

ACAVe nos informa...



VI Noche del Socio  
27 de Junio 2019

ACAVe celebró el pasado jueves 27 de junio por la noche, en el restaurante Red Fish-Club Patí Vela de la playa de Barcelona la VI Noche del Socio, con la asistencia de más de 200 invitados que disfrutaron de la cita anual del sector. El evento contó con el apoyo y participación de ERGO, Qatar y Vueling, la noche fue amenizada por el grupo Musical The Serial Meddlers. Martí Sarrate, presidente de ACAVe fue el encargado de dar la bienvenida a los asistentes y en su parlamento destacó que "la Noche del Socio quiere reconocer a todos los asociados que han apostado por formar parte de este modelo de éxito que es hoy ACAVe, una



entidad innovadora en servicio y profesionalidad que representa a todos los ámbitos del sector: receptivos, emisores, MICE y cruceros". Asimismo, Sarrate puso en valor "la asesoría jurídica, que se ha convertido en un activo imprescindible para que las agencias puedan canalizar la gestión de reclamaciones propias y de sus clientes". Sarrate destacó también la gran labor que desarrolla el equipo jurídico en otros ámbitos como la lucha contra el intrusismo profesional y en el asesoramiento para la adaptación de sus socios

a nuevas normativas como la nueva ley de viajes combinados y servicios vinculados, que requirió de la organización de sesiones de formación por toda España donde participaron más de 600 agentes de viajes. El presidente de ACAVe recordó que la asociación "ostenta la representación de todas las agencias de viajes españolas en la patronal europea, ECTAA, y por consiguiente estamos participando activamente en la denuncia planteada contra IATA para reformular el actual modelo de comercialización de billetes aéreos".



MARTÍ SARRATE, PRESIDENTE DE ACAVe,  
NOMBRADO NUEVO PRESIDENTE DE B-TRAVEL

El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVe), Martí Sarrate, ha sido nombrado por el Consejo de Administración de Fira de Barcelona Presidente del comité organizador de B-Travel, el salón especializado en turismo de experiencias, que tendrá lugar del 27 al 29 de marzo en el recinto de Montjuïc. Martí Sarrate afirma que "afronto esta responsabilidad con gran ilusión y con el objetivo de contribuir con mi experiencia a incrementar el grado de internacionalización de este salón referente sectorial, así como aumentar el número de agencias de viajes y operadores presentes". El nuevo presidente señaló que "B-Travel se ha de consolidar a partir de esta edición como la mayor agencia de viajes para el gran público en la que los visitantes encuentren las mejores ofertas y promociones y al mismo tiempo puedan vivir grandes experiencias en el momento de preparar sus vacaciones".



XIX FORO ACAVe:  
LAS INFRAESTRUCTURAS  
Y LAS RELACIONES  
ECONÓMICAS PARA EL  
AVANCE DEL TURISMO

El pasado 19 de septiembre tuvo lugar el XIX Foro ACAVe, bajo el título Las infraestructuras y las relaciones económicas para el avance del Turismo. Esta edición contó con la participación de más de 200 agentes de viajes y profesionales del turismo, estuvo conducida y moderada por la periodista radiofónica Sílvia Coppulo y constó de dos mesas redondas de expertos y también con un diálogo final entre la periodista Pepa Bueno y Manuela Carmena (alcaldesa de Madrid entre 2015 y 2019). Este año los patrocinadores fueron: Amadeus, Aon, Diputació de Barcelona, Ergo, Iberia, Banc Sabadell y Axa-Winsartorio. La Ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, fue la encargada de inaugurar el XIX Foro ACAVe. Durante su intervención inaugural, Maroto dibujó un panorama de crecimiento para el sector de las agencias: "El sector turístico español ha seguido creciendo este año, y concretamente en el sector de las agencias de viajes eso ha supuesto 3.000 nuevos puestos de trabajo. Esto ha permitido alcanzar los casi 69.000 puestos de trabajo en esta industria", explicó.

En relación al Brexit, comentó que estábamos en un momento "crucial" porque el Reino Unido es "el primer mercado turístico para España con más de 18 millones de turistas anuales" y reiteró que el Gobierno "ha puesto en marcha un plan integral de iniciativas para adaptarse" a la desconexión del Reino Unido de la Unión Europea. Seguidamente se dio paso a la mesa redonda bajo el nombre Las principales economías mundiales en el mercado turístico español formada por el Sr. Jaime Garcia-Legaz, economista de Estado, presidente y consejero delegado de AENA (2017-2018), presidente y consejero delegado de CESCE (2016-2017) y secretario de estado de Comercio de España (2011-2016), la Sra. María Carmen Oñate, Cónsul General de México, la Sra. Ligia Maria Scherer, Cónsul General de Brasil y el Sr. Saul

Mercado, Cónsul para Asuntos Políticos, Administrativos y de Seguridad de EE.UU. Jaime García-Legaz realizó un profundo análisis del escenario mundial actual, y muy especialmente de la pujante influencia comercial de China, que está dibujando un nuevo equilibrio de fuerzas en el ámbito global y sobre todo en la relación con Estados Unidos. Los representantes de México, Brasil y Estados Unidos expusieron los planes de expansión en materia turística y el potencial evidente para el sector en nuestro país. Todos coincidieron en la importancia de disponer de buenas conexiones aéreas directas sin escalas como factor clave para impulsar las sinergias entre ambos países. La segunda sesión se dedicó a analizar el estado actual de las infraestructuras





en España y su papel en el desarrollo de la industria turística. Contó con la participación del Sr. Félix Martín Merino, Director de Área de nuevos productos y operaciones internacionales de viajeros RENFE, Sr. Javier Marín San Andrés, director General de Aeropuertos de AENA y el Sr. Manuel Arana Burgos, subdirector de Infraestructuras de Puertos del Estado y presidente de la Asociación Técnica de Puertos y Costas de España.

Javier Marín comentó que "España tiene una posición de privilegio con respecto

lo fueran "tendrían que aumentar las tasas".

Una desfocalización del turismo La periodista Pepa Bueno y la exalcaldesa de Madrid, Manuela Carmena, cerraron el XIX Foro de Acave con una charla sobre La realidad económica y social en las ciudades turísticas. Carmena se mostró partidaria de "hacer una desfocalización del turismo" para que las ciudades no pierdan sentido y definió la actividad turística como "esencial para el desarrollo de Madrid". "El Ayuntamiento de una ciudad tiene que valorar y planificar el turismo. En los

turismo puesto que no ha habido cancelaciones, pero alertó de que "si no se ataja como se está haciendo sí que podría repercutir de cara al año 2020". Para el presidente de Acave la prueba de ello es que están viniendo congresos a la ciudad y que hay refuerzos policiales para dar respuesta a los delitos y agresiones que se cometen, aunque manifestó que se tendría que haber hecho con anterioridad.

"Se está trabajando en buena dirección tanto desde el Ayuntamiento de Barcelona como la Generalitat con los Mossos d'Esquadra, y la prueba es que es-



a las infraestructuras aeroportuarias" y celebró que "el transporte aéreo va a seguir creciendo" en los próximos años. Por su parte, Martín Merino se refirió a la inminente liberalización del mercado de la alta velocidad y indicó que "Renfe está preparada como compañía para un escenario de competencia". Por último, Manuel Arana afirmó que "los cruceros son relevantes para el desarrollo de la infraestructura portuaria, pero los cruceristas no son rentables". En su opinión, para que estos últimos

últimos cuatro años ha aumentado muchísimo en Madrid. En 2016 eran más nacionales que internacionales. Ahora los turistas internacionales superan los nacionales", concluyó Carmena. Para finalizar Martí Sarrate, Presidente de ACAVe, sostuvo que las agencias de viajes llevan años "haciendo los deberes" y "han sabido adaptar su modelo de negocio a la innovación". Asimismo, Sarrate manifestó que las informaciones sobre la falta de seguridad en Barcelona no han afectado al

tán dando datos y resultados y creo que este es el camino a seguir", añadió. Por otro lado, Martí Sarrate, lamentó las "constantes huelgas" que afectan cada verano a aeropuertos y trenes en España y ha pedido que la normativa garantice derechos básicos de los ciudadanos, como la movilidad. La clausura final estuvo a cargo de Michel de Blust Secretario General de ECTAA.

