

ACAVE nos informa...



**III JORNADA RECEPTIVA
ACAVE
16 de noviembre de 2017**

ACAVE organizó el pasado 16 de noviembre en la Aula Magna de la Universidad de Barcelona, la III Jornada Receptiva de ACAVe "La permeabilidad del turismo", delante de más de 100 asociados. Jordi Martí, Vicepresidente de ACAVe inauguró la Jornada remarcando que "el turismo es permeable a todas las situaciones sociales y políticas que suceden a su alrededor. Por eso los últimos hechos acontecidos en Cataluña: la huelga que se realizó diferentes días en el Aeropuerto de Barcelona, los lamentables atentados y la situación política ha repercutido considerablemente en el sector"

La primera ponencia titulada "Los destinos turísticos y la movilidad interna" fue a cargo de José Antonio Donaire, geógrafo y profesor en la Facultad de Turismo de la Universitat de Girona que remarcó "la necesidad de una Barcelona muy potente que modere su hegemonía a escala catalana y amplíe su oferta turística a región metropolitana". Donaire puso como ejemplos: el portal de Londres (visitlondres.com) donde se invita a visitar París o el portal de Madrid donde su imagen es el acueducto de Segovia. Las dos coinciden en ofrecer como propias, otras destinaciones para diversificar la oferta. Donaire destacó que "cada vez más hay una competitividad hegemónica entre las grandes ciudades, cada vez más tendremos ciudades atractivas que tendrán una gran atracción internacional y otras invisibles que tendrán una atracción regional. Barcelona ha conseguido situarse entre estas grandes metrópolis pero, esta posición es frágil si no conecta con otros territorios cómo la Costa Brava por ejemplo, que la dotará de una mayor diversidad e identidad."



La segunda ponencia titulada "Proyecto turístico metropolitano y la permeabilidad territorial" con Francesc Vila, gerente de servicios de turismo de la Diputación de Barcelona también incidió en la necesidad de diversificar el destino, para crear de nuevos que lo enriquezcan: "Barcelona ha pasado de tener 2 millones de turistas, hace 30 años, a casi los 10 millones actuales. Esta expansión es causada porque el turismo se ha concentrado en unos pocos iconos de la ciudad." Sobre la movilidad del turista, Vila remarcó "el 95% de los turistas que pernoctan en Barcelona no tienen previsto salir de ella. Y en cambio, el 10% de los que están alojados fuera han visitado la ciudad y un 25% tiene previsto hacerlo. El reto que se plantea a Barcelona es 'convertirse en un destino con gran movilidad. Está preparada, pero se tiene que explicar y sobretodo promocionar y difundir todas las interesantes alternativas al city break."

La tercera ponencia "Creación de productos para la gestión del turismo" fue a cargo de Anna Sans, directora de la agencia Trek and Ride, quien incidió en la importancia de "realizar un trabajo de campo para conocer con detalle el territorio y así poder crear un producto turístico paralelo a las necesidades del mercado. Es del todo necesario, hacer un análisis exhaustivo de todos los equipamientos, de los precios y de la viabilidad económica para conseguir un producto turístico de éxito." Respecto a Barcelona, Sans aclaró que "pese a que no se visite en un producto, es del todo vital y necesaria para la creación y promoción de nuevos."

