

ACAVE nos informa...



ACAVETRAVELLERS.COM
PREMIOS ALIMARA

El pasado 20 de abril 2017, se celebró la Noche de los Alimara, en el Campus Internacional de Turismo, Hotelería y Gastronomía CETT-UB donde se acogió la entrega de los Premios Alimara a la promoción turística nacional e internacional, los cuales este año se han renovado coincidiendo con su 33 edición. Impulsados por el Grupo CETT, conjuntamente con B>Travel, el Salón Internacional de Turismo de Cataluña. El acto de entrega de los premios, fue presidido por Jordi Baiget, Conseller de Empresa y Conocimiento de la Generalitat de Cataluña.



Durante la Noche de los Alimara, se entregaron 14 premios Alimara. Todos los galardonados fueron premiados por haber sobresalido durante el 2016 y principios del 2017, por la calidad del material generado en la promoción turística nacional e internacional. Dentro de

los galardonados, destacar el **PREMIO ALIMARA CAMPAÑA DE FIDELIZACIÓN**, otorgado a la web desarrollada por ACAVE, www.acavetravellers.com, y dirigida al consumidor final, distinguida por la calidad y seguridad de la información de su contenido.

CURSOS DE FORMACIÓN
ACAVE

En el sector de las Agencias de Turismo se ha producido un cambio drástico de modelo de negocio, dado que su público objetivo ha cambiado la forma de adquirir productos y servicios.

Desde ACAVe queremos cubrir todas las necesidades formativas que una Agencia de Viajes requiere en la actualidad para adaptarse a los modelos de negocio digitales y así hacer frente a las necesidades de sus clientes. Con este objetivo ACAVE organizó, durante los meses de febrero y marzo, tres Cursos Formativos, enfocados a aportar a nuestros asociados un conocimiento especializado y en los cuales participaron más de 40 agentes de viajes en cada una de las formaciones.

o **22 de Febrero en Barcelona:** Uso de herramientas para el trabajo en equipo y planificación con Kanban.

o **21 y 22 de Marzo en Barcelona:** Email Marketing (Active Campaign).

o **4 de Mayo en Barcelona:** Cómo crear planificación de contenidos web/blog y redes sociales

FAMTRIP ALELLA
5 DE MAYO 2017

El pasado 5 de mayo la Gerencia de Servicios de Turismo de la Diputación de Barcelona conjuntamente con ACAVE organizaron para las agencias de viajes miembros de la Asociación, un famtrip para conocer ALELLA y su propuesta enoturística y modernista, a fin de conocer un poco más las variadas actividades y recursos que ofrece la provincia

de Barcelona y que dispongan de la mejor información en el momento de realizar la programación de sus viajes. Dicho famtrip constó de una visita de un día en Alella, teniendo la oportunidad de conocer la finca Bouquet Alella, quienes poseen 13 hectáreas de viñas plantadas desde hace más de 25 años, continuando con una visita de Alta Alella, donde se visitó una bodega de referencia familiar, finalizando un Tour por la Alella Modernista, acompañados del Arquitecto de Alella, el Sr. Salvador Ribas.



VIAJE LARGA DISTANCIA:
KENIA
23 ABRIL AL 2 MAYO 2017

En el mes de abril, del 23 de abril al 2 de mayo 2017, ACAVe celebró su viaje de larga distancia que en esta ocasión tuvo lugar en KENIA.

Se confeccionó un atractivo y completo programa que nos permitió conocer este fascinante país, sus paisajes, su fauna y su naturaleza exuberante. En esta ocasión, contamos con la inestimable colaboración de Abercrombie & Kent y Qatar Airways. Durante nuestra estancia, visitamos el Mount Kenia, la Reserva



Nacional de Samburu, el Parque Nacional de Nakuru, el Lago Naivasha, la Reserva Nacional de Maasai Mara, finalizando el viaje en Nairobi. Participaron un total de 25 agentes de

viajes y el grupo regresó con un imborrable recuerdo de su estancia en este maravilloso país, y estamos convencidos que dicho viaje contribuirá a incrementar el flujo de turistas a Kenia.