### PRESENTACIÓN TOUR OPERADORES ACAVe, 2 de Octubre en Son Termes, Palma de Mallorca

El pasado 2 de Octubre, tuvo lugar la Presentación de Tour Operadores de ACAVe, que en esta ocasión se celebró en el Restaurante Son Termes de Palma de Mallorca asistiendo más 40 agentes de viajes. Durante la cena tuvieron lugar las presentaciones de los Tour Operadores de ACAVe que expusieron a los agentes de viajes invitados sus productos y destinos más destacados para esta temporada: Tandem Luxury Travel, MSC Cruceros, Southern Cross, Luxotour, Mapa Tours. Desde ACAVe queremos agradecer la asistencia de todos los invitados a dicho evento así como a los Tour Operadores que participaron en la misma.



### FORMACIONES MIEMBROS ADHERIDOS ACAVe 2019

Durante los meses de Junio a Octubre ACAVe ha dado continuidad a sus acciones formativas, destacando:

- El 18 de Junio Estació del Nord realizó una visita a la Estación de Autobuses de Barcelona Nord para agencias de ACAVe, dando a conocer sus productos y servicios.
- El 3 de Octubre tuvo lugar una presentación-desayuno de Sercotel Travel Benefits, en esta ocasión en el Hotel Sercotel Àmster Art Hotel de Barcelona a cargo de Carolina Domínguez,

Responsable Regional de Ventas Sur. La cadena está dedicada a la operación hotelera y al branding internacional. Tiene un total de 154 hoteles distribuidos por España, Andorra, Portugal, Italia, Colombia, Ecuador, Panamá y México y cuenta con 14.219 habitaciones en 104 destinos.

- El 17 de Octubre Banc Sabadell, presentación sobre Seguridad en Operaciones Internacionales, en operaciones con tarjetas y E-commerce". Soluciones y seguridad en cobro mediante tarjetas (venta presencial, e-commerce) y como minimizar el fraude, a cargo de Toni Ramírez, Director de Negocio TPV'S y E-Commerce y Pagos internacionales de la mano de Carlos Huerta, Director de Negocio Internacio-

nal. (Riesgos en las operaciones de internacional, como minimizarlos).

- El 22 de Octubre presentación de producto Hard Rock Café, historia, valores y producto de la mano de Víctor Julià, Sales & Marketing Manager.
- El 29 Octubre United Airlines en colaboración con la Oficina NYC & Company, desayuno/presentación: sobre novedades de la compañía en cuanto a rutas, flota, ventajas de la alianza Atlántico Norte con Air Canada y Lufthansa Group de la mano de Victor Andres, International Sales Manager-Barcelona, y por parte de NYC & Co, últimas novedades y actualizaciones de la ciudad, de la mano de Angels Garcia, representante en Barcelona.

**CURSOS Y TALLERES DE FORMACIÓN TECNOLÓGICA ACAVe**

El manejo de las redes sociales es fundamental en la era digital. Las técnicas de Marketing Online más efectivas son aquellas que dan cuenta de esta nueva realidad y que acudan a las redes sociales para conectar con nuestro público objetivo. En esta etapa la meta es identificar, a partir de nuestro tarjet, qué redes sociales vamos a utilizar para informar y socializar, con el objeto de maximizar su efectividad. Con este objetivo se lanzaron tres cursos Formativos, a cargo del profesor Jaume Quer, enfocados a aportar a nuestros asociados un conocimiento especializado.

- 9 Octubre 2019: Taller INSTAGRAM Su papel en la estrategia digital
- 16 Octubre Taller LINKEDIn. Descubre sus posibilidades para su empresa
- 23 Octubre. Taller WHATSAPP. Descubre para que puede servir en tu negocio, técnica de Marketing

**ACAVe Travel Market 2020**

Como bien saben nuestra Asociación lleva más de 20 años organizando los ACAVe Workshops en los que participan empresas y entidades del sector presentado las nuevas programaciones, productos y servicios a las agencias de viajes. Llega el 2020 y con el ánimo de ofrecer mejores servicios a nuestros asociados y colaboradores, hemos querido innovar y presentar un nuevo formato de los tradicionales Workshops. Nos complace presentarles los ACAVe TRAVEL MARKET, un nuevo concepto de workshop que, para este próximo año 2020, estrenaremos en Barcelona, implantándolos en futuros años en el resto de las ciudades visitadas. Las ciudades y fechas previstas para los ACAVe TRAVEL MARKET (ATM 2020) son:

- San Sebastián - 5 de Marzo 2020
- Barcelona - 18 de Marzo 2020
- Sevilla - 26 de Marzo 2020

**ACAVe, EN FERIAS DE TURISMO**



Un año más, ACAVe estará presente en la nueva Edición de la Feria Internacional de Turismo (Fitur), que se celebrará en el recinto de Ifema de Madrid los días 22 al 26 de enero 2020, atendiendo a sus asociados y medios de comunicación en el Stand DF02A. El stand de ACAVe se trata de un espacio de encuentro de los asociados y de networking, dando visibilidad a la importante labor asociativa que ACAVe realiza durante todo el año.

**WORLD TRAVEL MARKET LONDON del 4 al 6 Noviembre 2019**



Como cada año, ACAVe participará en la nueva edición de la World Travel Market de London que se celebrará del 4 al 6 de Noviembre del 2019. Las agencias de viajes receptoras que así lo soliciten conjuntamente con ACAVe, estarán presentes en dicha feria dentro del Stand EU400 compartido de la Agencia Catalana de Turisme (ACT). Para tener información de cómo participar con un espacio en el Stand ponerse en contacto con Maria Pla: maria-pla@acave.travel



**PREMIO SKAL CLUB D'ANDORRA**

El pasado 27 de septiembre, coincidiendo con el Día Mundial del Turismo, ACAVe recibió por parte de Skal Club d'Andorra, Associació de professionals del turisme el premio a la Mejor Organización Empresarial Extranjera. Este premio se otorga a aquellas entidades merecedoras del mismo por su contribución a la promoción y al desarrollo turístico del Principado. La entrega del premio la realizó la Ministra de Turismo del Govern d'Andorra, la Sra. Verónica Canals y fue recogido por nuestro Presidente, el Sr. Martín Sarrate. Para ACAVe es motivo de orgullo y satisfacción recibir dicho galardón que reconoce la trayectoria y trabajo realizado por nuestra asociación.

