

EDICIÓN PRIMAVERA 2026



Contenidos



Editorial

Os presentamos el nuevo número de primavera de nuestra revista CEAV News.



Entrevista: Ulrike Bohnet



Noticias CEAV

Todas las noticias del sector, incluyendo el anuncio en Fitur del I Congreso Nacional de Agencias de Viajes, el CEAV Protour de Zaragoza y Andalucía, la colaboración con el Museo Estrella Galicia MEGA...



Las asociaciones nos informan

Todas las noticias de Asociación de Agencias de Incentivo (I de MICE), AVIBA, ASAV y ACAVYT.



CEAV Partners

Presentamos las últimas novedades de nuestros partners.



Entrevista: Angie Moreno



Nos vamos de viaje

Aragón



Destino preferente CEAV 2026



Entrevista: David Vidal



Hoy dormimos en... Hotel Bodega TIO PEPE



Agenda CEAV



Nos vamos de viaje

Tenerife



Nos vamos de viaje

León



Síguenos en:



Si deseas que te avisemos por mail cuando salgan nuevos números, escribe a ceav@ceav.info con el asunto "Suscribirse a CEAV NEWS".

Envío gestionado por:



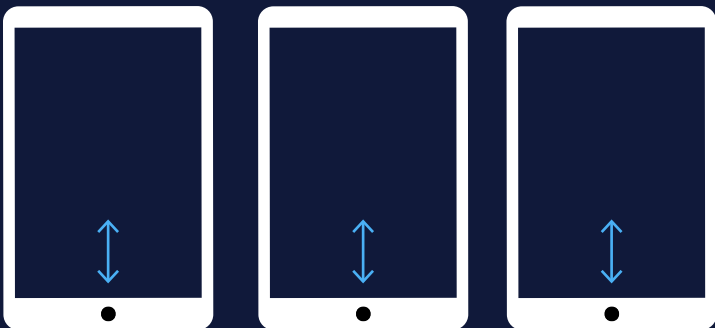
Instrucciones

Para disfrutar en la aplicación sin problemas



Este magazine
se lee en vertical

Navegación por la APP



Para avanzar por las diferentes secciones de la aplicación muévete en vertical.

Interactividad dentro de la APP



Pulsa para
ver contenido



Pulsa para
volver al menú



Arrastra para
pasar página



Pulsa para
ver vídeo



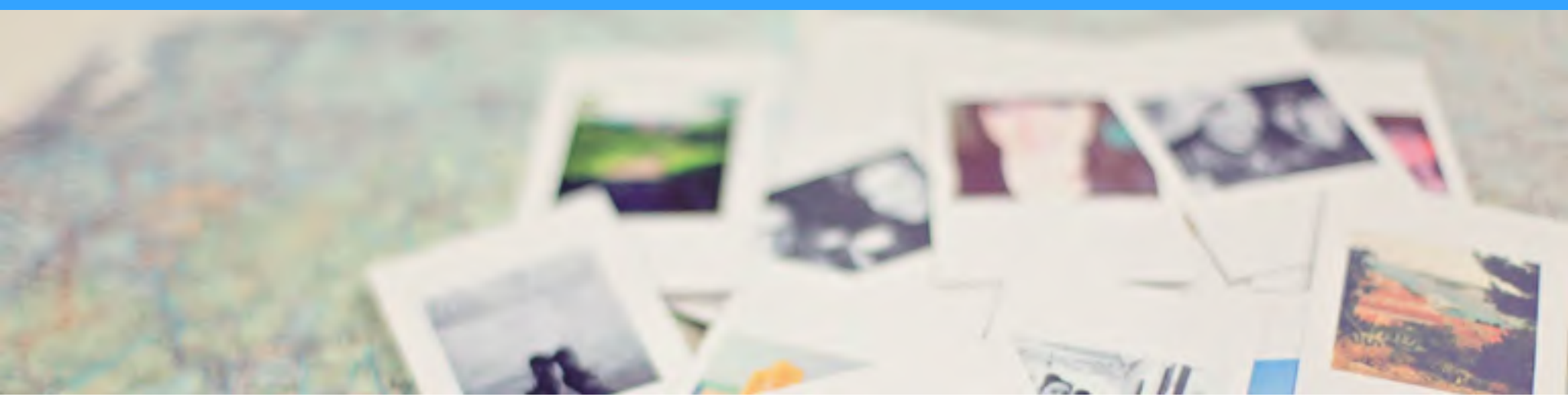
Pulsa para
detener vídeo



Editorial

ceav
news

Editorial



UN AÑO PARA CONSOLIDAR, INNOVAR Y LIDERAR

Comenzamos un nuevo año con la determinación de seguir fortaleciendo el papel de las agencias de viajes como pieza clave del ecosistema turístico. Lo hacemos desde la responsabilidad, pero también desde la convicción de que el trabajo conjunto es la herramienta más eficaz para afrontar cualquier desafío.

Los primeros meses del año nos han recordado que vivimos en un entorno dinámico y, en ocasiones, complejo. La reciente crisis de movilidad puso a prueba la capacidad de reacción del sector y evidenció, una vez más, **la profesionalidad, la agilidad y el compromiso de nuestras agencias**. Supimos responder, acompañar al cliente y defender sus intereses, reafirmando nuestro valor diferencial en momentos de incertidumbre. A ello se suma el contexto internacional marcado por tensiones geopolíticas, como el actual conflicto en Oriente Medio, que vuelve a poner de manifiesto la importancia de contar con profesionales capaces de gestionar situaciones complejas y ofrecer seguridad y asesoramiento a los viajeros. En este sentido, las agencias de viajes han trabajado intensamente en repatriaciones, reubicaciones, cambios y cancelaciones, tratando de ofrecer alternativas a los viajeros y de minimizar el impacto en sus planes. La prioridad inmediata ha sido atender a los pasajeros que debían regresar en estos días, ya que miles de viajeros se han visto afectados por la cancelación o modificación de rutas.