I MEETING ACAVE
ANDALUCÍA
19-21 MAYO 2017

El pasado mes de mayo, ACAVe celebró su primer Meeting ACAVe, siendo el destino elegido Sevilla y El Rocío. Con esta nueva iniciativa, ACAVe quiere propiciar un encuentro distendido y de Networking entre los asociados, a la vez que conocer recursos y productos turísticos. Para este primer encuentro contamos con la inestimable colaboración de Turismo Andaluz, Diputación de Sevilla, Patronato Provincial de Turismo de Huelva, Visita Sevilla y Vueling Airlines, quienes confeccionaron un atractivo programa

que nos permitió por un lado establecer relaciones profesionales con el sector turístico andaluz en una Jornada de trabajo que se celebró el 19 de mayo, así como disfrutar de un agrada-

ble fin de semana visitando Sevilla y recorriendo parte del camino hacia la Aldea del Rocío y un agradable paseo en 4x4 por el Parque Nacional y Natural de Doñana.



WEB ACAVETRAVELLERS

La web www.acavetravellers.com, es una plataforma tecnológica creada por ACAVe de promoción turística, innovadora y que mejora la experiencia de los viajeros en la contratación de sus viajes y ponen en valor el papel de las agencias de viajes en la organización y comercialización de servicios turísticos.

La web es un punto de referencia para los consumidores a la hora de buscar información sobre sus viajes, incluyendo información útil para viajar, los principales derechos de los pasajeros, avisos e incidencias de interés para los viajeros y un blog con artículos sobre viajes y recomendaciones.

El Blog se presenta como un resumen de artículos de viajes redactados por las agencias de viajes asociadas que buscan ser una inspiración para el viajero a la hora de decidir su destino y se recopilan en diferentes categorías (aventura,

cultura, naturaleza y sol y playa). Para que sea más fácil encontrar la agencia de viajes, se incluye un buscador de agencias por especialización, así como un geolocalizador de agencias ACAVe.





**JORNADA SEGUROS:
LOS SEGUROS A DÍA DE HOY
01 JUNIO 2017**

ACAVe reunió en Barcelona el pasado 1 de Junio en el Auditorio del Museo de Historia de Catalunya a sus asociados a una jornada técnica bajo el título “**Los seguros a día de hoy**”, para que conocieran los nuevos productos sobre seguros, la situación actual existente en el mercado y como afecta al sector del turismo.

Martí Sarrate, Presidente de ACAVe destacó que “*aunque estamos a años luz de algunos países europeos, hoy la tendencia actual en España es que un buen seguro entra dentro de la planificación del cliente, cuando contrata una agencia de viajes. Los agentes de viajes somos los sufridores cuando un cliente tiene una incidencia. Nuestro esfuerzo en horas, dedicación y gastos de gestión es del todo tangible. Ese valor, ese trabajo tendría que reconocerse.*”

La primera mesa redonda con el título “**Los seguros de asistencia en viaje**” contó con la participación de Josep Garcia, Manager Turismo y Responsable Desarrollo Travel Aon; José Antonio Sartorio, CEO de Winsartorio Asesores de Seguros; Oscar Esteban, Director Comercial ERV; Jordi Ferrer, Director de Ferrer & Saret siendo moderado por Raífa García-Planas, Director General de Bontur Viajes y Vicepresidente Área Vacacional de ACAVe. Se han planteado temas como si las agencias de viajes están asegurando correctamente tanto

al cliente como a la propia agencia, los seguros de libre desistimiento (cancelación) o los gastos de gestión de la agencia de viajes.

Oscar Esteban recordó que “*en España solo contrata un seguro de viaje un 25% mientras que en Holanda es un 89% y en Dinamarca un 76%. Estamos muy lejos de acercarnos aún a estos países. Nos queda mucho trabajo por delante para concienciar al viajero de la necesidad de un seguro*” y sobre el conocimiento de los agentes de viajes sobre seguros, Jordi Ferrer destacó que “*nosotros somos agentes de viajes, no de seguros, pero no nos queda otra. Tenemos que tener a las aseguradoras como proveedores prioritarios porque son vitales, son nuestro aval y garantía. Para nosotros nuestra norma es que no sale viaje sin seguro*”.