**VIAJE DE ACAVe a DOHA 30 de Oct - 3 Nov. 2019**

Del 30 de octubre al 3 de noviembre 2019, ACAVe celebrará su viaje a Doha, Qatar. Se ha confeccionado un atractivo y completo programa que nos permitirá conocer lo más significativo del país y su cosmopolita capital Doha: la historia y tradición de los caballos árabes mediante el Centro Ecuéstre Al Shaqab, el corazón histórico y neurálgico de Doha, el Souq Waqif con los Msheirib Museums, el Museo del Arte Islámico MIA, Katara Cultural Village y la singular isla artificial con forma de perla, The Pearl. Disfrutaremos de una cena al caer el sol con vistas al skyline de la ciudad en la embarcación típica qatarí, los Dhow Boat. Por último, nos adentraremos al corazón del desierto, para disfrutar de sus dunas en un safari, finalizando en uno de los tres únicos lugares en el mundo donde el desierto desemboca en el agua. Pasaremos la noche en un desert camp. Contaremos con la colaboración de Qatar Airways y Discover Qatar.

**Viaje de ACAVe a PANAMÁ del 7 al 16 de Febrero 2020**

Del 7 al 16 de febrero de 2020, ACAVe celebrará su viaje en esta ocasión para conocer el destino de PANAMÁ. PANAMÁ, será nuestro país anfitrión y se ha confeccionado un atractivo y completo programa que nos permitirá conocer este fascinante país, sus paisajes, su fauna y su naturaleza exuberante. Contaremos con la inestimable colaboración de AVENTURAS 2000 e IBERIA. Durante la estancia, visitaremos Ciudad de Panamá, el Lago Gatún donde conoceremos la tribu indígena Emberá Nepuno Purú, tendremos la oportunidad de realizar un interesante tránsito parcial por el Canal de Panamá, viajaremos a Bocas del Toro, el Caribe que siempre



hemos imaginado, visitando Cayo Zapattilla, Cayo Coral y Bahía de los Delfines y de vuelta a Ciudad de Panamá donde disfrutaremos de la noche panameña

con la cena-visita del Soy del Casco Night Tour. Para más información contacte con maria-pla@acave.travel

**AVANCE de los PRÓXIMOS EVENTOS y FORMACIONES ACAVe:**

- 6 de Noviembre Famtrip Colonia Güell
- 7 de Noviembre Webinar de Turismo de Croacia
- 18 de Noviembre Presentación de Turismo de Cádiz
- 28 de Noviembre Jornada Técnica de Seguros en Madrid
- 20 de Febrero 2020 Jornada Tecnológica de ACAVe en el Hotel NH Constanza Barcelona

Artículo de opinión Tomas Cook de Catiana Tur Gerente ACAVe

## Reflexiones sobre los cambios que supone la quiebra de Thomas Cook

Estos días se ha escrito mucho sobre la quiebra de Thomas Cook, sobre el porqué y sobre sus consecuencias más directas. Algunos han dicho que el paquete vacacional está muerto o que tiene que reformularse y otros que es la desaparición del canal offline, considerando que la irrupción de las nuevas tecnologías y el cambio de modelo de negocio son unas de las principales causas de la quiebra. Pero no debemos olvidar que el sobredimensionamiento de la compañía ha sido una de las principales causas de la desaparición de Thomas Cook.

Sin lugar a dudas, la quiebra de Thomas Cook es una muy triste noticia para todos los que integramos el sector turístico y probablemente conllevará cambios para todos, pero bajo ningún supuesto supondrá la desaparición de la venta offline o del paquete vacacional.

En España, el cambio de modelo ya se inició en el 2007 con el inicio de la crisis que conllevó la quiebra de grandes grupos verticales, como eran Marsans u Orizonia. Fruto de esta crisis las agencias de viajes españolas emprendieron un fuerte proceso de reestructuración, que reforzó al sector. Según el estudio ACAVe-Amadeus, en el 2018 el sector de agencias de viajes español estaba integrado por 4.500 agencias de viajes, que representaban 9.500 puntos de venta, y de las cuales un 71% de agencias se declaraban agencias físicas, frente a un 21% on line y un 8% de agencias mixtas.

Estas agencias de viajes, vendan offline u online, se han especializado, han innovado, han buscado nuevas fórmulas para ofrecer valor añadido al viajero y han personalizado sus servicios.

Sin embargo, el modelo Thomas Cook se fundamentaba principalmente en la "standarización" del turismo vacacional en la "cookorización", basándose en un modelo nacido en los años 70 y que ha funcionado hasta ahora, y que seguro que continuará teniendo su nicho en determinados mercados. Sin embargo, ésta ya no era la realidad para muchas de las agencias de viajes y touroperadores españoles, ni de muchos otros mercados europeos. Y prueba de ello es que en el

2018 entró en vigor en Europa una nueva normativa de viajes combinados y de servicios de viajes vinculados. Esta nueva normativa intentaba dar respuesta a las nuevas formas de contratación que habían aparecido en el mercado, modificando la definición de viaje combinado, para introducir nuevas fórmulas de contratación on line, pero también nuevas fórmulas de contratación off line.

Por ello, es importante significar que no sólo el modelo on line ha evolucionado, sino que también lo ha hecho el offline, adaptándose a las nuevas tendencias y a las necesidades y requerimientos de los viajeros.

Las agencias viajes físicas se han especializado y han innovado, integrando la tecnología y la digitalización como un elemento esencial de su modelo de negocio para la optimización de los procesos y la mejora de los servicios prestados. Asimismo han sabido evolucionar hacia la especialización y la personalización de sus servicios, evitando la "standarización" o la "cookorización". Ésta ha sido precisamente la clave del éxito de gran parte de las agencias de viajes físicas, saber diferenciarse y ofrecer un trato personalizado a su cliente, ofreciéndole garantía y valor añadido.

Estos mismos valores se han trasladado a los nuevos paquetes vacacionales, los cuales han evolucionado, diseñándose a la medida del viajero y adaptándose a sus requerimientos. Prueba de ello es que hoy en día muchos de los paquetes que se comercializan en el mercado son operados en vuelos regulares, sin requerir un mínimo de personas, con diferentes fechas de salidas y de llegadas, teniendo el viajero capacidad para decidir sobre servicios incluidos o no... las cosas hace tiempo que han cambiado y los paquetes vacacionales están en continua evolución.

Por ello, los paquetes vacacionales continuarán comercializándose y evolucionando, tal como lo han hecho hasta ahora, consolidándose la personalización de los servicios, sin que ello suponga bajo ningún concepto la desaparición de la venta off line, sino todo lo contrario, la refuerza, pues el viajero busca el valor añadido y el servicio personalizado que le ofrece una agencia de viajes.

BUDAPEST

Spice of Europe

## BUDAPEST, CIUDAD DE MARAVILLAS INVERNAL

Budapest es animada y bonita durante todo el año, pero presenta un encanto especial en invierno, sobre todo durante las fiestas navideñas. En esa época, las calles se visten de luces y el delicioso aroma de las castañas asadas, de la canela del bizcocho tradicional y del vino caliente invaden el ambiente. Los habitantes de Budapest salen de casa en busca de la magia de los mercados, de eventos culturales, de las aguas termales calientes que ofrecen los históricos baños, de patinar y de muchos otros atractivos de la ciudad.

Los puestos de venta de los mercados navideños atraen a los visitantes con sus simpáticas estructuras de madera y una amplia gama de productos húngaros pintorescos y artesanales. En los puestos de comida se venden productos recién salidos de la parrilla o del horno, por lo que son una gran oportunidad para probar los bizcochos tradicionales de forma chimenea u otras especialidades húngaras que no le dejarán indiferente, como la sopa de gulash o las salchichas picantes.