Volviendo al balance del año, nuestra participación en **FITUR** ha marcado un punto de partida sólido. Los acuerdos alcanzados y las líneas de trabajo definidas nos permiten afrontar 2026 con una hoja de ruta clara, centrada en la competitividad, la sostenibilidad y la colaboración institucional.

Este será, además, un año especialmente significativo para **CEAV Protour**, que está celebrando su quinta edición con diez etapas, incorporando nuevas ciudades y ampliando su alcance territorial. Bajo el lema "Comprometidos con la sostenibilidad", reforzamos nuestra apuesta

Editorial



por un modelo turístico más responsable, sumando nuevos partners estratégicos y consolidando alianzas clave.

Renovamos **también nuestra confianza en Marruecos como Destino Preferente 2026**, fortaleciendo un vínculo que genera oportunidades reales de negocio para nuestras agencias. Y destacamos como destinos Premium a Aragón y Alemania, referentes por su diversidad, calidad y potencial de crecimiento.

BIDAIKIDE se suma a las asociaciones de CEAV, reforzando nuestra representatividad territorial, mientras que nuestras comisiones de trabajo continúan desarrollando una labor constante y rigurosa para anticipar tendencias, defender los intereses del sector y aportar soluciones concretas.

Miramos también hacia las grandes citas que marcarán el calendario: la **Cumbre Hispano-Lusa** en mayo y el **Congreso Nacional**, en noviembre, como broche final del año, que será un punto de encuentro para el análisis, la reflexión y la proyección estratégica del futuro de nuestras agencias.

Quiero trasladar, asimismo, mi felicitación a la nueva presidencia de **ACAVE**, con la voluntad de seguir trabajando desde la cooperación y la unidad del sector.

Iniciamos este ejercicio con un mensaje claro: las agencias de viajes no solo se adaptan a los cambios, los lideran. Desde CEAV seguiremos impulsando la profesionalización, la innovación y la sostenibilidad como ejes irrenunciables de nuestro proyecto común.

Gracias a todas las asociaciones, partners y colaboradores que hacen posible este camino compartido. El año ha comenzado, y lo hacemos preparados para avanzar.





Asesoría jurídica

ceav
news



Asesoría jurídica

LA TRIBUTACIÓN DEL REAV AL TIPO REDUCIDO DEL IVA: UNA REFORMA NECESARIA PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Por Ana Barluenga,
directora del Área Jurídica de CEAV

No cabe duda de que la fiscalidad a la que se somete una actividad económica incide de forma directa en su competitividad. El Régimen Especial de las Agencias de Viajes (REAV) constituye, en este sentido, un ejemplo paradigmático dentro del sector turístico.

En la actualidad, las operaciones sujetas al REAV tributan al tipo general del IVA, mientras que la mayor parte de los servicios que integran la cadena de valor del viaje y del ocio se benefician del tipo reducido. Esta asimetría genera una distorsión competitiva difícilmente justificable desde la perspectiva de la neutralidad del impuesto.

En efecto, el Anexo III de la Directiva 2006/112/CE del Consejo, de 28 de noviembre de 2006, relativa al sistema común del impuesto sobre el valor añadido, permite la aplicación del tipo reducido —entre otros— a los servicios de transporte de viajeros y su equipaje, a los servicios de acceso a espectáculos y manifestaciones culturales, a los parques de ocio, a los museos y exposiciones, así como a los servicios de alojamiento y de restauración y catering.

Sin embargo, cuando los servicios recién mencionados forman parte de un paquete turístico organizado por una agencia de viajes, resulta de aplicación el REAV y el conjunto de la operación queda gravado al tipo general. Como consecuencia de lo anterior, las agencias de viajes soportan una carga fiscal superior a la de otros operadores que intervienen en el mismo mercado, repercutiendo ello directamente de manera negativa en su capacidad para competir en precio y en condiciones de igualdad.

Todo ello, además de afectar a la rentabilidad empresarial, sitúa a las agencias de viajes en una

clara desventaja competitiva respecto a otros operadores de servicios turísticos y de ocio.

Por ello, desde la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) se viene defendiendo desde hace años la necesidad de que el REAV pueda acogerse al tipo reducido del IVA. Esta medida exigiría la correspondiente modificación del Anexo III de la Directiva del IVA, para incluir el REAV, de modo que el tratamiento fiscal del producto turístico organizado sea coherente con el de la mayoría de los servicios que lo integran.

Con ocasión de la consulta pública lanzada por la Comisión Europea el 28 de julio de 2025 sobre la actualización de las normas del IVA aplicables a los viajes y al turismo, CEAV reiteró esta reivindicación, insistiendo en la importancia de corregir una desventaja competitiva que carece de justificación en el actual marco económico y normativo.

La aplicación del tipo reducido al REAV no otorgaría ningún privilegio al sector de agencias de viajes, sino que se trata de una medida que resulta imprescindible para garantizar la neutralidad del IVA, reforzar la competitividad de las agencias de viajes y contribuir al desarrollo equilibrado de todos los operadores de la cadena de valor del sector turístico.