Josep Garcia remarcó que “*el agente de viajes está en el ojo del huracán, es la parte más débil. Es importante la obligatoriedad ordenada por la legislación. El ofrecimiento del seguro fideliza al agente y lo convierte en una garantía para el viajero.*” y José Antonio Sartorio sobre los siniestros comentó que “*cuando se produce una situación grave, el viajero contacta con la agencia de viajes. Las compañías de seguros constantemente están innovando con una legislación que cambia y se incrementa.*” La mesa redonda “**Las nuevas garantías de las agencias de viajes**” fue moderada por Catiana Tur, Gerente de ACAVe, que preguntó a los representantes de las aseguradoras sobre las diferencias entre la póliza de responsabilidad civil y la de caución; sobre si las

agencias de viajes están revisando y actualizando las pólizas de responsabilidad civil y sobre temas nuevos a incluir como la repatriación y sobre la nueva normativa destacando que “*Cataluña ha sido la pionera, ya tenemos una nueva normativa aprobada de la nueva garantía para proteger al consumidor y la Rioja también la acaba de aprobar. El resto de las CCAA también la están debatiendo y van a tener que aprobarlas.*” Josep Garcia destacó que “*se está pidiendo que la gente tenga una cobertura con el tema de la repatriación y creo que va a producirse en contadísimas ocasiones, no obstante las compañías aseguradoras ya tienen productos que cubren esta repatriación en caso que deban prestarse.*”

José Antonio Sartorio dijo que “*cuando se produce una insolvencia, la compañía aseguradora cubrirá los gastos de repatriación y de alojamiento previo en el caso de que sea necesario*” a lo que Catiana Tur añadió “*cuando una agencia de viajes se muestra insolvente afecta la reputación y la credibilidad del resto de las agencias, motivo por el cual es importante que las pólizas de caución sean efectivas y den respuesta en el momento en que se produce esta insolvencia.*”

Las diferencias entre viajes combinados y servicios de viaje vinculados también ha centrado el debate porque las agencias tienen que ofrecer la garantía y qué tipo de pólizas van a cubrir las: José Antonio Sartorio explicó que “*la diferenciación es compleja y complicada. Se está preparando una única póliza que combinará las dos*” y coincidió con Josep Garcia “*entendemos que tendría que ser una única póliza que cubra la facturación de las dos por parte de la agencia de viajes*”.

En la segunda mesa redonda “**Las nuevas garantías de las agencias de viajes**”, siendo moderada por Catiana Tur, Gerente de ACAVe contando nuevamente con la participación de Josep Garcia, Manager Turismo, Responsable Desarrollo Travel en Aon, José Antonio Sartorio, Ceo de Winsartorio.

Al concluir la Jornada se realizó una presentación y posterior visita al Museo de Historia de Catalunya a cargo de Margarida Sala, Directora.



**IV NOCHE DEL SOCI
29 JUNIO 2017**

ACAVe, celebró el 29 de Junio en el Baluard del Poble Espanyol la IV Noche del Socio, con la asistencia de más de 200 invitados que disfrutaron de la cita anual del sector. Para esta ocasión ACAVe convirtió la plaza en una carpa luminosa de fiesta mayor, inspirándose en las numerosas fiestas de verano que se celebran en todos los pueblos y ciudades. Martí Sarrate, Presidente de ACAVe dio la bienvenida y destacó en su intervención “*que el ambiente festivo y distendido que acompaña siempre a la Noche del Socio, también va acompañado de buenas previsiones para esta temporada estival, en la que se prevé batir nuevos records turísticos y en la cual, con un aumento del 10%, se consolida el crecimiento sostenido de las reservas en las agencias de viajes*”.

Como cada edición, la Asociación entregó los Premios Noche del Socio. En esta ocasión distinguió el blog publicado por los asociados en la web www.acavetravellers.com que más likes había recibido por parte de los usuarios en el Facebook de ACAVe y la anécdota más curiosa de los miembros adheridos.