En la mesa redonda "Flujo de turistas organizados" intervinieron Francesc Vila, Anna Sans, Jaume Dulsat, Vicepresidente del Patronat de Turisme de Girona; Montse Arnau, Directora de Barcelona Shopping Line-Barcelona Shopping City Turisme de Barcelona y como moderador Jordi Martí. Jaume Dulsat remarcó que "cada destino tiene que buscar su propia especialización, por ejemplo, el turista que va a Lloret pernocta, pues dispone de una oferta con más de 30.000 plazas hoteleras, y desde allí visita el territorio." Montse Arnau sobre el turismo de compras destacó "hemos posicionado Barcelona en el turismo de compras, limitando el territorio con el shopping line. Ahora, este hecho ha cambiado, el turista quiere conocer cosas nuevas y tenemos que ofrecer una oferta singular y que guste al ciudadano. Barcelona necesita alimentarse del entorno, esto le da valor e identidad. Hemos creado un Unic shop (tiendas únicas) en Barcelona, incluyendo también las tiendas de los museos, para recuperar la singularidad e identidad". Francesc Vila remarcó la necesidad de posicionar la movilidad como un valor añadido "el reto es tener la mente abierta para conectar cosas y ofrecerlas al ciudadano. Hemos de conseguir una Barcelona conectada y transversal". Para Ana Sans "la marca Barcelona es importante en la promoción, especialmente en algunos mercados siendo muy importante que vayan acompañadas de fam trips en el destino." Finalmente Jordi Martí recordó que "la promoción de marcas ha de ir siempre acompañada de las agencias de viajes para lograr una mejor comercialización del producto."



**VIAJE DE ACAVe
A LAS AZORES
28 de octubre al 1 de
noviembre de 2017**

El pasado mes de octubre, del 28 de octubre al 1 de noviembre, ACAVe celebró su viaje de corta duración, que en

esta ocasión tuvo lugar en AZORES. Con un nutrido grupo de más de 45 personas pudimos visitar y conocer la ciudad de Ponta Delgada, Furnas y su espectacular Jardín Botánico Terra Nostra, el Mirador de Santa Iria, Ribeira Grande, Vila Franca do Campo, las maravillosas lagoas de Sete Cidades, Furnas y Fogo, así como disfrutar de la inolvidable ex-

periencia de salir al mar para la observación de cetáceos. Contamos con la inestimable colaboración de la Agencia de Viajes MELO TRAVEL, de la Oficina de Turismo de las Azores (www.visitazores.es), Azores Airlines y Tap Air Portugal.

**ACAVE EN LA WTM2017
Del 6 al 8 de noviembre**

Por cuarta vez, ACAVe participó en la edición de la World Travel Market de Londres que se celebró del 6 al 8 de noviembre 2017. Las agencias de viajes receptoras que así lo solicitaron, conjuntamente con ACAVe estuvieron presentes en dicha feria, dentro del stand corporativo de la Agencia Catalana de Turisme (ACT) EU 1800. Las agencias participantes fueron: Barcelona On Line, Barcelona Zero Limits, Lifestyle Barcelona, Temps d'Oci, Traveltec i UAB Campus.



**SESIONES FORMATIVAS
CERTIFICACIÓN IATA PCI-DSS
15 y 21 de noviembre 2017**

El próximo 1 de marzo del 2018 todos los agentes de viajes IATA deberán realizar el cumplimiento de las Normas de Seguridad en las transacciones con tarjeta (PCI-DSS).

Por esta razón ACAVe mantuvo en los dos últimos meses diversas reuniones con diferentes empresas certificadoras para gestionar el proceso de certificación del cumplimiento, de PCI-DSS llegando finalmente a un acuerdo con la empresa A2 SECURE, S.L, que cuenta con más de 10 años de experiencia en el sector ofreciendo soluciones para cumplir con la normativa PCI DSS.

Por ello se realizaron dos sesiones formativas gratuitas para nuestros asociados el 15 de noviembre 2017 en Barcelona y el 21 de noviembre en Madrid, de las diferentes alternativas que ofrecen para su cumplimiento, teniendo en cuenta los diferentes modelos de negocio existentes y los tamaños de las agencias.

INFORME ESTRATÉGICO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN ESPAÑA

El pasado 30 de noviembre 2017, el Presidente de ACAVe, el Sr. Martín Sarrate y el Director General de Amadeus España y Portugal, el Sr. Fernando Cuesta, presentaron ante una Rueda de Prensa a la que asistieron más de 25 medios de comunicación, la segunda entrega del "Informe estratégico de las agencias de viajes en España" elaborado por ACAVe y AMADEUS, bajo la dirección del Laboratorio AQR de la Universitat de Barcelona.