Seguiremos trabajando desde nuestra patronal para que esta demanda histórica del sector llegue a convertirse en una realidad normativa.



BALEARIA | MARRUECOS



¿Finde libre?





Noticias

ceav
news

Noticias

CEAV ANUNCIA EN FITUR LA CELEBRACIÓN DEL I CONGRESO NACIONAL DE AGENCIAS DE VIAJES



CEAV aprovechó la celebración de FITUR en enero para anunciar la organización del **I Congreso Nacional de Agencias de Viajes**, que tendrá lugar en noviembre en Madrid. El Congreso nace con el objetivo de trasladar al ámbito nacional el modelo de la Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes, que CEAV celebra cada dos años. Así, asociaciones autonómicas, directivos, empresas turísticas, instituciones y profesionales del sector se reunirán en la capital de España para debatir acerca de las cuestiones que afectan al sector: tecnología, relación con proveedores, marco regulatorio o el futuro de las agencias de viajes serán algunos de los temas que se abordarán.

Por otro lado, CEAV cerró su participación en FITUR con una intensa agenda de actos, reuniones y presentaciones celebradas en su stand de más de 250 metros cuadrados.

El miércoles tuvo lugar la 12ª edición de "Welcome to FITUR", un evento para partners de CEAV y asociaciones miembro en el que se presentó un balance del año 2025 y se avanzaron las principales líneas de trabajo para 2026.

Por la tarde, CEAV y la **Red de Juderías de España – Caminos de Sefarad** firmaron un acuerdo de colaboración. La asociación está integrada por municipios que conservan en sus conjuntos medievales un valioso patrimonio histórico, artístico y cultural, heredado de las comunidades judías



que los habitaron. Esta propuesta constituye una novedosa línea de producto turístico, especialmente atractiva para viajeros interesados en el turismo cultural.

La agenda continuó el jueves con un desayuno de trabajo dedicado a **Centroamérica**, seguido de una presentación con cata de **Mega Estrella Galicia**, vinculada al destino A Coruña. Ese mismo día se celebró la firma del acuerdo anual con **Saborea España**, y el stand acogió una presentación de **México**, destino invitado de FITUR, a cargo de una delegación de empresarios turísticos.

Durante la feria, CEAV mantuvo además numerosas reuniones con los principales protagonistas del sector, entre ellos Iberia o Vueling, así como con destinos e instituciones, y renovó acuerdos de colaboración con entidades como la **Oficina Nacional de Turismo de Marruecos y la Oficina Nacional Alemana de Turismo**, reforzando la cooperación institucional y la promoción conjunta.

Noticias

CEAV INCORPORA A BIDAIKIDE COMO NUEVA ASOCIACIÓN MIEMBRO

CEAV ha incorporado a BIDAIKIDE —Asociación de Agencias de Viajes de Gipuzkoa— como nueva asociación integrada en su estructura. Con esta adhesión, la Confederación refuerza su representatividad territorial y continúa ampliando la red de asociaciones que forman parte del proyecto común del sector.

BIDAIKIDE agrupa a las agencias de viajes emisoras de Gipuzkoa y trabaja para fortalecer el sector mediante iniciativas orientadas a la formación, la interlocución institucional y la promoción de una contratación turística segura y profesional.

Con esta asociación, CEAV suma ya 38 miembros, consolidando su papel como principal organización representativa de las agencias de viajes en España.

Para **Carlos Garrido, presidente de CEAV**, “la incorporación de BIDAIKIDE a CEAV refuerza nuestra estructura territorial y nos permite seguir avanzando en un objetivo común: avanzar en la unidad sectorial para defender los intereses de las agencias de viajes y reforzar su papel como canal profesional imprescindible en la comercialización turística”.

Lore Uranga, presidenta de BIDAIKIDE, ha señalado: “Integrarnos en CEAV refuerza nuestra posición como interlocutor del sector en Gipuzkoa y nos permite sumar esfuerzos en la defensa de las agencias de viajes profesionales. En un contexto de creciente intrusismo y proliferación de intermediarios que operan sin identificación clara ni garantías suficientes, es fundamental poner en valor la contratación con agencias de viajes legalmente constituidas y registradas —ya operen de forma presencial, online o híbrida— que ofrecen seguridad jurídica, asesoramiento experto y respaldo profesional ante cualquier incidencia. Contratar con una agencia acreditada no es solo una opción, es una garantía de protección para el consumidor”.



CEAV PROTOUR 2026 ARRANCA EN ZARAGOZA Y CONTINÚA SU RECORRIDO POR ANDALUCÍA

CEAV ha iniciado una nueva edición de su gira profesional **CEAV Protour 2026**, que comenzó en Zaragoza y ha continuado posteriormente en Andalucía con nuevos workshops dirigidos al canal profesional de agencias de viajes.

La capital aragonesa acogió el primer encuentro de la gira, en el que participaron 80 agencias de viajes y alrededor de 40 empresas del sector turístico, entre destinos, aerolíneas, compañías tecnológicas y proveedores de servicios. Este workshop marcó el inicio de la quinta edición de CEAV Protour, una iniciativa concebida para conectar de forma directa a las agencias con la oferta turística y favorecer el networking y la generación de oportunidades de negocio.



CEAV PROTOUR 2026 ARRANCA EN ZARAGOZA Y CONTINÚA SU RECORRIDO POR ANDALUCÍA

Tras su arranque en Zaragoza, la gira continuó en Andalucía con dos nuevas citas profesionales celebradas en Granada y Jerez de la Frontera, que reunieron a más de 150 agencias de viajes y 55 expositores. Estos encuentros permitieron a los agentes conocer las últimas novedades de destinos y empresas del sector, además de intercambiar experiencias y reforzar las relaciones comerciales.