El mercado navideño más popular se instala en la plaza Vörösmarty que ofrece conciertos, funciones de títeres y talleres para el disfrute de toda la familia, mientras que en el mercado situado junto en la basílica de San Esteban se imparten lecciones de patinaje para niños y hay música en directo, y se ofrece de una gran variedad de objetos artesanales. Esta feria también cuenta con uno de los mayores espectáculos de pintura de luz en 3D de Europa Central, con espectaculares animaciones, escenas festivas y religiosas proyectadas en la fachada de la Basílica. Situado al pie de la colina en cuya cima se encuentra el castillo de Buda, el Várkert Bazaar alberga un encantador mercado con velas de Adviento gigantes, talleres de artesanía y otras actividades divertidas. No deje de visitar el mercado de la plaza Erzsébet al lado de la plaza Deák Ferenc, donde hay un precioso árbol de Navidad. Allí se encuentra también el Ojo de Budapest, una noria gigantesca dispuesta a hipnotizar a quienes se atrevan a montar y disfrutar de las espectaculares vistas sobre la ciudad en luces.

WWW.SPICEOFEUROPE.COM

Instagram icon spiceofeurope

Facebook icon Spice of Europe

AEVISE nos informa...



I FORODE VIAJES DE SEVILLA  
19 y 20 de octubre de 2019

El I Foro y Salón de Viajes de Sevilla, "La herencia de Magallanes y Elcano", dio comienzo el sábado a las 10:30 h con el acto de apertura, en el que intervino D. José Manuel Lastra, Presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla (AEVISE), y D. Antonio Jiménez, Director Gerente de Turismo en Sevilla.

Destacó en primer lugar los esfuerzos llevados a cabo por AEVISE para la celebración de este foro de viajes, que además guarda una estrecha vinculación con el V Centenario de la Primera Circunnavegación a la tierra de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano, pues supuso un hito clave en la historia de la ciudad con el que según D. José Manuel Lastra, "se dio comienzo a la globalización del mundo,



Jose Manuel Lastra, Presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes (AEVISE) en el acto de apertura del I Foro de Viajes de Sevilla.

convirtiendo a Sevilla en la milla cero de la Tierra". Por su parte el gerente de Turismo de Sevilla, Antonio Jiménez, señaló que, aunque la ciudad se encuentra "en un momento dulce para el turismo", no es casualidad que ahora se estén recogiendo los frutos de muchos años de esfuerzo de todas las administraciones y de la sintonía entre estas y con el sector privado. Esta capacidad ha conseguido que la ciudad haya avanzado fuertemente en la conectividad y, como consecuencia, en la diversificación de emisores.

Mesa redonda 1

La primera mesa redonda del fin de semana, 'Sevilla, una ciudad conectada con el mundo', dio comienzo el sábado a las 11:15. En ella participaron como ponentes D. Jesús Caballero,

Director del aeropuerto de Sevilla; D. Amable Esparza, director comercial del puerto de la ciudad; D. Ricardo Palazuelos, delegado comercial de Iberia en Andalucía, Extremadura y Canarias; D<sup>a</sup> Mercedes Tejero, Gerente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, y D. Antonio Jiménez, Director Gerente de Turismo de Sevilla, que actuó como moderador de la mesa.

Mesa redonda 2

La segunda mesa redonda, 'El legado de Magallanes y Elcano; las otras vueltas al mundo', contó con la participación como ponentes de D. José Clemente, escritor, pintor, aviador e historiador aeronáutico; D<sup>a</sup> Alicia Domínguez Núñez, jefa de servicio del ayuntamiento de Sevilla y viajera, y D. José Luis Feliú, escritor, fotógrafo y viajero.



De izquierda a derecha: Amable Esparza, Mercedes Tejero, Ricardo Palazuelos, Jesús Caballero y Antonio Jiménez



De izquierda a derecha: Jose Manuel Lastra, Jesús Rojas y Manuel Pino

La mesa estuvo moderada por D. Alfredo Sánchez Monteseirín, alcalde de Sevilla entre 1999 y 2011, y actual Delegado Especial del Estado para la Zona Franca de Sevilla.

Mesa redonda 3

La sesión de tarde del sábado se inició con la mesa redonda 'Europa a través de sus ríos', una charla en la que participaron como ponentes D. José Da Rosa, presentador, navegante y armador de barcos; D. Carlos Ruiz, Director Adjunto de Politours, y D<sup>a</sup> Montserrat Salvatierra, Delegada de Andalucía Occidental y Badajoz de Catai. D. Xavier Mirambel, CEO de ITravel Sevilla moderó la mesa.

Mesa redonda 4

Una de las mesas redondas más destacadas del fin de semana fue 'Marruecos, el exotismo cercano'. En esta sesión participaron como ponentes D. Azzeddine Bijjou, responsable en Andalucía de la Oficina Nacional Marroquí de Turismo; D. Alfredo Guardia, periodista de Cadena Ser; D. Ali Lakhssassi, CEO de Argania Travel, y D<sup>a</sup> Sara de la Peña Pérez, periodista y técnica de comunicación en el Ayuntamiento de Sevilla.

Mesa redonda 5

'Turismo fotográfico: el mundo por objetivo' fue otra de las mesas destacadas de este I Foro de Viajes de Sevilla. D. Manuel Cornax, presidente de la

Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia, y el fotógrafo D. Jesús García Botaro, fueron los ponentes en el último encuentro de la jornada del sábado, que estuvo moderado por D<sup>a</sup> Sheila Barrera Expósito, Gerente de Travelquinto.

Mesa redonda 6

La jornada del domingo se inició con la mesa 'Sostenibilidad y accesibilidad: valores al alza en la industria del viaje', a la que asistieron como ponentes D<sup>a</sup> Auxiliadora Comendador, investigadora, docente y doctorada en turismo; D. Leonardo Díaz, responsable de La Felechosa; D<sup>a</sup> María Prieto, Técnica de Ocio de la Confederación de Salud Mental España; D. Antonio José Vega, Director de Servicios de la Fundación TAS, y D<sup>a</sup> Rocío Pérez, Presidenta de Andalucía Inclusiva COCEMFE. D. Kino Míguez, técnico en turismo accesible de Viajes Triana se encargó de moderar.

Mesa redonda 7

La última mesa redonda de esta primera edición del Foro de Viajes de Sevilla, 'El viajar hace familia', contó con la participación como ponentes de D<sup>a</sup> Rocío Durán, Delegada Comercial del grupo Ávoris Travel; D<sup>a</sup> Inmaculada Izquierdo, periodista y fundadora de 'Sevilla con los Peques'; D. Antonio Puente, escritor y guía turístico; y D<sup>a</sup> Montserrat Salvatierra, Delegada de Catai de Andalucía Occidental y Badajoz. El Gerente de

CAC Travel, D. Eduardo Julio Lavrador, actuó como moderador de la mesa.

Acto de clausura

En el acto de clausura intervinieron D. Jesús Rojas, Director Gerente de Fibes; D. Manuel Pino, vicepresidente de la Asociación Española de Agencias de Viajes (AEVISE) y D. José Manuel Lastra, presidente de AEVISE. Se comenzó haciendo un breve repaso de los temas tratados en las diferentes mesas redondas a lo largo del fin de semana, sobre las que se destacó la calidad a nivel de conocimiento y experiencia por parte de los más de 30 ponentes que intervinieron. Se subrayó la importancia de celebrar eventos de este tipo que consiguen agrupar a diferentes agentes y empresas del sector turístico para poner en común los avances y mejoras de sus diferentes campos y fomentar así la cooperación. Además, se valoró positivamente la asistencia y participación del público así como la actividad que se registró en los stands que se ubicaron en la plaza de la Encarnación durante el fin de semana. Por último, se animó a continuar apostando por las agencias de viaje como las principales promotoras de producto y como la mejor fórmula para completar un viaje organizado y a la medida de lo que busca el viajero, sin olvidar la firme apuesta que se realiza a todos los niveles dentro del sector para continuar haciendo del turismo una actividad de primer orden para la ciudad de Sevilla.