Posteriormente, durante el **Tecnology Forum de AMADEUS**, en el que estuvieron presentes más de 300 empresas, se presentó de forma más detallada este estudio el cual su primera edición fue publicada en 2009 y con esta segunda entrega, se ha querido dimensionar y presentar las principales características del sector de las agencias de viajes en España tras la situación de crisis económica vivida en España en los últimos años. Una primera entrega de este segundo informe sobre el comportamiento de los consumidores fue presentada en el **XVII Foro ACAVe** que tuvo lugar el pasado 28 de septiembre en Barcelona.

UN BREVE RESUMEN

Las agencias de viajes españolas viven en la actualidad una situación razonablemente optimista, después de haber sufrido durante años los reveses de una coyuntura económica difícil en nuestro país, según se desprende del Informe Estratégico de las Agencias de Viajes en España que han llevado a cabo Amadeus España y ACAVe (Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas).

Este informe se ha realizado teniendo en cuenta el universo de 4.500 agencias de viajes, basadas sobre una muestra de 2.500 agencias de viaje. Para su elaboración se ha entrevistado a 215 responsables de agencias de viaje españolas pertenecientes a 190 empresas. De acuerdo con esta investigación, el 56% de las agencias participantes dicen que sus ventas han aumentado en el último año y, además, dos de cada tres



agencias tienen una visión positiva de sus ventas para los próximos cinco años. Según este informe, el 58% de los puntos de venta facturan en la actualidad más de un millón de euros al año.

Sin embargo, esta situación ha venido precedida de unos años difíciles, coincidentes con la crisis económica, durante la cual ha disminuido el número de agencias de viaje (que han pasado de 5.500 a 4.500) y puntos de venta (de 14.500 en el año 2009 se ha pasado a 9.500 en el año 2017).

Este proceso ha supuesto una mayor concentración del sector, si bien la atomización continúa siendo el factor predominante. Ha subido el número de agencias con más de dos establecimientos, y un tercio de agencias está ya presente en varias comunidades autónomas. Los autores del informe consideran que el sector de las agencias de viaje es un mercado maduro, donde el 85% de las empresas tiene una antigüedad de más de ocho años, y el 13% se ha creado en los últimos tres años, coincidiendo con la recuperación económica iniciada en 2014.

Estructura del sector

Entre 2009 y 2017 ha duplicado el número de agencias que operan tanto como minorista como mayoristas. En la actualidad, solo el 55% de las agencias de viaje dice trabajar exclusivamente como minorista, frente al 80% que lo hacía en 2009.

A propósito de la rentabilidad de los productos, el estudio señala que para el

79% de las agencias el paquete vacacional sigue siendo el producto más rentable, aunque su ventaja ha caído en 11 puntos respecto al estudio de 2009. Reservas de hotel y otro tipo de servicios (como la reserva y gestión de excursiones, entradas a espectáculos o traslados) van poco a poco ganando presencia entre los servicios con mayor margen económico para las agencias.

De acuerdo con la investigación, dos de cada tres agencias españolas se dedican de manera exclusiva al viaje emisor. De hecho, en ocho años ha aumentado el nivel de especialización, al haber disminuido en 12 puntos el número de agencias con doble actividad (emisora y receptiva). Un 52% de las agencias emisoras se definen como vacacionales (entendiendo por agencia vacacional aquella en la que el 70% de las ventas proceden del producto de ocio), aunque ha aumentado el número de agencias de viaje que se dedican al viaje corporativo, ya sea de manera exclusiva o de manera compartida con el leisure. En términos globales, actualmente el 60% de las ventas totales del sector de agencias en España corresponde a productos vacacionales.

En la actualidad, el 56,5% de las agencias son miembros de una asociación, un 12,5% por ciento más que en 2009. La mayoría valora su pertenencia a la asociación de manera muy positiva, y destacan en particular los servicios de información, de asesoría jurídica y de defensa del sector.

En cuanto a la estructura de gastos de las agencias de viaje, el informe constata

que, en relación con 2009, se mantienen los gastos de personal (suponen un 43%; la partida más importante de gasto para la agencia) y los de tecnología (un 13%, frente a los 12% de 2009). Baja el importe destinado a alquileres (pasa del 23% de 2009 al 10% de 2017) y sube la partida de otros suministros (de 23% de 2009 al 34% en la actualidad).