El CEAV Protour 2026 recorrerá a lo largo del año diez ciudades españolas, consolidándose como una de las principales plataformas de encuentro entre agencias de viajes y proveedores turísticos. En esta edición, Aragón participa como Destino Nacional Premium, Alemania como Destino Europeo Premium, Abu Dhabi como Destino Internacional Premium, y Marruecos como Destino Preferente, reforzando su visibilidad ante el canal profesional.



Noticias

CEAV REIVINDICA EL LIDERAZGO FEMENINO EN EL SECTOR CON MOTIVO DEL DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER

Con motivo del Día Internacional de la Mujer, CEAV ha puesto en valor el trabajo que desarrolla su Comisión de Igualdad para impulsar una mayor presencia femenina en los espacios de liderazgo del sector turístico.

Aunque las mujeres representan aproximadamente el 60 % de la fuerza laboral del turismo, su presencia en puestos de alta dirección y en órganos de decisión sigue siendo significativamente menor. Ante esta realidad, la Confederación considera prioritario promover iniciativas que contribuyan a equilibrar esta representación.

Entre las acciones que se están desarrollando destaca un mapeo sobre la presencia femenina en los órganos directivos de las asociaciones integradas en CEAV, así como la puesta en marcha de talleres centrados en el liderazgo, la visibilidad profesional y el empoderamiento de las mujeres del sector.

Estas iniciativas se enmarcan en una estrategia más amplia orientada a favorecer la igualdad de oportunidades y a reforzar el papel del talento femenino en la evolución y modernización de la industria turística.



Noticias

CEAV PARTICIPA EN EL II CONGRESO DE ASEET



La Asociación Española de Ejecutivas del Sector Turístico (ASEET) celebró el pasado mes de febrero su II Congreso bajo el lema *"Mujeres que transforman la industria turística"*, un encuentro que reunió a representantes institucionales, empresariales y asociativos para analizar los principales retos del sector desde una perspectiva de liderazgo, innovación e igualdad.

Durante la jornada se abordaron cuestiones clave como el papel de las asociaciones en la promoción del liderazgo femenino, la importancia de la corresponsabilidad en las organizaciones, el impulso de la innovación y los desafíos actuales en materia de sostenibilidad.

A través de diferentes mesas redondas y espacios de debate, los participantes reflexionaron sobre la necesidad de seguir avanzando hacia una mayor visibilidad del talento femenino y de reforzar las redes profesionales que contribuyen a impulsar el desarrollo de las mujeres en el sector turístico.

CEAV participó activamente en el congreso, reafirmando su compromiso con la promoción de la igualdad y con el impulso del liderazgo femenino en una industria en la que las mujeres desempeñan un papel fundamental.

Noticias

CEAV TRASLADÓ AL GOBIERNO SU PREOCUPACIÓN POR LA SITUACIÓN FERROVIARIA



CEAV trasladó en febrero a los ministerios de Transportes y Movilidad Sostenible y de Industria y Turismo su preocupación por la situación ferroviaria que atravesaba el país y por las posibles consecuencias que esta situación podía tener para la actividad turística y la imagen internacional de España como destino.

Las incidencias registradas en la red ferroviaria en los últimos meses han generado inquietud entre operadores turísticos y viajeros, lo que repercute directamente en la operativa de las agencias de viajes, que deben gestionar consultas, cambios de itinerarios y reorganización de servicios.

Con el objetivo de conocer el impacto real de esta situación en el sector, CEAV realizó además una encuesta entre sus agencias asociadas. Los resultados reflejaron que cerca del 70 % de las agencias consideraba que las incidencias ferroviarias estaban teniendo un impacto económico negativo en su actividad, principalmente por la pérdida de confianza en el tren como medio de transporte y por el aumento del tiempo y los costes de gestión asociados a incidencias y cambios de viaje.

Noticias

ALEMANIA REPITE COMO DESTINO EUROPEO PREMIUM DE CEAV EN 2026



CEAV y la Oficina Nacional Alemana de Turismo (ONAT) continuarán en 2026 su colaboración estratégica, con Alemania nuevamente reconocido como Destino Europeo Premium dentro del programa CEAV Protour.

La renovación del acuerdo permitirá seguir impulsando la promoción del destino entre las agencias de viajes españolas y reforzar las acciones de formación, difusión y promoción dirigidas al canal profesional.

La colaboración entre ambas entidades durante el pasado año generó una amplia participación de agentes de viajes y contribuyó a incrementar el conocimiento de la oferta turística alemana en el mercado español.

Entre las iniciativas previstas para 2026 destaca una campaña dedicada a las *Historic Highlights of Germany*, una red que reúne algunas de las ciudades históricas más representativas del país y que permitirá poner en valor su patrimonio cultural, arquitectónico y urbano.

Con esta alianza, CEAV y la ONAT continúan trabajando de forma conjunta para reforzar la presencia de Alemania en el canal profesional y facilitar a las agencias un mayor conocimiento del destino y de sus productos turísticos.

Noticias

TRAVEL 2 CARE SE INCORPORA COMO NUEVO PARTNER DE CEAV



Travel2care

Comunicación, marketing, formación
y estrategias para empresas y
destinos comprometidos con el
turismo sostenible.

El proyecto, impulsado por Mayte Redondo, está orientado a acompañar a las empresas turísticas en la adopción de buenas prácticas y en la integración de criterios de sostenibilidad en su actividad diaria.