**VIAJE CORTA DISTANCIA
ACAVE: AZORES
28 OCTUBRE AL 1 NOV 2017**

Del 28 de octubre al 1 de noviembre 2017, ACAVe celebrará su viaje, en esta ocasión a Azores. Desde que ACAVe en 1988 celebró su primer Congreso es costumbre de ACAVe organizar este tipo de encuentros que permitan por un lado, profundizar en la riqueza turística del



Los premiados fueron:

Mejor blog en “acavetravellers.com”: Xavi Fernández Viajes. Con Islas Cook “El pequeño Paraíso”

Mejor anécdota de un Miembro Adherido: MedVisit con MediVisit y la Sal a la Vida”.

destino elegido y por otro, fomentar e intensificar las relaciones y colaboraciones profesionales entre nuestros agentes y el sector turístico del destino elegido. Se ha confeccionado un atractivo y completo programa que nos permitirá conocer la Ciudad de Punta Delgada y en profundidad la isla de San Miguel: Furnas, el Jardín Botánico Terra Nostra, Mirador de Santa Iria, Ribeira Grande, las Lagoas de Sete Cidades y Fogo, y donde tendremos la oportunidad tam-

bién de realizar una salida al mar para la observación de cetáceos. En esta ocasión, contamos con la inestimable colaboración de la Oficina de Turismo de Azores, Azores Airlines y Melo Travel. Desde la Junta Directiva de ACAVe queremos haceros partícipes de la gran ilusión que hemos puesto en este viaje y os animamos a participar y celebrar este acontecimiento.

electrónica de la Agencia Tributaria. Por ello el 6 de Junio en Barcelona y el 7 de Junio en Madrid, ACAVe realizó una sesión informativa para los afectados del SII, que fue impartido por Sr. Javier López y Eva González del despacho C.L.M Asesores, asesores fiscales de ACAVe. Acudieron a estas sesiones representantes de más de 50 empresas que obligatoriamente tendrán que acogerse a este nuevo sistema.

