por el turismo.

El desplazamiento se realiza desde Madrid por gentileza de MOVELIA que pone a disposición de los congresistas, se prevé una asistencia de más de 200. Las sesiones de trabajo del congreso se celebrarán en el Parque de las Ciencias, un museo interactivo de ciencia de 70.000 m², situado a 15 minutos a pie del centro histórico de Granada. Entre las sesiones programadas destacan las mesas redonda "TRANSPORTES Y TECNOLOGÍA A SERVICIO DEL USUARIO"; "COYUNTURA ACTUAL Y MARKETING PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES" y "PASADO, PRESENTE Y FUTURO DEL TURISMO SOCIAL". Los congresistas y sus acompañantes visitarán la Alhambra y Costa Tropical.

Podrán asistir así mismo a la presentación del post-congreso: "GRAN CRUCE-RO POR EL RHIN". Un año más UNAV ha preparado el viaje post-Congreso, buscando, como siempre un destino atractivo, novedoso y en las mejores condiciones económicas. En esta ocasión, contando con la valiosa colaboración de nuestros miembros asociados POLITOURS e IBERIA/AIR NOSTRUM, os presentamos una magnífica opción de conocer y disfrutar de un CRUCE-RO FLUVIAL POR EL RHIN Y EL MOSELA, atravesando, de sur a norte, la Alsacia y el corazón de Alemania.

UNAV está integrada en la actualidad por un centenar de miembros, se contemplan mayoristas, minoristas, grandes redes y grupos de gestión todos ellos empresas titulares de establecimientos de Agencias de Viajes y sus sucursales, contando con un total de 2.675 puntos de ventas.



LA FUERZA DE LA CEAV



Más de 3.000 agencias de viajes, 4.500 puntos de venta, más de 50.000 profesionales y 15.000 millones de euros de facturación

Para más información: www.ceav.info



Lima

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

Perú ubicado en la parte occidental del continente es el tercer país más grande de la América del Sur. Ubicado en la costa occidental del continente sirvió de cuna de la gloriosa cultura Inca. Tiene fronteras con Brasil, Bolivia, Colombia, Ecuador, Chile y además bordea con el Océano Pacífico. Claramente se pueden diferenciar 3 zonas geográficas: la selva, la sierra y la costa con las anchas y áridas playas de Pacífico.

Del norte al sur cruza el país la famosa carretera Panamericana. La sierra forman los magníficos Andes con las cumbres por encima de 6.000 m y la selva en el extremo oriental está determinada por la Cuenca Amazónica.

La capital es Lima, poblada en su aérea metropolitana por más de 8 millones de habitantes. Su centro histórico ha sido declarado por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad lo que corroboran espléndidas muestras de la arquitectura colonial. La primera impresión que da la ciudad es que es bastante limpia y llena de vida. El comercio florece en cada esquina, es más, cada pocos metros hay alguien vendiendo algo para ganarse la vida.

En Perú no existe prestación del desempleo en consecuencia la tasa de desempleo está en aproximadamente en el 3%, pero sorprendentemente no se ve mendicidad por las calles, ni tampoco a gente pasando penumbras o desnutridos. Las tiendas están

bien abastecidas en toda clase de bienes. Y otra cosa que llama la atención es lo bien que hablan castellano. Me atrevería a decir que es el castellano más bonito de toda América Latina, con un muy extenso vocabulario y un magnífico uso de las palabras correctas en momentos adecuados y todo esto de manera muy natural. Parece que en colegios enfatizan mucho el uso correcto de palabras y el idioma en general.

Hay tantas cosas para ver que se hace difícil saber por dónde empezar. Creo que tradicionalmente hay que arrancar por el centro de la ciudad o sea la Plaza de Armas. En el centro histórico de la ciudad conserva una bella fuente de bronce que es el único resquicio que se conserva de su trazado original. Alrededor de la plaza están situados algunos edificios más significativos con la espléndida catedral de la Inmaculada donde descansan los restos de Francisco Pizarro y no como con-

“Una mención aparte merece la cocina peruana. Es todo un descubrimiento.”

quistador, sino por haber sido fundador de Lima. El Palacio de Gobierno y Arzobispado también rodean la plaza. La Iglesia y el Convento de Santo Domingo con una espléndida biblioteca, claustro, precioso patio y donde están enterrados Santa Rosa y San Martín de Porres, Santuario de Santa Rosa de Lima la Patrona del país, Iglesia de la Merced donde San Martín declaró la independencia y donde se ofreció la primera misa en Lima pero que ha sufrido derrumbamientos, temblores e incendios y que no está en su mejor estado y la Iglesia y Convento de San Francisco una de las construcciones religiosas más impactantes de Lima con un maravilloso claustro con azulejos de Sevilla del siglo XVII son de los



mejores exponentes de la arquitectura y el arte religioso del país cuya población es en 95% católica.

Igual de interesantes son las Casas Aliaga y Goyoneche y el Palacio de Torre Tagle y una auténtica perla - Museo Larco que en manera cronológica exhibe impresionantes galerías de más de 3000 años de desarrollo de la historia del Perú precolombino y que posee una colección muy especial de oro y plata del antiguo Perú. Todo en un entorno de diseño muy moderno donde el aire libre, la luz, el ambiente y la manera de presentar las piezas expuestas hacen una auténtica delicia de la visita y si a todo esto añadimos que dentro hay un muy buen restaurante estaremos ante una mezcla perfecta para unas horas en este fantástico museo.

Monumentos arqueológicos de Huaca Pucallana, Huallamarca y sobre todo el santuario Pachacámac del siglo III con las edificaciones construidas de barro y palacios, templos y plazas ya levantadas durante la dominación Inca son de una visita obligatoria. El pintoresco cerro de San Cristóbal con las coloridas casas, el moderno barrio de Miraflores pegado a la orilla del océano con muy buenos restaurantes y unas vistas muy bonitas son otro de los atractivos de la ciudad.

Una mención aparte merece la cocina peruana. Es todo un descubrimiento. Sabrosa, con unos ingredientes de primera calidad y unos cocineros de quitar el sombrero. En todos los sitios independientemente de categoría se come muy, pero que muy bien y además cuidan muy mucho la presentación de los platos. Siendo un país a las orillas del Pacífico no hace falta decir que los pescados y los mariscos son de una calidad y frescura extraordinaria. Es un verdadero placer comer en Perú y más si cabe todavía ya que los precios son muy atractivos para nuestros bolsillos.

Resumiendo: Un notable para Lima. Ciudad atractiva, con mucha historia, muchos monumentos, bien de precio, con gente muy amable y servicial. Se nota que están apostando mucho por el turismo y esto se nota. Como en todos los países en pleno desarrollo tiene algunas lagunas pero la verdad que éstas no son importantes y es fácil sobreponerse a ellas.



Nuevos destinos, nuevas culturas.

Haz volar tu imaginación con nuestros últimos destinos: Tokio, Johannesburgo y San Juan de Puerto Rico. Tres vuelos semanales para descubrir el mundo desde otros puntos de vista.

Encuentra tu destino en iberia.com



75 AÑOS CON
AMÉRICA
LATINA



La Champagne,

*donde la felicidad está
hecha de pequeños instantes*



La CHAMPAGNE
LA MARNE

www.tourisme-en-champagne.com