Travel 2 Care nació como una revista digital internacional especializada en turismo sostenible y, con el tiempo, ha ampliado su actividad hacia el asesoramiento y acompañamiento a pequeñas y medianas empresas del sector para ayudarles a avanzar hacia modelos de negocio más responsables.

A través de esta colaboración se impulsarán acciones de sensibilización, formación y divulgación

dirigidas a las agencias de viajes, con el objetivo de facilitar herramientas que les permitan integrar la sostenibilidad en su operativa y responder a las nuevas demandas de los viajeros.

Con esta incorporación, CEAV continúa ampliando su red de partners estratégicos, una estructura que aporta valor añadido a sus asociados y contribuye a fortalecer la competitividad, la innovación y la profesionalización del sector.

Noticias en breve

CEAV IMPULSA EL TURISMO GASTRONÓMICO EN MADRID FUSIÓN



CEAV colaboró con Saborea España en la organización de talleres gastronómicos celebrados en el marco de Madrid Fusión. En la actividad participaron destinos integrados en la red y reconocidos cocineros, que acercaron a los agentes de viajes asistentes la riqueza culinaria de sus territorios. Esta iniciativa permitió presentar la gastronomía como un producto turístico de alto valor añadido y facilitar a los profesionales del sector un mayor conocimiento de propuestas experienciales que enriquecen su labor de asesoramiento.

CEAV RENUEVA SU ACUERDO DE COLABORACIÓN CON MARRUECOS



La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) y la Oficina Nacional Marroquí de Turismo (ONMT) han renovado su acuerdo de colaboración para 2026 con el objetivo de continuar reforzando la visibilidad y el posicionamiento de Marruecos en el canal profesional de las agencias de viajes.

El acuerdo contempla una estrategia de promoción específica que este año pondrá el foco en Tamuda Bay, una zona que ha experimentado un notable impulso en su conectividad gracias a las nuevas y reforzadas conexiones operadas por Balearia y Royal Air Maroc, facilitando así el acceso desde España y ampliando las oportunidades de comercialización para las agencias. Asimismo, CEAV celebrará por tercer año consecutivo sus jornadas técnicas en Marruecos, consolidando así la estrecha colaboración entre ambas entidades y reforzando el conocimiento del destino entre las agencias españolas.

Además, Marruecos volverá a ocupar un papel destacado como **Destino Preferente en la gira de workshops CEAV Protour 2026**, lo que le permitirá contar con una visibilidad reforzada en las distintas ciudades del circuito y consolidar su posicionamiento ante un canal clave para la prescripción y venta de viajes.

Con esta renovación, CEAV y ONMT continúan trabajando conjuntamente para potenciar la comercialización de Marruecos y seguir estrechando la relación entre el destino y las agencias de viajes españolas.

Noticias en breve

CEAV Y EL MUSEO DE ESTRELLA GALICIA MEGA IMPULSAN NUEVAS EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

CEAV ha iniciado una colaboración con el Museo de Estrella Galicia MEGA, un espacio dedicado a la cultura cervecera que ofrece diversas experiencias turísticas vinculadas a la gastronomía y al patrimonio industrial. MEGA presentó su propuesta a las agencias de viajes, destacando las posibilidades de integrar estas experiencias en paquetes y programas turísticos dirigidos a distintos perfiles de viajeros.



WEBINAR SOBRE LAS IMPLICACIONES JURÍDICAS DEL CONFLICTO EN ORIENTE MEDIO

Ana Barluenga, directora del área jurídica de CEAV, impartió recientemente un webinar dirigido a las agencias de viajes sobre las implicaciones legales que el actual conflicto en Oriente Medio puede tener para el sector. Durante la sesión se abordaron aspectos relacionados con los derechos de los pasajeros, las obligaciones de las agencias y la gestión de cancelaciones, cambios de rutas aéreas o restricciones operativas derivadas de la situación geopolítica. La iniciativa permitió ofrecer orientación práctica a los profesionales ante un contexto internacional marcado por la incertidumbre.



HAMMAM

AL ÁNDALUS

ESPACIO DE CALMA, SALUD Y ARMONÍA



CÓRDOBA • GRANADA • MADRID | PLAZA MAYOR •
MADRID | SALESAS • MADRID | PUERTA DE HIERRO •
MÁLAGA • PALMA

hammamandalus.com



Entrevista a Angie Moreno

Entrevista a

ANGIE MORENO

DELEGADA DE TURISMO DEL AYUNTAMIENTO DE SEVILLA



1 Sevilla se ha consolidado como uno de los destinos urbanos más atractivos de España. ¿Cuáles son actualmente las prioridades estratégicas del Ayuntamiento para seguir reforzando su posicionamiento nacional e internacional?

Desde el Ayuntamiento de Sevilla tenemos muy claras cuáles son las prioridades en materia turística y pasan por crecer en valor, no solo en volumen, y hacerlo cuidando la ciudad y la experiencia de quienes nos visitan.

Para ello debemos seguir trabajando para que Sevilla siga siendo un destino de excelencia: más calidad en el servicio, más profesionalización y más producto diferencial. Eso significa apoyar a las empresas para que eleven estándares, impulsar programas de calidad y, sobre todo, convertir cada visita en una experiencia memorable: patrimonio, gastronomía, compras, artesanía, cultura... con un relato coherente y bien paquetizado.