Comercialización y atención online y offline

Un dato llamativo en el estudio es que, si bien la mayoría de las agencias de viajes declaran tener página web propia, solo el 11% de las agencias de viajes de calle comercializan sus productos a través de ambos canales (*offline-online*), 37 puntos menos que en 2009, año en el que se produjo un gran *boom* a través de ese canal.

La razón, de acuerdo con las conclusiones del estudio, es la redefinición del valor de la atención presencial que las agencias de viaje han realizado en este tiempo: conscientes de que la competición en el *online* es especialmente compleja, las agencias de calle han vuelto a colocar el contacto directo con el cliente como su principal valor competitivo. Aunque Internet haya perdido importancia como canal de venta en gran parte de las agencias físicas, continúa siendo un factor fundamental en su estrategia; de hecho, el 77% de las empresas invierten en este medio para su acción promo-

cional (ya sea en webs informativas propias, redes sociales, buscadores, *blogs*...). En paralelo, la inversión en los canales promocionales más tradicionales disminuye.

El medio preferido, en todo caso, para comunicarse con los clientes sigue siendo el teléfono y el correo electrónico. El 75% de las agencias encuestadas utilizan herramientas de chat como *Whatsapp*, *Wechat* o *Telegram* para dar servicio a sus clientes. Asimismo, el 60% de las agencias declaran tener un teléfono abierto 24 horas. Por otra parte, según el análisis, el porcentaje dedicado a tecnología sigue siendo todavía bajo, en comparación con la importancia que tiene este aspecto para el negocio.

Empleo

El 75% de las agencias cuentan con más de 3 empleados en plantilla, quienes, además, gozan de una situación de cierta estabilidad (el 92% lleva más de 5 años trabajando en el sector). El informe dice también que el de las agencias de viaje es un sector con una alta cualificación profesional: el 54% de los empleados de las agencias tienen estudios superiores. Seis de cada 10 empleados, además, ha recibido formación específica en el último año, aunque el presupuesto para esta partida es muy similar al del año 2009. Con todo, los gastos de personal siguen siendo los más importantes para las agencias.

El Informe Estratégico de las Agencias de Viajes en España es el segundo estudio realizado Amadeus España y ACAVe tras la edición de 2009, y supone el primer análisis de dimensionamiento del sector, tras los cambios habidos en los últimos años como consecuencia de la crisis. El informe ha sido elaborado por el Laboratorio AQR de la Universidad de Barcelona.

Para Fernando Cuesta, Director General de Amadeus España, "el estudio demuestra que el de las agencias de viaje es un sector de futuro. Los esfuerzos realizados en los últimos tiempos comienzan a dar sus frutos, y nos muestran un sector que está aumentando poco a poco los niveles de facturación, que apuesta por unos servicios mucho más especializados y que está haciendo de la cercanía con el cliente una importante clave competitiva".

En opinión de Martí Sarrate, Presidente de ACAVe, "el estudio pone en valor la capacidad de adaptación de las agencias de viaje, que han superado la situación económica adversa recuperando el tejido empresarial, especializándose y disponiendo de tecnología y de un profesional cualificado y altamente profesional. Todo ello hace suponer que las perspectivas del sector serán positivas de cara a los próximos años, dando respuesta a las necesidades de sus clientes, tanto de *leisure* como de *corporate*".