Empresas del sector turístico de Getxo junto con agencias receptoras de ATRAE en una jornada similar celebrada en 2018

## ATRAE nos informa...



### ATRAE ORGANIZA UNA JORNADA DE PROFESIONALIZACIÓN Y PROMOCIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE GETXO A TRAVÉS DE SUS AGENCIAS RECEPTIVAS

La Asociación de Agencias Turísticas Receptoras de Euskadi (ATRAE), con la colaboración del área de promoción económica del Ayuntamiento de Getxo, organizó en Getxo Elkartegia una jornada de profesionalización para sus agencias socias y las empresas dedicadas al turismo de Getxo

La jornada se celebró el 23 de octubre en Getxo Elkartegia con un triple objeti-

vo: estrechar lazos entre las agencias y empresas del sector, recibir formación sobre la Nueva Ley de Viajes Combinados y, a través de un ambiente de debate, generar propuestas que sirvan para desarrollar nuevos productos turísticos de calidad a partir de los recursos disponibles en el destino. Todo ello para mejorar la competitividad de Getxo como destino turístico y tratar de ofrecer al turista lo que realmente espera de su visita. Para lograr todos los objetivos propuestos, se programaron distintas actividades. Primero fue el turno de la formación, para más tarde dar paso a las visitas a diferentes empresas locales. No fue ésta una jornada clásica de formación 'pasiva', ya que lo que se buscaba era el intercambio de experiencias y conocimientos, que el y la participante aportarían sus vivencias al aprendizaje. En el extenso programa destacaron acciones como:

1. Sesión de formación para agencias de viajes receptoras en relación con la nueva Normativa de Viajes Combinados (impartida por Deiurem Abogados), que incluyó la revisión de la información precontractual y la documentación que hay que entregar al viajero. También el régimen de responsabilidades y garantías

de la agencia de viajes frente al viajero. 2. Formación teórica y taller participativo de creación de productos turísticos, en el que participaron tanto las empresas de Getxo como las agencias de ATRAE (impartido y dinamizado por Turiskopio). Mediante este taller se buscó que las empresas locales de Getxo trataran de dar respuesta a varios retos reales para la creación de nuevas experiencias, que fueron planteados por las agencias receptoras de ATRAE, con el fin de servir para atraer a los turistas gastronómicos, las familias y los amantes de la naturaleza y el turismo activo. También se trabajó en comprobar si las empresas locales estaban preparadas para comercializar dichas experiencias a través de las agencias receptoras.

Tras la formación, se realizó un cocktail networking entre los y las asistentes, que sirvió para reforzar las sinergias creadas durante la mañana. La jornada finalizó con varias visitas técnicas a alojamientos del municipio y empresas de servicios náuticos, de forma que las agencias pudieran conocer de primera mano los espacios e interactuar con el personal de estos establecimientos.

### ATRAE ABRE LA CONVOCATORIA PARA LA II EDICIÓN DEL PREMIO ATRAE A LA COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA EN EUSKADI

La Asociación de Agencias Turísticas Receptoras de Euskadi (ATRAE) lanza las bases de la edición de este año que, como novedad, será abierta a todo el público y no sólo dirigida a las agencias asociadas.

La Asociación de Agencias Turísticas Receptoras de Euskadi ha abierto el plazo para la convocatoria de la II Edición del Premio ATRAE a la Comercialización Turística en Euskadi. Fiel a su objetivo desde su creación en 2014 -ATRAE trabaja desde entonces por la promoción y desarrollo de Euskadi como destino turístico de calidad para viajes organizados-, el colectivo prevé reeditar el éxito de los galardones del pasado año añadiendo una novedad y lanza unas bases abiertas a todo el público y no sólo dirigidas a sus agencias asociadas.

La convocatoria, abierta desde el 1 de octubre y hasta el 3 de noviembre, permite presentar su candidatura a toda aquella organización, empresa o persona del sector turístico vasco que lo desee. Tanto las bases de la convocatoria como el formulario de solicitud para presentar la candidatura están disponibles en su página web [www.atrae.eu](http://www.atrae.eu). Serán las agencias asociadas a ATRAE quienes, tras una votación interna, decidan quién merece recibir dicho premio, pudiendo otorgar también hasta dos menciones especiales. Algunos de los criterios que se tendrán en cuenta a la hora de tomar esta decisión serán:

- Las iniciativas que fomenten la cooperación y la comercialización.
- La contribución a la puesta en valor del trabajo realizado por las agencias



Entrega del I Premio ATRAE en 2018. En la foto miembros de ATRAE y los ganadores del galardón: Bilbao Turismo y Troka Abentura. De izquierda a derecha: Kepa Olabarrieta, Director del Bilbao Convention Bureau; Gentzane Lopez, Gerente de ATRAE; Erika Marquinez (Alavita), anterior secretaria de ATRAE; Jabier Fuertes, Gerente y propietario de Troka Abentura; Lorea Uranga (Basque Destination), Vicepresidenta de ATRAE; Silvia Tellechea (Hagoos), miembro de ATRAE e Iñigo García-Valenzuela (Go Basquing), miembro de ATRAE.

receptoras vascas.

- La trayectoria profesional en el ámbito de la comercialización turística.
- Las actividades y eventos organizados que contribuyan al desarrollo y promoción turística de Euskadi.
- Y otras acciones desarrolladas con el objetivo de contrarrestar la estacionalidad, impulsar la sostenibilidad y el turismo responsable y/o la innovación, entre otras.

La entrega del Premio ATRAE a la Comercialización Turística en Euskadi se realizará el miércoles 27 de noviembre en el Hotel Puerta de Bilbao, coincidiendo con la celebración del workshop anual entre agencias socias de ATRAE y proveedores turísticos de Euskadi. Desde ATRAE estamos seguros de que el reconocimiento público que estos premios comporta servirá de recom-

pena y acicate para las personas, empresas u organizaciones premiadas, así como para visibilizar y poner en valor la importante contribución de las agencias receptoras de ATRAE a la industria turística de Euskadi.

El I Premio Atrae en 2018 recayó en Bilbao Turismo, entidad distinguida en base a la labor que realizó captando y llevando grandes eventos internacionales a Bilbao, consiguiendo así una mayor promoción para toda Euskadi. La Mención Especial fue para Troka Abentura, como distinción a sus valores de profesionalidad, transparencia y respeto por el entorno y por tratar siempre de crear sinergias y colaborar con los distintos agentes turísticos, ya sean receptivos, agentes locales y de otros municipios vascos o empresas potencialmente competidoras.

AVIBA nos informa...



MULET, ASUME LA PRESIDENCIA DE AVIBA CON ILUSIÓN Y GANAS

Por votación y mano alzada la Asamblea General de AVIBA eligió, el pasado mes de junio, a Xisco Mulet, de Viatges Massanella, presidente de la Agrupación. Mulet, es co-propietario de la empresa



Viatges Massanella, S.A. desde sus inicios en el año 1982. Actualmente cuenta con cuatro agencias, dos en Inca, una en el Puerto de Alcudia y una en Binissalem. Con más de 37 años de experiencia en el sector, Mulet afronta este reto con gran ilusión y su línea será continuista, según comentó él mismo

nada más salir elegido. Mulet tiene experiencia en el liderazgo de equipos. Además de contar con 12 empleados, ha formado parte en diversos periodos como miembro de la junta del Grupo AVA desde sus inicios en el año 1996. Entre 2016 y 2017 fue presidente de este grupo de gestión.