La segunda es la sostenibilidad y la convivencia. Sevilla no puede “vivir de espaldas” a su industria

turística. Para ello uno de los ejes transversales de nuestra estrategia es redistribuir flujos, mejorar la movilidad turística, diversificar itinerarios y desconcentrar para que el impacto de la actividad turística sea más equilibrado y menos lesivo en el entorno, además de distribuir la economía que dicha actividad genera a zonas más allá del centro histórico. Turismo sí, pero turismo compatible con la vida local.

La tercera es la proyección nacional e internacional, que además de la mano del impulso a la conectividad: consolidar mercados que ya funcionan, abrir oportunidades donde hay potencial de crecimiento, y apostar fuerte por segmentos estratégicos como el turismo cultural y el MICE, que generan empleo, reputación y además desestacionalizan la actividad. Todo esto, además, con más datos, más colaboración institucional y más alianzas con el sector turístico de la ciudad, que es quien está en primera línea.

2 El equilibrio entre crecimiento turístico y sostenibilidad es uno de los grandes retos de las ciudades. ¿Qué medidas está impulsando Sevilla para garantizar un modelo turístico responsable?

El turismo responsable o conseguir el punto de equilibrio entre el desarrollo turístico y la preservación de la identidad y el cuidado del entorno es un reto común en todas las grandes potencias turísticas.

Entrevista a

ANGIE MORENO

DELEGADA DE TURISMO DEL AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

Partimos de una premisa aparentemente sencilla, pero compleja: el turismo tiene que sumar a la ciudad, no tensionarla. Para eso estamos impulsando medidas en varios niveles. Por un lado, trabajamos en una mejor gestión de los flujos, evitando que la presión turística se concentre siempre en los mismos puntos y a las mismas horas. Eso mejora la experiencia del visitante y, sobre todo, protege la convivencia. También desde lo que nos compete como entidad pública, estamos impulsando la calidad y la profesionalización. Un modelo responsable no se construye solo con normas, sino con estándares: formación, mejora continua y compromiso del sector. Ahí encajan iniciativas como los programas de calidad turística SICTED y el acompañamiento a empresas para avanzar en sostenibilidad, accesibilidad e innovación de la mano de la Smart Tourism Office.

Otro eje importante es el turismo de mayor valor añadido, que es el que genera más impacto económico con una huella más controlable: cultura, gastronomía, compras, experiencias, congresos y eventos. No se trata de “traer más”, sino de atraer mejor y de repartir mejor los beneficios.

Y, por último, todo esto lo hacemos con una premisa: gobernanza y escucha. Nosotros, como Ayuntamiento de Sevilla, junto a las asociaciones y empresas sentadas en la misma mesa, midiendo, evaluando y corrigiendo cuando hace falta. Para ello hemos creado varias mesas sectoriales que nos permite tener siempre una foto de la realidad, conocer de primera mano las necesidades y poder abordar problemáticas que de otro modo serían difícil de gestionar. Porque el modelo turístico de Sevilla no es estático y no se construye desde un solo ámbito: tiene que ser un proceso continuo, pensado para cuidar y gestionar la ciudad hoy, para que siga siendo un destino deseado mañana.

3 Las agencias de viajes desempeñan un papel clave en la comercialización y prescripción de los destinos. ¿Cómo valoras la colaboración con el canal profesional y qué oportunidades ve para fortalecer esa relación?

La colaboración con las agencias de viajes es esencial. A veces se habla mucho de promoción, de campañas o de presencia en ferias, pero la realidad es que quien prescribe de verdad un destino, quien lo recomienda y lo coloca en el escaparate adecuado, es el canal profesional. Son el canal que mejor conoce al viajero y el que más influye en su decisión final.

Desde Turismo de Sevilla apostamos por una relación directa y continua con los agentes de viaje, trabajando con ellos en el día a día, proporcionando información y recursos si lo necesitan, escuchando su visión y sus necesidades y estando atentos al pulso que nos transmiten de su actividad.

Para ello hemos firmado acuerdos y distintas colaboraciones con la Asociación de Agencias de Viaje de Sevilla o con CEAV. Y seguiremos trabajando en esa dirección.

En cuanto a oportunidades, en primer lugar, seguiremos fortaleciendo lazos con un contacto más continuo: encuentros profesionales, formación, viajes de familiarización bien diseñados y herramientas útiles para que puedan vender Sevilla con conocimiento y confianza. Segundo, trabajar con ellas codo a codo en la creación de productos, para que lo que ofrecemos responda

Entrevista a

ANGIE MORENO

DELEGADA DE TURISMO DEL AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

a la demanda real: experiencias culturales, gastronómicas, compras, artesanía, rutas menos masificadas... Y tercero, escuchar más: integrar su feedback de forma sistemática, porque si una agencia detecta una carencia o una oportunidad, normalmente llega antes que cualquier indicador proveniente de los datos que manejamos.

En definitiva, queremos seguir siendo aliados para entender más y mejor al visitante y mejorar su experiencia. Y en eso, las agencias son de los socios más valiosos que podemos tener.

4 La diversificación de producto es esencial para desestacionalizar y atraer nuevos perfiles de visitantes. ¿Qué segmentos o experiencias quiere potenciar Sevilla en los próximos años?

En los próximos años queremos potenciar especialmente experiencias que aporten más valor al visitante y que, al mismo tiempo, ayuden a repartir mejor el turismo en la ciudad. Sevilla tiene una oferta patrimonial extraordinaria, única en el mundo, pero el objetivo es que quien nos visite encuentre también una agenda cultural viva y una Sevilla más allá de sus emblemas más conocidos: una Sevilla amplia, más diversa y más de barrio.