Para más información pónganse en contacto con maria-pla@acave.travel

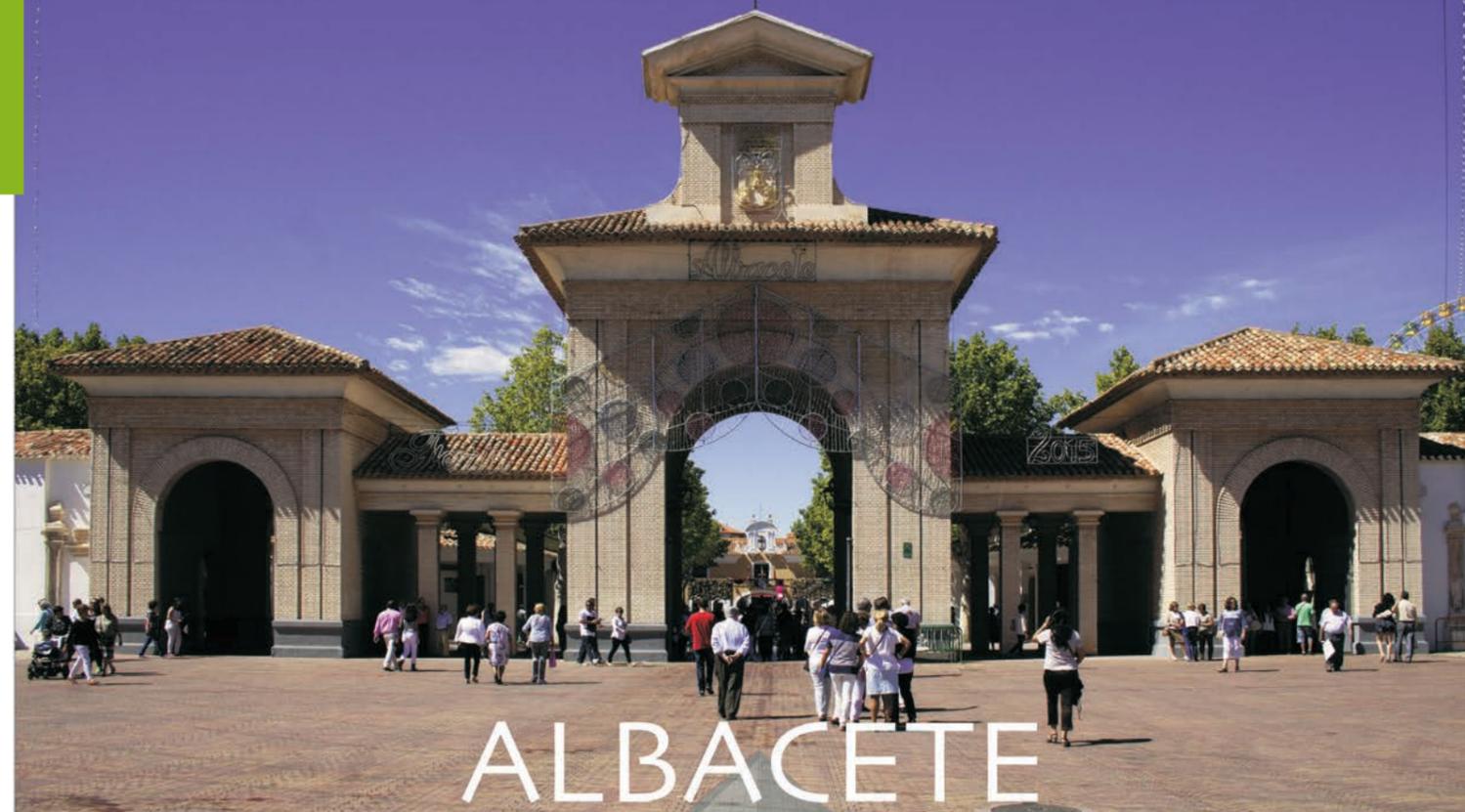


ACAVE CONSTATA QUE LAS RESERVAS PARA EL VERANO AUMENTAN UN 10%, CONSOLIDÁNDOSE EL CRECIMIENTO

El número de reservas de viajes para este verano se consolida con el aumento del 10% según la encuesta que ACAVe realiza entre sus asociados. La tendencia al alza iniciada ya en los años anteriores se mantiene. Se consolida también el hecho que el consumidor reserva con mayor antelación, el 50% de las agencias consultadas confirma que entre 3 y 6 meses antes de las vacaciones veraniegas los consumidores reservan sus vacaciones y el 45% entre uno y tres meses. El consumidor es consciente de que reservando con una mayor antelación sus vacaciones puede conseguir unas mejores condiciones, así como asegurarse la contratación de los servicios y productos turísticos que son de su interés. Igualmente destacar que los consumidores depositan su confianza en las agencias de viajes a la hora de contratar sus vacaciones. Martí Sarrate destaca que *“las agencias de viajes nos hemos convertido en la garantía de seguridad para que el consumidor disfrute de sus vacaciones plenamente y si encuentra algún percance se resuelva de manera rápida y eficiente, y este hecho lo valora cada vez más el consumidor”*. El sector se muestra optimista ante la consolidación del aumento de reservas, señala que de cara al mes de septiembre las perspectivas también son muy buenas. La relación calidad-precio sigue siendo un factor importante para escoger un destino, aunque no es el único. La consolidación de un entorno con una mayor estabilidad laboral genera que la mayoría de consumidores planifique con mayor antelación porque ha visto que obtiene

mejores condiciones que reservando a última hora. Otro factor a tener en cuenta que corrobora el optimismo es que la duración de los viajes también se ha alargado y se sitúa entre los 8 y 15 días de media, con un gasto medio entre 1.500 y 2.500 euros. Los viajes de larga distancia siguen siendo los preferidos para la temporada estival, en la cual el consumidor dispone de un mayor tiempo para disfrutar de sus vacaciones. Los destinos de playa destacan por encima del resto en los viajes nacionales: Islas Baleares y Cataluña siguen posicionándose en primer lugar, Andalucía pasa a segundo lugar seguido de las Islas Canarias. El norte de España, País Vasco, Navarra y Galicia por su paisaje y su gastronomía son preferidos por los consumidores que prefieren disfrutar de la montaña y del turismo interior y se va posicionando La Rioja como un enclave para disfrutar también de sus rutas a parte de sus reconocidos viñedos. En destinos de media distancia, Europa continúa manteniendo la demanda. Si bien, alguna de las capitales europeas como París y Londres han notado un ligero descenso de la demanda debido a los recientes atentados terroristas, cada vez más aumentan otros destinos europeos como pueden ser Rusia y los Países Escandinavos con una mayor demanda. Los cruceros por el Mediterráneo y los cruceros fluviales por Europa son productos también al alza, debido a la comodidad que suponen para el viajero, a la buena relación calidad-precio y por la apuesta constante de las compañías na-