LOS PIRATAS INVADEN LA COSTA MALLORQUINA EN LA NOCHE MÁS VIVA DE AVIBA

Un año más, la Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de las Islas Baleares (AVIBA), celebraba el encuentro más esperado por los agentes de viaje. Esta vez, Sa Nit d'AVIBA se daba cita en un barco bajo la temática de los piratas y el fascinante mundo de los mares.

A las 20:30 horas empezaban a llegar los primeros invitados. Unos lo hacían preparados para la ocasión, con vestimenta marinera y pirata, otros menos atrevidos, aprovechaban el photocall para customizarse con los atuendos adquiridos antes de embarcar. El barco zarpó pasadas las 9 de la noche amenizado por una disc jockey que iba entonando la noche a ritmo de la música que impulsaba a los asistentes a bailar mientras el barco ponía rumbo a Palmanova.



Como cada año, el momento más esperado de la noche fue cuando se dio paso a los sorteos. Los patrocinadores Premium; Amadeus, TravelPlan, Iberia, Costa Cruceros y Tramuntana, mostraron sus videos promocionales para la nueva temporada. Muchos billetes de avión para destinos en los que opera Vueling y Air Nostrum, un viaje a Boston operado por Norwegian y el más que deseado vuelo a Shangái de Iberia. Además de ello, noches de hotel, de CN

Travel y ONA Hotels, hasta 15 entradas a las Cuevas del Drach, 4 pasajes más vehículo en cualquier línea de Trasmediterránea, 2 bonos de 2.000 millas de Teldar y un cheque regalo de 120 euros en productos BedsOnline completaron los sorteos. La música continuó hasta bien entrada la noche. Pasadas las 12, el barco atracaba de nuevo en el puerto de Palma y los asistentes se despedían confirmando que sin duda había sido la mejor edición de Sa Nit d'Aviba.

destinos donde ya ha estado previamente el equipo que trabaja en la agencia. Ofertan viajes para todo tipo de viajero. Desde el que lo quiere todo hecho hasta el intrépido que solo quiere el expertise de Judith y Daniel, propietarios de AndTraveller. Os invitamos a entrar en su página web <https://andtraveller.com/> y empezar a soñar con ese destino tan

deseado y que con tanto mimo prepara AndTraveller desde Ibiza. Con estas nueva incorporación AVIBA cuenta ya con 120 centrales y con aproximadamente 200 puntos de venta.



AVIBA SE REÚNE CON EL ALCALDE DE PALMA PARA EXPONERLE LAS PREOCUPACIONES DEL SECTOR

El presidente de la Agrupación de Agencias de Viajes de las Islas Baleares (AVIBA), Xisco Mulet, acompañado del Vicepresidente de la Agrupación, Pedro Iriando, se han reunido a principios de otoño con el alcalde de Palma, José Hila. El motivo de la reunión fue exponerle a la máxima autoridad de la capital balear una serie de hitos necesarios para mejorar la imagen de la ciudad. Entre estas acciones, y una vez explicado lo que representa AVIBA para el conjunto de las agencias de viajes, Mulet enumeró y detalló las preocupaciones; el Paseo Marítimo, el alquiler turístico, la promoción cultural y artística, el turismo de cruceros, las mejoras de la Playa de Palma, el turismo de borrachera y turismo de calidad y, finalmente, tendió la mano al alcalde para desarrollar proyectos conjuntos entre AVIBA y el consistorio.

Tal y como expresó Mulet, "esta reunión ha significado un paso importante porque hemos visto muy buena predisposición con el alcalde y ganas de hacernos partícipes en las decisiones que tienen que ver con nuestro turismo". Las agencias de viaje forman un eslabón más dentro de la cadena de nuestro motor económico y, según palabras del propio Mulet, "tenemos que poder dar voz a las preocupaciones que presenta nuestro sector".

En referencia al Paseo Marítimo, Mulet ha comentado que desde AVIBA hay apoyo total a la propuesta que llevaba el partido que gobierna sobre la reforma. Un Paseo que está obsoleto y tendría que haber sido una prioridad hace años. La propuesta de la Agrupación pasa por crear una comisión en la que estén representados diferentes estamentos sociales (Ayuntamiento, Govern y Agrupaciones que, directa o indirectamente, están vinculadas a él), que vele por los intereses de todos y que contribuya en la mejora de la primera impresión que se llevan nuestros turistas que



vienen por vía marítima. Un Paseo que sea agradable y útil para los palmeños, con oferta de ocio acorde a nuestra forma de vida mediterránea. En cuanto al alquiler vacacional, AVIBA propuso estudiar la oferta respetando las distinciones propuestas expuestas; viviendas plurifamiliares y unifamiliares, temporada alta y baja y zonas saturadas y no saturadas, porque benefician a la calidad de vida del residente y a toda la oferta complementaria.

En promoción cultural, la propuesta de AVIBA se centró en ofertar una serie de actuaciones vinculadas a la promoción turística desde la perspectiva cultural. "Promocionar a nuestros artistas fuera de la isla pero que también sirva de efecto llamada a turistas, especialmente en temporada baja y potenciar acciones ya consolidadas como la Nit de l'Art englobándolas en paquetes turísticos y de promoción" enfatizó Mulet.

Respecto al turismo de cruceros, desde AVIBA creemos que es necesario la protección, tanto de la actividad económica como de los puestos de trabajo que pueden peligrar si se limita la llegada de cruceros. En palabras del propio Mulet, "Queremos que una empresa independiente realice un estudio exhaustivo sobre el impacto de la actividad crucerística y, en función del resultado, tomar decisiones que mejoren el futuro turístico de Palma. Queremos que se gestione de manera ordenada pero no que se limite ni que se creen debates estériles que demonicen este tipo de turismo".

Para la Playa de Palma, es importante recuperar el consorcio que se creó en el 2006 con la participación de todos

los partidos y agentes implicados para que su continuidad no dependa de vaivenes políticos y poner las bases para potenciar un plan especial para un distrito como es el de la Playa de Palma, diferenciándolo de las poblaciones urbanas de Palma y Lluçmajor.

En cuanto al turismo de borrachera, que tan mala imagen nos da al conjunto del archipiélago, desde AVIBA se insistió en controlar el producto y eliminar este tipo de turismo apostando por otro tipo de turismo, joven pero desde un punto de vista saludable. "Queremos ocio pero no a costa de perjudicar la imagen de la ciudad. Para ello, proponemos clausurar todos los locales que promuevan la venta de alcohol incontrolada" aseveró el presidente de AVIBA.

Poner fin a los grafitis y multar de manera contundente a quien los hace. Acabar con las mafias que están detrás de los top manta, que tanto perjudica a la imagen de quien nos visita, y mejorar la limpieza de toda la ciudad y llevar Palma a todos los rincones del mundo con una promoción directa como destino cultural, gastronómico o deportivo potenciando la temporada baja y el turismo de fin de semana en los meses de menor afluencia turística fueron las propuestas para darle a la ciudad una vuelta en cuanto al turismo de calidad. Finalmente, la Junta de AVIBA solicitó al alcalde Hila participar de manera activa en todas aquellas acciones destinadas a mejorar la promoción de la ciudad. Para ello, "ponemos a disposición del Ayuntamiento nuestras más de 100 agencias de viaje asociadas a AVIBA para llevar a la ciudad de Palma al lugar que se merece" concluyó Mulet.

GEBTA nos informa...