En el ámbito cultural, vamos a seguir reforzando grandes tractores internacionales como La



Bienal de Flamenco y el Festival de Ópera de Sevilla, porque son citas únicas en el mundo y que pueden aspirar a más. Además, posicionan la marca destino y atraen públicos muy específicos y con un nivel de gasto alto en destino. Y en esa misma, la Real Fábrica de Artillería es una apuesta estratégica: un espacio con capacidad para convertirse en un gran contenedor de programación y actividad cultural durante todo el año, ampliando el mapa turístico de la ciudad y las razones para visitar la ciudad en distintos momentos del año.

Pero la diversificación también es territorial. Queremos impulsar Sevilla desde sus barrios, poniendo en valor rutas, experiencias gastronómicas, comercio local, artesanía y proyectos culturales que ya existen y que muchas veces el visitante no conoce. Ejemplo claro de ello es el proyecto de Nervión, que ya se encuentra muy avanzado. Un proyecto que nace para sumar calidad y excelencia al

Entrevista a

ANGIE MORENO

DELEGADA DE TURISMO DEL AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

relato de Sevilla. No es un apéndice, es una pieza estratégica que articula patrimonio, cultura, comercio, deporte y vida de barrio en un producto urbano coherente y con muchísimo potencial.

Y todo ello con un hilo conductor: la calidad. Porque diversificar no es sumar opciones sin más, sino construir propuestas bien diseñadas, sostenibles y coherentes con lo que Sevilla representa. Esa combinación —cultura de alto nivel, barrios diferenciales y estándares de excelencia— es la base del modelo por el que Sevilla quiere consolidarse en los próximos años.

5 De cara a 2026, ¿qué grandes proyectos o hitos marcarán la agenda turística de la ciudad y qué mensaje te gustaría trasladar a las agencias de viajes que trabajan el destino Sevilla?

En 2026, Sevilla va a consolidar una agenda turística y cultural marcada por una idea central: más valor y más calidad. Y eso se va a notar en hitos muy concretos: La Bienal de Flamenco —una cita internacional que vuelve a situar a Sevilla en el epicentro del arte jondo—, Icónica Santalucía Sevilla Fest como gran escaparate cultural y experiencial del verano, y el Festival de Cine Europeo de Sevilla, que refuerza el posicionamiento de la ciudad como capital cultural contemporánea.

A esa agenda se suma una apuesta que es clave para diversificar: los espacios singulares. La Real Fábrica de Artillería está llamada a jugar un papel protagonista como gran contenedor de actividad cultural y creativa, ampliando el mapa y ofreciendo motivos para volver más allá del circuito habitual.

Y junto a la cultura, hay dos palancas que van a reforzar el destino. La primera, la movilidad urbana, con actuaciones que mejoran la experiencia de quien llega y se mueve por Sevilla. La segunda, la conectividad aérea, donde ya venimos viendo una tendencia de crecimiento sostenida: el Aeropuerto de Sevilla cerró 2025 con cifras históricas, con un peso internacional cada vez mayor, y nuevas rutas previstas para 2026 que apuntalan ese impulso.

Y el mensaje a las agencias de viajes es directo y sin matices: contamos con vosotros como aliados esenciales. Sevilla está dando un paso adelante con un modelo claro —atraer mejor, cuidar la ciudad y ofrecer más motivos para venir y para volver— y queremos hacerlo con el agente de viajes a nuestro lado: en una relación más directa, escuchando vuestro feedback (que es el termómetro más fiable de la satisfacción del visitante) y construyendo producto juntos.

Tu cliente no quiere reclamar, quiere soluciones

Convierte las incidencias en satisfacción y fidelidad

10€



Gestión de Reclamaciones*

Reclamación gratuita por retraso, cancelación, overbooking o problemas de equipaje

Acceso a SALA VIP

Si el retraso es mayor de 4 h

eSIM gratuita

500 MB, +70 países

Protección Digital

Antivirus + VPN Hasta 3 dispositivos

15€



Pack Basic +

Localización de Equipaje

Búsqueda activa mundial

Compensación de 1.000 €

Pago directo si la maleta no es localizada en las primeras 96 horas

Acumulable a la indemnización de la aerolínea

20€



Pack Plus +

Reembolso de Hotel

Si una incidencia en el vuelo supone perder la primera noche

Reembolso de hasta 500 €

Devolución del importe de la noche perdida

¿Puedo reclamar por mi vuelo?



Introduce los datos de tu reserva
y te informamos GRATIS.

98.7%
de éxito en
reclamaciones
aéreas

*Excepto 25€+IVA en caso de éxito



Consulta condiciones especiales
para tu agencia de viajes

960 660 283
reclamatravel.com



Las asociaciones nos informan

ceav
news

Las asociaciones nos informan



Las asociaciones nos informan

I DE MICE CELEBRA SU V ASAMBLEA EN MARRAKECH Y REFUERZA SU APUESTA POR LA PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR



La Asociación de Agencias de Incentivo (I de MICE) celebró del 4 al 7 de febrero en Marrakech su V Asamblea Ordinaria, un encuentro que reunió a sus socios para analizar la evolución de la entidad, aprobar las cuentas del último ejercicio y definir las principales líneas estratégicas para el futuro del sector MICE y de los viajes de incentivo en España.

Durante la Asamblea se puso de relieve la solidez económica de la asociación y su crecimiento en los últimos años, fruto de una gestión orientada a la diversificación de ingresos y al impulso de proyectos que contribuyan al desarrollo del segmento de incentivos. En este contexto, los socios aprobaron por unanimidad las cuentas anuales y abordaron nuevos proyectos destinados a reforzar el posicionamiento de la organización y la colaboración con sus partners estratégicos.