vieras mejorando sus buques y sus prestaciones. Respecto a los destinos de larga distancia, destacan rutas y viajes organizados a Asia, destinos como Japón (con grandes promociones y una muy buena relación calidad-precio), Indonesia, Tailandia, Vietnam, India y Estados Unidos, Canadá, Cuba, México y Costa Rica también destacan como destinos en el continente americano. En África destacan los productos de safari como Kenia y Madagascar. Desde un punto de vista receptivo, las agencias de viajes prevén también una muy buena temporada con nuevos records turísticos, destacando el aumento de los mercados francés, alemán, estadounidense y árabe, así como el buen comportamiento del mercado británico, del holandés, del belga y del canadiense. También se constata el crecimiento del mercado ruso, ya iniciado en el 2016. Asimismo destacar el crecimiento del turismo interior, sobre todo debido al mercado de proximidad nacional. Desde la Asociación se remarca la importancia de contratar las vacaciones a través de una agencia de viajes, pues son las únicas que de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente pueden organizar y comercializar viajes combinados, ofreciendo en este caso a los viajeros las debidas garantías y la asistencia en el caso de que se produzca alguna incidencia durante el viaje. Martí Sarrate destaca la importancia de que los consumidores comprueben que la empresa con la que están contratando sus vacaciones, dispone de todas las garantías legales establecidas. En este sentido destaca la puesta en marcha este año de la web www.acavetravellers.com en la que se pueden consultar todas las agencias de viajes asociadas, que están obligadas a dar cumplimiento al Código Ético de ACAVe y que disponen de las garantías legalmente establecidas. Asimismo pone en valor el servicio ofrecido por las agencias de viajes asociadas, que no se limitan a la organización y comercialización de los viajes, sino que en caso de incidencias que puedan tener lugar durante el viaje, trabajan para ofrecer soluciones a sus clientes, defendiendo los intereses de los pasajeros ante los proveedores, como puede ser el caso de retrasos y cancelaciones en vuelos.



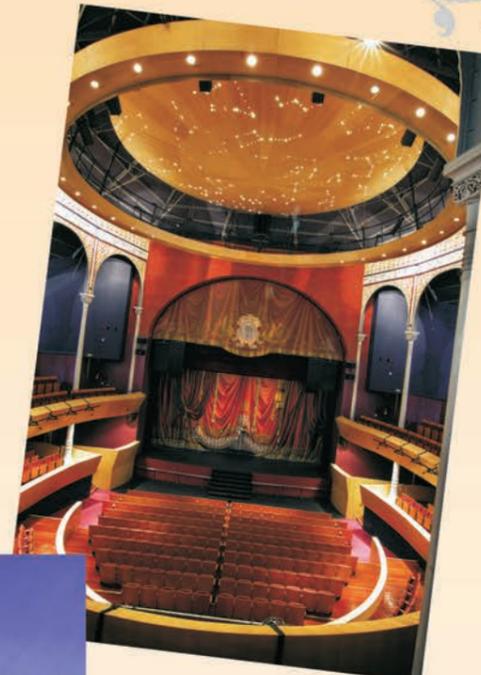
Una FERIA para los sentidos

DEL 7 AL 17 DE SEPTIEMBRE

Una ciudad por descubrir
Te esperamos!



● Pasaje Lodares



● Teatro Circo



● Museo de la Cuchillería





AVIBA nos informa...