ACAVE: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Este año ACAVe, en su compromiso anual de destinar recursos a la Responsabilidad Social ha llevado a cabo las siguientes acciones:

Campaña de Càritas "Un plat a Taula per a Tothom", en la que ya participa desde hace 3 años y en la que además de aportar alimentos como Asociación, promueve una recogida de alimentos por parte de las agencias de viajes asociadas, que voluntariamente, quieran colaborar mediante la donación de alimentos, y que se depositarán en la sede de ACAVe. Estos alimentos son donados a CÀRITAS quien los distribuye entre sus diferentes proyectos de ayuda social. Nos complace



anunciar que una año más, gracias a la solidaridad de todos los miembros se han recogido más de 1.000 kilos. Son muchas las personas y familias que se acercan a Càritas solicitando ayuda para cubrir necesidades tan básicas como la alimentación. Además, como cada año, hemos participado económicamente en

la Marató de TV3. Asimismo, este año, teniendo en cuenta que la problemática de los refugiados se trata actualmente de un tema prioritario para nuestra sociedad, ACAVe ha colaborado con la ONG OPEN ARMS que presta ayuda humanitaria a los refugiados www.proactivaopenarms.org.



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. Dicha web es un punto de referencia para los consumidores a la hora de bus-

car 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 hacer más fácil encontrar la agencia de viajes, se incluye un buscador de agencias por especialización, así como un geolocalizador de agencias ACAVe.

AVANCE PRÓXIMOS EVENTOS ACAVe 2018

40 ANIVERSARIO ACAVe



Es un placer anunciarles que en el 2018 en ACAVe estamos de celebración. La Asociación cumple el cuarenta aniversario de su constitución y la Junta Directiva de ACAVe desea conmemorar esta efeméride con diferentes actos que anunciaremos próximamente.

ACAve EN FITUR 2018

ACAve estará presente en la 38ª edición de la Feria Internacional de Turismo (Fitur), que se celebrará en el recinto IFEMA de Madrid del 17 al 21 de enero, ACAve atenderá a sus asociados y medios de comunicación en el Stand 10F02A. Durante los días de la Feria, ACAve compartirá espacio con algunos de sus asociados por el momento confirmadas, las siguientes empresas: AERTICKET, BARAKA, GUITOUR, HAHN AIR y VIAXOFT.



JORNADA TECNOLÓGICA
27 de Febrero 2018



El próximo día 27 de Febrero de 2018, ACAve celebrará en el Hotel NH Collection Barcelona Constanza, su **Tercera Jornada Tecnológica para Agencias de Viajes**.

En la misma tendrá lugar un Workshop, así como se realizarán diferentes sesiones formativas simultáneas durante toda la jornada. Con esta Jornada queremos dar continuidad a la acción iniciada el pasado 2016 y que reunió a más de 200 agencias de viajes.

La misma tiene como objeto dar a conocer a las agencias de viajes las principales novedades que pueden implementar en sus negocios, con el fin de obtener una mayor rentabilidad y optimización de recursos.

WORKSHOPS ACAVe 2018

En el 2018 ACAVe celebrará su **19ª edición de sus Workshops**. Las ciudades elegidas para esta edición son:

WORKSHOP BARCELONA

22 Marzo 2018
Vestíbulo Edificio Histórico de la Universitat de Barcelona.

WORKSHOP BILBAO

12 Abril 2018
Hotel Carlton

WORKSHOP SEVILLA

19 Abril 2019
Hotel Alfonso XIII

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.

Ya están abiertas las inscripciones para poder reservar espacio como expositor, para más información ponerse en contacto con **María Pla** e-mail: maria-pla@acave.travel.

AVIBA nos informa...



AVIBA CELEBRA LA ASAMBLEA GENERAL

El pasado 26 de octubre AVIBA celebró la Asamblea General que contó con un nutrido número de representantes de agencias de viajes. Durante varias horas se estuvo analizando los diferentes aspectos que han marcado el año y nuevos retos que afrontar de cara a los siguientes meses.

De esta manera, Toni Abrines, presidente de la Agrupación, hizo un repaso de hitos tan importantes para Baleares como haber conseguido el incremento del 75% en el descuento de residentes para los vuelos entre islas así como el freno que pudo darse a la disparatada idea que surgió de eliminar el descuento de resi-



dente cuando viajamos en grupo. No menos importante ha sido conseguir aplicar esa misma subvención del 75% en vehículos particulares y autocares en transporte marítimo.