LA EVOLUCIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL ESPAÑOL, DETERMINANTE PARA EL CRECIMIENTO DE LOS VIAJES DE EMPRESA Y DEL PIB

Según los datos del estudio 2025, una mirada al futuro de los viajes de negocio realizado por GEBTA y BRAINTRUST, las variaciones que se van a producir en el tejido empresarial español, tanto en número de compañías existentes y empleados por compañía, como en su manera de operar, van a determinar la fisonomía y el tamaño del sector de los viajes de negocios en los próximos años.

Se crean más empresas pero más pequeñas  
En 2010 el número de empresas en España se situaba en 3,3 millones. Influida por la crisis económica el tejido empresarial español comenzó a descender a partir de ese momento hasta alcanzar su cifra mínima en 2014, con un total de 3,1. Aunque a partir de ese mismo ejercicio el número de compañías en España inició su recuperación y se ha situado de nuevo en los 3,3 millones en 2018, el tamaño medio de las empresas pasada la crisis es inferior al de 2010. El universo real de empresas que impactan actualmente en el mercado del Business Travel está excesivamente acotado. El 83% del gasto total de viajes se concentra en las empresas con más de 20 empleados (el 18% del total), mien-

tras que las empresas con menos de 10 empleados (el 72%), la gran mayoría de nuestro mercado, sólo son responsables del 11% del gasto total.

El sector del Business Travel se enfrentará a un nuevo perfil de responsables o gestores de cuentas de viajes mucho más acostumbrado a lo digital y a la presión permanente en búsqueda de la eficiencia, se indica en el mencionado estudio de GEBTA y BRAINTRUST.

Las agencias de viaje, en constante evolución, tendrán como misión ayudar a las empresas a gestionar de forma óptima sus desplazamientos, y por tanto a ser más competitivas, apoyándoles en su eficacia y productividad, contribuyendo de este modo a hacer crecer sus negocios y mejorar sus márgenes, a través de programas de optimización del gasto en viajes, procesos eficientes e integrados y adopción de herramientas tecnológicas de última generación.

La tendencia apunta a que en 2.025 el sector del Business Travel -continúa indicando el estudio- estará conformado por un conjunto de procesos integrados muy apoyados en la tecnología, con flujos absolutamente automatizados donde las necesidades se vincularán a la mejora del negocio y a la rentabilidad. Si las compañías turísticas toman el liderazgo de este cambio podrán hacerse no solo con la ventaja que da el ser el promotor del cambio sino con la capacidad de dirigir esta transformación hacia los estándares que considere más adecuados para su negocio, ayudando en su misión, a la digitalización del tejido empresarial español, y con ello a su competitividad en un mercado cada vez más abierto, difícil y complejo.

La gestión de los viajes de negocio en España por parte de las empresas tiene todavía recorrido para madurar. Una buena gestión del viaje de empresa es fundamental para el crecimiento del ne-

gocio de las compañías, y por extensión de la economía en su conjunto.

Para el adecuado progreso de maduración de los viajes de empresa en España, GEBTA destaca las siguientes recomendaciones básicas:

■ Con independencia de la evolución del escenario global, las empresas españolas deben prepararse para poder competir en los mercados internacionales en condiciones óptimas. El tamaño medio de las compañías en España sugiere la conveniencia de impulsar políticas adecuadas, que promuevan el crecimiento medio de las pymes. Una mayor dimensión de las estructuras de las pequeñas y medianas agencias constituye un requisito básico para poder afrontar y mantener procesos de internacionalización del negocio.

■ La digitalización es un elemento clave para la optimización de la partida de viajes, que supone de media la segunda mayor partida de gasto indirecto. De modo generalizado las empresas españolas necesitan apoyarse en la tecnología para hacer más eficientes sus procesos, gestionar de modo adecuado la información, y mejorar su competitividad. Sin la tecnología adecuada no sólo se pierde eficiencia, sino que las empresas corren el riesgo de perder el acceso a las mejores tarifas disponibles.

■ Para impulsar los procesos de digitalización y eficiencia de los procesos asociados al viaje es recomendable que las empresas se asesoren en agencias de viajes especializadas. La externalización de la gestión es un elemento fundamental para la contención del gasto y la optimización de las inversiones, pero también para una adecuada gestión de la seguridad y prevención de los viajes y desplazamientos.

# Reserva ya con la plataforma líder en excursiones y visitas guiadas en español.

  
Plataforma simple e intuitiva

  
Paridad de precios

  
Atención 24/7 para agencias



  
20.000 actividades

  
850 destinos en 100 países

  
Descuento directo a las agencias

¡Regístrate ya y comienza a llenar el viaje de tus clientes!

[civitatis.com/agencias](https://civitatis.com/agencias)





UNAV nos informa...



DIT GESTIÓN SE INCORPORA AL CUADRO DE SOCIOS DE UNAV

Con esta adhesión, se reforzarán los servicios a las agencias a nivel institucional, sumando las ventajas que ambas entidades aportan tanto a sus socios como al colectivo sectorial

Tras esta incorporación, UNAV integra ya a 121 miembros y representa a nivel institucional a un total de 3.670 puntos de venta

La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) y DIT Gestión han firmado un acuerdo de colaboración por el cual el grupo de gestión creado en San Sebastián hace 11 años se incor-

pora al cuadro de socios de la entidad decana de las agencias de viajes en España. Esta adhesión permitirá reforzar los servicios a las agencias de viajes a nivel institucional, sumando las ventajas que ambas instituciones aportan tanto a sus socios como al colectivo sectorial. DIT Gestión es uno de los principales grupos de referencia nacionales, que agrupa a un total de 890 agencias de viajes independientes, que dan empleo en conjunto a 2.800 trabajadores. Entre otros servicios, ofrece a sus asociados asesoramiento legal y administrativo, marketing y contenidos formativos. DIT Gestión, además, dispone de un sistema tecnológico propio, que permite la personalización de las páginas web, y motores de búsqueda exclusivos (hoteles, coches, aéreos, cruceros, circuitos, ferrys, larga distancia, entradas, tickets...). En la actualidad, DIT Gestión agrupa bajo su marca a cinco empresas: Dostirec (agencia mayorista que opera bajo la marca Haiku Travel), Haiku Vuelos (consolidar aéreo), VPK Solutions (empresa tecnológica adscrita al grupo), DIT Canarias y Arriaga Viajes. El grupo, que emplea a 42 personas, está presidido por Jon Arriaga. UNAV, por su parte, es la organización

deca de las agencias de viajes en España e integra a 121 miembros y representa a un total de 3.670 puntos de venta (tras la incorporación de este grupo); las compañías agrupadas en torno a UNAV dan empleo a cerca de 5.000 trabajadores y facturan anualmente una cifra próxima a los 6.000 millones de euros. En opinión de Jon Arriaga, presidente de DIT Gestión, "la incorporación a UNAV es un gran paso para las agencias independientes agrupadas en torno a nuestro grupo, pues nos permitirá fortalecer nuestra representatividad y ganar peso en nuestras reivindicaciones ante la Administración, además de beneficiarios de todos los servicios que presta UNAV a sus asociados". Según Carlos Garrido, presidente de UNAV, "la adhesión de DIT Gestión es una excelente noticia, que consolida nuestro liderazgo en materia asociativa y refrenda nuestro posicionamiento ante las instituciones. Este acuerdo, además, no indica que estamos en la buena dirección y que hemos de continuar con nuestra línea de trabajo, orientada a lograr la máxima representatividad en todo el territorio nacional".