AVIBA RENUEVA SU IMAGEN

La Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de las Islas Baleares nació hace 40 años, cuatro décadas marcadas por la ilusión y la defensa de los intereses de los agentes de viajes. Era el año 1977, España se abría al asociacionismo y ahí quisimos estar nosotros apostando fuerte por los colectivos involucrados en la industria turística. En aquel momento ya se preveía que Baleares iba a ser un referente a nivel mundial en cuanto a vacaciones. Lo que hizo AVIBA desde un primer momento fue acompañar, durante esa transición, a las fuerzas políticas existentes pero siempre desde una perspectiva apolítica y sin ánimo de lucro.

AVIBA PIDE UN PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO PARA LAS ISLAS BALEARES

El presidente de AVIBA, Toni Abrines, ha solicitado al gobierno de las Islas Baleares un Plan Estratégico de Turismo que recoja una serie de medidas con el fin de impulsar la competitividad de las empresas relacionadas con el sector turístico y mantener nuestras islas como destino prioritario para todas aquellas personas que, año tras año, deciden visitar nuestro archipiélago. Un plan que además genere mayor riqueza y empleo así

Actualmente las Agencias de Viajes integradas en AVIBA representan básicamente el 90% del turismo que llega a Baleares, tanto internacional como nacional, y los Tour Operadores representados en España por las Agencias de Viajes con sus sedes centrales en Baleares movilizan más del 50% del tráfico turístico nacional. La evolución de nuestra agrupación ha sido imparable desde que un grupo de distinguidas personas que representaban esos inicios decidieron abanderar el proyecto que hoy está perfectamente consolidado en nuestra comunidad. Conscientes de esa evolución, y de que los tiempos han cambiado, AVIBA está apostando en los últimos meses por un cambio de imagen, más moderna y acorde a los nuevos tiempos y a nuestra realidad. Somos Mediterráneo y eso significa ser mar, sol, infinitas puestas de sol, horizonte, luz... en definitiva, AVIBA, y Baleares, es azul y es amarillo. Por ello, la primera idea fue cambiar los colores que nos identificaban. Orgullosos de nuestro anterior logotipo, con el que hemos convivido estas cuatro

como bienestar de los ciudadanos porque "no hay que olvidar que todos, directa o indirectamente, vivimos del turismo en nuestra tierra" ha remarcado Abrines. Para ello es imprescindible elaborar un decálogo que recoja las principales necesidades del sector turístico, un plan sostenible y que perdure en el tiempo sin tener que depender de cambios políticos. Por este motivo, desde AVIBA se insta a que participen todas las fuerzas políticas representadas en el Parlamento Balear, un plan que nazca con capacidad de consenso. Tal y como apunta Abrines, "tiene que existir voluntad de todas las partes implicadas y el reconoci-

décadas, buscamos en esta nueva etapa esos colores más mediterráneos, que ríamos representar bajo nuestras siglas todo lo que viene siendo la unión de Baleares y las agencias de viaje. Por ello, y manteniendo el mismo acrónimo, decidimos destacar nuestra luz a través de dos colores; el azul y el amarillo anaranjado que simbolizan el mar, el cielo y la caída del Astro Sol.

Por otro lado, buscamos algo sencillo pero a la vez lleno de simbolismo porque la realidad del siglo XXI está marcada por las líneas más sobrias. La inmediatez con la que vivimos, motivado seguramente por el impulso de las nuevas tecnologías, nos llevó a imaginar líneas rectas y rápidas que, en un simple vistazo identificaran nuestro logotipo con la realidad balear. Y así nace la nueva AVIBA; letras en un azul que nos recuerda al cielo, con un toque marino a su paso por la IB de nuestras siglas; porque la profundidad del Mediterráneo no se podía obviar y así marcaba la distinción que nos hace únicos y manteníamos la unión de lo que representamos: las Islas Baleares, y un toque de puesta de sol que rememora todas las tardes de verano en las que, desde cualquier punto de Baleares, hemos soñado y trabajado por defender los intereses de nuestra agrupación, por hacer de nuestras islas un destino único con el que sueñan millones de personas de cualquier rincón del mundo y, por supuesto, acompañar, con seguridad, a todos nuestros residentes que año tras año desean conocer nuevos horizontes más allá de nuestra tierra.

miento de que el turismo es el motor que impulsa la economía de nuestras islas, que sea participativo y que sea abierto". La conectividad, los excesos de un determinado tipo de turismo y la necesidad de impulsar nuestra promoción interior así como fidelizar nuevos intereses turísticos, que vayan más allá del sol y playa, hacen más que justificable que nos pongamos todos en marcha a trabajar con todos los recursos que sean necesarios, bajo la experiencia de los expertos en la materia que puedan basar sus planteamientos en la experiencia, y dentro de un marco normativo que garantice la calidad y la innovación de nuestro turismo.