También se explicaron, entre otras cosas, las reuniones que se han mantenido con diferentes asociaciones de vecinos de aquellas zonas amenazadas por el turismo de borrachera y la solicitud expuesta al gobierno de Baleares de crear un Plan Integral de Turismo.

Entre los grandes retos marcados para este año que comienza destacan las acciones encaminadas a darle mayor pro-

tagonismo a los asociados. Tal y como apuntó el presidente de AVIBA, *"nuestra Agrupación no es nada sin vosotros porque sois el motor que impulsa nuestras ganas de luchar por los intereses de los que trabajamos en las agencias de viaje"*. De esta manera, desde AVIBA, Abrines se comprometió a impulsar el **Club AVIBA**, una red de establecimientos con descuentos especiales para los trabajadores de las agencias asociadas a la Agrupación, y anunció nuevos cursos de formación empresarial y *networking* entre los socios de AVIBA.

BIENVENIDA A CINCO NUEVAS AGENCIAS EN AVIBA

AVIBA está de enhorabuena. Cinco nuevas agencias se han sumado en los últimos meses a la red asociada a la Agrupación Empresarial de Agencias de Viaje de las Islas Baleares, sobrepasando ya el centenar.

Respecto a las nuevas incorporaciones tenemos a **Iberosport**, una agencia situada a las afueras de Palma, concretamente en Ciudad Jardín, que se dedica íntegramente al turismo deportivo. Tal y como encontramos en su página web, www.iberospports.com, su objetivo es proporcionar las mejores soluciones a

los viajes relacionados con el deporte en un ambiente de profesionales, aficionados, equipos e individuales. Operan como receptivos en Mallorca y Gran Canaria ofreciendo a todos sus clientes un trato cuidado y adaptado a este tipo de turismo.

Inti Tours, en Palma y regentada por personas venidas de Ecuador, centra su negocio en el público sudamericano, tanto el residente en Baleares, que quiere volver a su tierra, como para aquellos turistas que quieren viajar a España o al Sur de América. Los viajes étnicos y a precios económicos en los que es determinante el trato directo con el cliente para conocer sus gustos y preferencias y así satisfacer sus deseos.

Reviajeros presenta en su página web www.reviajeros.com diferentes formas de viajar, desde parques temáticos, circuitos por España o cruceros. Además, en su tienda *online* ofrece experiencias Enolife, Dakota Boxes y Plan B. Basta visitar su web para descubrir el encanto

de estos productos. **Hua Xin**, primera agencia de viajes China en Mallorca es otra de las agencias que se han asociado recientemente a AVIBA. Además de facilitar los trámites a los ciudadanos chinos residentes en Baleares son emisores y receptivos entre España y China. En el país asiático ya cuentan con 65 puntos de venta y acuerdos de colaboración con China International Travel y Grupo Dominican Travel. La última agencia en sumarse a AVIBA ha sido **Sura Business** que opera turismo minorista y corporativo ofreciendo un servicio distinto y de calidad. En cuanto al turismo deportivo, están especializados en *running*, golf y pádel, entre otros y ofrecen entrenamientos personalizados en Mallorca, con estancia hotelera, para deportistas interesados en mejorar su rendimiento desde los niveles de iniciación hasta los más avanzados. En su web www.vsur.com también se oferta la organización de eventos y viajes de incentivos.



UNAV nos informa...



RECONOCIMIENTO DE LAS INSTITUCIONES A UNAV POR SU LABOR Y SU TRAYECTORIA EN SU 40 ANIVERSARIO

UNAV recibe en su 40a Aniversario el reconocimiento de la Comunidad de Madrid, la Cámara de Comercio de Madrid y la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), además de la colaboración especial de la Fundación InterMundial

La Unión de Agencias de Viajes (UNAV) celebra este mes de noviembre su 40a Aniversario y, para conmemorarlo, ha organizado un cóctel que tuvo lugar el pasado miércoles 15 de noviembre a las 19 horas, en la sede de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid (ubicada en el Palacio de Santoña, calle Huertas no 13, y en el que recibió el reconocimiento de las instituciones a su labor y sus 40 años de trayectoria.