UNAV ELABORA EL LIBRO BLANCO DE LA SOSTENIBILIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

Con esta iniciativa busca sensibilizar al conjunto de las agencias en asuntos de sostenibilidad, profundizar en el estado actual de la situación, reconocer las buenas prácticas empresariales y proponer medidas de futuro

El proyecto, pionero en España, cuenta con el patrocinio de Amadeus, ERGO Seguros de Viaje, Iberia y Movelia y la dirección técnica de ObservaTUR. El medio ambiente y la sostenibilidad son temas que cada vez tienen una mayor importancia y alcance social entre la opinión pública, que a diario se muestra más sensible y concienciada hacia estas materias, como demuestran distintos estudios dados a conocer en las últimas fechas.

Conscientes de ese sentir, la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV), integrada por 121 miembros y un total de 3.670 puntos de venta, anuncia hoy la puesta en marcha del Libro Blanco de la Sostenibilidad de las Agencias de Viajes, una iniciativa pionera, primera de la industria del turismo y los viajes, que busca sensibilizar al conjunto de las agencias en asuntos de sostenibilidad, profundizar en el estado actual de la situación en su ámbito, reconocer las buenas prácticas empresariales y proponer medidas de futuro de cara a reducir la huella digital que conlleva la actividad en la que opera. Hay que recordar, en este sentido, que la industria del turismo y los viajes es causante del 5 por ciento de las emisiones de CO2 del planeta y que tres de los 17 objetivos de desarrollo sostenible mencionan de manera explícita al turismo.



Según ha manifestado el presidente de UNAV, Carlos Garrido, "nuestro deseo -el deseo de todos cuantos conformamos el sector de las agencias de viajes- es que los destinos turísticos lo sigan siendo con el transcurso de los años para nuestros hijos y para que las generaciones venideras puedan disfrutarlos en las mismas condiciones de calidad, armonía y bienestar en que nos fueron legados". A este proyecto se han sumado diversas instituciones del sector del turismo y los viajes, como son Amadeus, ERGO Seguros de Viaje, Iberia y Movelia, firmas cuyas estrategias corporativas mantienen un compromiso continuado con la sostenibilidad. El acto del anuncio se ha efectuado en la sede de CEIM, cuyo presidente, Miguel Garrido, ha dado también la bienvenida a la iniciativa. El Libro Blanco de la Sostenibilidad en el Sector de las Agencias de Viajes supondrá el punto de partida de toda una serie de actuaciones que en estos momentos ya se están diseñando y que

gradualmente se irán anunciando, con el fin de proseguir de forma continuada con la sensibilización del sector en calidad desde su papel de prescriptores de opinión. En opinión de Garrido, "en UNAV queremos dar un paso adelante y poner de manifiesto nuestro compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad, aportando, en la medida de nuestras posibilidades, soluciones que puedan contribuir a minimizar el impacto de la cultura de los viajes en nuestro entorno. Es necesario promover un turismo responsable, que proteja el entorno y al mismo tiempo sea capaz de seguir contribuyendo al desarrollo de las regiones y países y al empleo". UNAV, que este mismo año ha puesto en marcha la primera edición de su Concurso de Iniciativas de Sostenibilidad en Agencias de Viajes -ganado por la agencia SANANDER-, llevará a cabo el Libro Blanco con la colaboración de ObservaTUR y de las firmas ReintiaT y Task ONE.

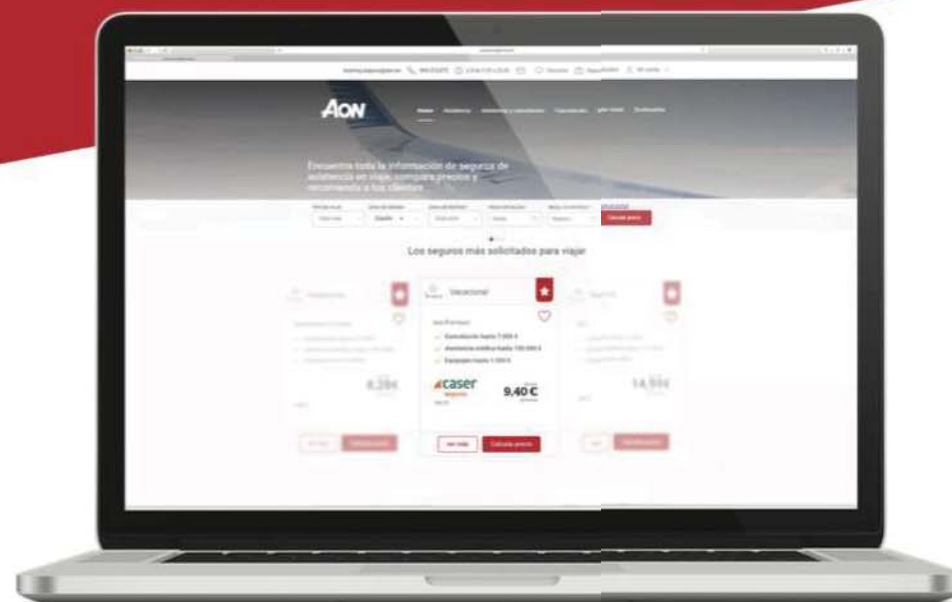
Creemos que hay dos maneras de encontrar  
el mejor seguro de viaje para tus clientes



Una difícil



Y una fácil



## ¿Estás preparado?

Aon te lo pone fácil

Encuentra el seguro de viaje  
perfecto para cada cliente en

**www.aonagencias.es**

## Y para los clientes más exigentes... Te presentamos Aon Premium

Las mayores coberturas para unas  
vacaciones sin sorpresas

En **aonagencias.es** te lo ponemos fácil para que tus clientes disfruten de unas vacaciones sin sorpresas. Descubre el nuevo producto de **asistencia & anulación** con las mayores coberturas.

Aon Premium incluye la garantía de **anulación por causa de fuerza mayor\***. Así, tus clientes podrán cancelar sus viajes por motivos, que no cubren otros seguros, como, por ejemplo, quiebra de proveedores, catástrofes naturales, huelgas o actos de terrorismo.

### CASER - AON PREMIUM

<b>Anulación</b> por causa de fuerza mayor	Hasta <b>7.000 €</b>
<b>Gastos médicos</b> en el extranjero	Hasta <b>100.000 €</b>
<b>Vacaciones no disfrutadas</b>	Hasta <b>3.000 €</b>
Cobertura de <b>equipajes</b>	Hasta <b>1.500 €</b>

- Incluye la **anulación de todos los acompañantes**.
- Incluye la cancelación por cambio justificado e imprevisto de vacaciones.
- Seguro **válido para cruceros sin coste adicional**.

Este seguro **se puede contratar en cualquier momento** con una carencia de 72 horas desde la fecha de la contratación.

Como nos gusta ponértelo fácil, lo tendrás disponible en la sección de **productos destacados**. ★

No olvides marcarlo como **favorito** ♥ para tenerlo siempre a mano.

Con la garantía de Caser.

Entra en:  
**www.aonagencias.es**

Teléfono Booking: **900 373 875**  
E-mail: **booking.seguros@aon.es**

\*Consultar condiciones. Aon Gil y Carvajal S.A.U. Correduría de Seguros, con domicilio social en Madrid, Edificio Torre Ríoja, calle Rosario Pino, nº14-16, C.P. 28020. C.I.F. A-28109247. Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid al Tomo 15.321, Folio 133, M-19.857. Inscrita en el Registro Especial de Mediadores de Seguros y Corredores de Reaseguros de la Dirección General de Seguros con la clave J-107 (Correduría de Seguros) y RJ-0033 (Correduría de Reaseguros). Capacidad financiera y Seguro de Responsabilidad Civil concertado según lo previsto en la Ley 26/2006, de 17 de Julio.

**AON**  
Empower Results®