ÉXITO DE PARTICIPACIÓN EL LA II EDICIÓN SA NIT D'AVIBA

A finales de junio, y por segundo año consecutivo, AVIBA celebraba su encuentro de agentes de viajes, directivos y empresas del sector. Una velada que se caracterizó por la afluencia de personas que vinieron a pasar un buen rato y a compartir experiencias con otros profesionales. Iniciamos la velada al cierre de las oficinas y cuando el sol decidía darnos tregua en estos días marcados por un calor algo sofocante. Por ello, no pudimos elegir mejor marco; al lado de nuestro mar

y con unas vistas inmejorables a la Catedral y al Castillo de Bellver. Antes de servir el *finger food* se dio paso a unos breves discursos por parte del presidente de AVIBA, Toni Abrines, que aprovechó la ocasión para presentar la nueva imagen corporativa de la Agrupación. Además intervinieron los cuatro Patrocinadores Premium del evento; Iberia, Interriás, Tramuntana y Amadeus, que explicaron y proyectaron unas imágenes de sus modelos de gestión, intervino también la autoridad institucional que nos acompañó durante la velada. Hubo sorteos de viajes, fines de semana en hoteles etcétera. La noche avanzaba con ritmo y música pinchada por Juan Campos, un DJ muy



conocido en las islas y que puso el broche a una noche cargada de simbolismo. El presidente de AVIBA, Toni Abrines, destacó la presencia de parte de los socios fundadores y de la mayoría de presidentes que han estado al frente de la Agrupación, lo que le dio un carácter más institucional con respecto a la edición pasada. "Precisamente porque no se cumplen 40 años todos los días hemos querido dar a este encuentro un carisma formal pero sin restar diversión a nuestra fiesta. La combinación de ambos ha resultado perfecta" ha apuntado Abrines. La velada finalizaba a media noche, con risas, buen ambiente y pensando en poner fecha para la tercera edición.



AAVOT nos informa...



AAVOT COLABORA CON EL GOBIERNO DE CANTABRIA PARA DIFUNDIR EL AÑO JUBILAR LEBANIEGO

El presidente de la Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria (AAVOT), Eduardo García, y el consejero de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria, Francisco Martín, han firmado un acuerdo de colaboración para la difusión del logotipo del Año Jubilar Lebaniego. De esta manera, la Asociación se compromete a divulgar la imagen del acontecimiento en todas aquellas activi-



dades e iniciativas que desarrolle a lo largo del año.

La conmemoración de "Cantabria 2017, Liébana Año Jubilar" es un acontecimiento internacional que atrae a multitud de peregrinos, lo que sin duda supone una oportunidad única para dar a conocer la Comunidad Autónoma de Cantabria, favoreciendo su desarrollo en sectores como el económico, social o cultural, y la difusión de su imagen como una marcha de calidad turística reconocida basada en los valores culturales, históricos, naturales, etc., de la región, lo que sin duda redundará en be-

neficio mutuo de ambas entidades. AAVOT y el Gobierno de Cantabria coinciden en la necesidad de aunar esfuerzos para dar una difusión adecuada y coordinada a la conmemoración del evento, a través de las actuaciones que cada una realiza en su propio ámbito. Son conscientes de que gran parte del éxito de la celebración del "Año Jubilar Lebaniego" depende, en gran medida de una ambiciosa campaña publicitaria elaborada por el ejecutivo cántabro y apoyada por distintas entidades representativas de intereses sociales en todos los ámbitos.

MIEMBROS ADHERIDOS CEAV

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 workshops CEAV.

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

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 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.



construimos contigo

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



www.ceav.info