En el cóctel la Unión de Agencias de Viajes recibió sendos reconocimientos institucionales de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid y la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), así como el reconocimiento presencial de la Comunidad de Madrid, con la presencia de su Subdirectora General Doña María Jesús Zorita,



reconocimientos que vienen a poner en valor el trabajo.

de UNAV en pro de la mejora de un sector que ha evolucionado de su mano en los últimos 40 años hasta llegar a ser uno de los motores económicos del país. Estos reconocimientos se suman a la Placa de Oro al Mérito Turístico concedida a UNAV por el Consejo de Ministros en el año 2002.

Pero además, desde UNAV también quieren reflejar su trayectoria de los 40 años de vida asociativa, plasmándola con la entrega de reconocimientos a la labor de sus socios y Miembros Adheridos, así como a dos colaboradores que, a lo largo de su historia, han prestado un decidido y valioso apoyo a la entidad. Se trata de Jesús Nuño de La Rosa, recientemente nombrado Consejero Delegado de El Corte Inglés, y del Presidente y Consejero Delegado del

Grupo NEXO, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, que en este año han editado el ejemplar número 1.000 de Nextotur.

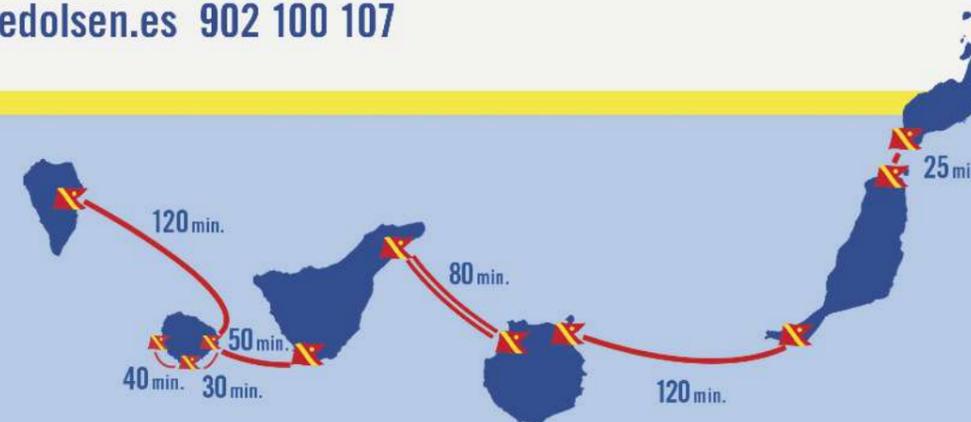
UNAV agradece de este modo el apoyo incondicional de sus propios asociados en toda su trayectoria, así como la asertividad de las Instituciones Públicas, quienes *"han reconocido y aceptado a las Asociaciones empresariales como los auténticos vertebradores entre el mundo privado y público, especialmente en un sector que siempre responde en España como ha sido tradicionalmente el Turismo"*. No se olvidan tampoco en UNAV de la colaboración, especialmente en la etapa más reciente, de los partners privados y miembros adheridos del sector turístico español en general que *"llevados por las sinergias que genera el asociacionismo, han visto en nuestra casa el vehículo ideal para estar siempre cerca de nuestras agencias"*.



NO TE CONFORMES CON CONOCER UNA SOLA ISLA, DESCÚBRELAS CON NOSOTROS.



fredolsen.es 902 100 107



FRED. OLSEN Express
Tu Mejor Compañía



CONSEGUIMOS
LA MÁXIMA
INDEMNIZACIÓN

TUS CLIENTES
SIEMPRE
PROTEGIDOS

LOS MEJORES
ABOGADOS
A TU SERVICIO

SEGURIDAD,
TRANSPARENCIA,
TRANQUILIDAD

Wings to Claim consigue la máxima indemnización por incidencia aérea o problemas con equipaje

¿QUIÉN ES WINGS TO CLAIM?

Wings to Claim es la unión de despachos de abogados en toda Europa. Los fundadores de esta nueva empresa es un despacho de Abogados situado en Valencia con más de 30 años de experiencia en el ámbito legal español: corbalanabogados.com.

Wings to Claim lo integran también despachos de abogados en Holanda, Alemania, Francia, Italia y Portugal.

Wings to Claim se sitúa como la empresa Jurídica número 1 en el sector de las incidencias aéreas en España con más de 6.000 agencias de viaje colaboradoras que obtienen ya las ventajas de "el abogado en casa".

EL PORQUÉ DE WINGS TO CLAIM

El incremento continuado del transporte aéreo de pasajeros en el mercado europeo, conlleva como efecto "colateral", un incremento tanto en retrasos como en cancelaciones de vuelos. Dichos retrasos y cancelaciones son absolutamente imprevisibles y aleatorios y dependen de factores tan diversos como reivindicaciones laborales, meteorología, conflictos locales y otras muchas circunstancias de prolija enumeración.

Podríamos resumir las indemnizaciones que por retrasos y cancelaciones tiene derecho cualquier usuario del transporte aéreo.

1. Retrasos vuelo. A partir de 3 horas de retraso en el vuelo se genera derecho indemnizatorio por importe mínimo por pasajero de: 250 euros vuelos hasta 1.500 km distancia; 400 euros vuelos entre 1.500 y 3.500 km distancia; 600 euros vuelos de más de 3.500 km distancia

2. Cancelaciones, 3. Denegación de Embarque
4. Pérdida de conexión. En todos los casos, son de aplicación los 3 factores citados en el apartado retrasos.

5. Incidencias con el equipaje (daño, pérdida, retraso o destrucción)

6. Reembolso de billetes

7. Daños derivados (taxi, comida, hotel, etc).

La reclamación individual sin asistencia letrada, resulta farragosa y, a efectos del usuario, puede

llegar a generar molestias superiores a la compensación por el retraso o cancelación sufrido.

Wings to Claim, mediante la unión de los más prestigiosos despachos de abogados nacionales e internacionales, posibilita que la mera expresión de la voluntad de proceder a la reclamación, se convierta en efectiva al desarrollar a través de la red internacional de abogados que componen Wings to Claim, todas las acciones administrativas y/o jurídicas necesarias para poner a disposición de los usuarios afectados, todas aquellas indemnizaciones a las que se tuviese derecho de forma efectiva y sin ningún tipo de preocupación ni molestia.

CÓMO FUNCIONA WINGS TO CLAIM

Wings to Claim realiza los trámites legales con las compañías aéreas en representación de los pasajeros. Solamente un 5-10% de los pasajeros afectados reciben la compensación económica que la ley EU 261 obliga a las compañías aéreas.

SIN SOLUCIÓN NO HAY COBRO

Wings to Claim no cobra por los servicios realizados. Trabajamos con la política de "sin solución no hay cobro", lo que significa que sólo se cobra si el pasajero cobra.

Los clientes con la compra de su billete de avión obtienen el valor añadido del servicio de cobertura legal ante reclamaciones Wings to Claim. Si el pasajero tiene alguna incidencia reclamable Wings to Claim se lo comunica para iniciar la reclamación ante la compañía aérea.

Una vez resuelta la misma se abona al cliente la indemnización ganada para él excepto el 25% del importe + impuestos y retribuye a la agencia de viajes una comisión. Si la reclamación es negativa Wings to Claim no gana nada y no cobra ninguno de los servicios legales realizados.

VENTAJAS para tu AGENCIA:

- Valor añadido a tus clientes.
- Comisión por cada reclamación tramitada con WINGS TO CLAIM.
- Oportunidad de generar nuevas ventas con clientes satisfechos por servicio Wings to Claim.
- Estudio GRATUITO para AGENTE COLABORADOR de Gastos de Hipoteca y Cláusulas Suelo.

www.wingstoclaim.com

CÓRDOBA Argentina conectada con España



Aventura



Cultura



Naturaleza



Gastronomía



Deportes



TODO LO QUE QUERÉS **TODO EL AÑO**

www.cordobaturismo.gov.ar