Uno de los hitos del encuentro fue la presentación de la nueva app de I de MICE, concebida como una herramienta para fortalecer la comunidad de asociados y facilitar una comunicación más directa y transparente dentro de la organización. La aplicación servirá también como plataforma de visibilidad para los partners de la asociación y como punto de encuentro para compartir información, iniciativas y oportunidades profesionales.

La Asamblea combinó sesiones de trabajo con actividades en destino y espacios de intercambio profesional, en un formato diseñado para fomentar la reflexión estratégica y la colaboración entre los miembros de la asociación. En el marco del encuentro, I de MICE entregó además un reconocimiento a Marruecos como Destino Estratégico de Viajes de Incentivo, poniendo en valor su posicionamiento dentro del segmento MICE.

Las asociaciones nos informan

AVIBA ANALIZA CON ETIHAD AIRWAYS LA NUEVA CONEXIÓN ENTRE PALMA Y ABU DABI

Profesionales de agencias de viajes asociadas a AVIBA participaron en Palma en un encuentro organizado con motivo de la presentación de la nueva ruta aérea Palma-Abu Dabi operada por Etihad Airways, una conexión que refuerza los vínculos entre Baleares y Oriente Medio y abre nuevas oportunidades para el sector turístico de las islas.

Durante la jornada, representantes de la aerolínea compartieron con las agencias los principales detalles de esta nueva operativa y las posibilidades de conectividad que ofrece el enlace con Abu Dabi, tanto para el mercado vacacional como para los viajes de negocio y las conexiones hacia otros destinos de Asia y Oriente Medio.

El encuentro sirvió también como espacio de diálogo entre la compañía aérea y las agencias de viajes, que pudieron plantear sus dudas e intercambiar impresiones sobre la operativa actual y la situación de algunos viajeros afectados por incidencias recientes en distintos destinos asiáticos.

Las agencias valoraron positivamente la comunicación y el seguimiento realizado por la compañía para apoyar la gestión de los viajes y facilitar soluciones a los pasajeros. La nueva conexión refuerza la conectividad internacional de Baleares y abre nuevas oportunidades comerciales para las agencias de viajes del archipiélago.



Las asociaciones nos informan

ACAVYT REFUERZA LA COOPERACIÓN TURÍSTICA ENTRE CANARIAS Y AGADIR EN LA MISIÓN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO DE CANARIAS

La Asociación Canaria de Agencias de Viajes y Turoperadores (ACAVyT) ha participado en la misión empresarial organizada por el Gobierno de Canarias en Agadir, con el objetivo de reforzar los lazos de cooperación entre Canarias y la región marroquí de Souss Massa.

El presidente de ACAVyT, Ignacio Poladura, formó parte de la delegación institucional y empresarial que mantuvo más de 70 encuentros de trabajo centrados en el impulso de alianzas estratégicas en ámbitos como el turismo, la innovación, la empresa, la universidad y el deporte. La misión culminó con el establecimiento de nuevas vías de colaboración orientadas a consolidar un modelo de cooperación estable y generador de oportunidades compartidas.

En el ámbito turístico, ACAVyT ha promovido contactos con operadores y mayoristas de la región para fortalecer la cooperación institucional y explorar sinergias que favorezcan el desarrollo de producto, la conectividad y el intercambio de flujos turísticos entre ambos destinos.



Esta participación refuerza el compromiso de ACAVyT con la internacionalización del sector, la diversificación de mercados y la generación de nuevas oportunidades para las agencias de viajes canarias, en una apuesta clara por más cooperación, más oportunidades y más turismo compartido.

ACAVYT APORTA LA VISIÓN DEL SECTOR AL NUEVO MODELO DE MOVILIDAD DEL TEIDE

La Asociación Canaria de Agencias de Viajes y Turoperadores (ACAVyT) mantuvo una reunión de trabajo con el vicepresidente del Cabildo de Tenerife, Lope Afonso, y la consejera delegada de Turismo de Tenerife, Dimple Melwani, para analizar el futuro modelo de acceso al Parque Nacional del Teide.

El gerente de ACAVyT trasladó las aportaciones del sector, destacando la contribución de las excursiones organizadas con guías oficiales a la conservación, la educación ambiental y la descongestión del tráfico. La Asociación reiteró además la importancia de contar con información clara y con la participación del sector en el diseño del plan de movilidad y del sistema de reservas, apostando por un modelo equilibrado y sostenible.



Las asociaciones nos informan

EL X CONGRESO DE AGENCIAS DE VIAJES DE CASTILLA Y LEÓN REÚNE EN SEGOVIA A MÁS DE 160 PROFESIONALES



La Asociación Segoviana de Agencias de Viajes, integrada en la Federación Empresarial Segoviana (FES), celebró el pasado mes de enero en Segovia el X Congreso de Agencias de Viajes de Castilla y León, un encuentro que volvió a poner de relieve la fortaleza del asociacionismo en el sector. La cita reunió a más de 160 profesionales procedentes de las nueve provincias de la comunidad.

Celebrado en la antesala de Fitur, el congreso se consolidó como un foro de intercambio profesional en el que agencias, turoperadores, cadenas hoteleras y compañías aéreas compartieron tendencias y novedades del mercado turístico.

Entre los asuntos abordados durante la jornada destacaron cuestiones que afectan directamente a

la actividad de las agencias, como el intrusismo en el sector o las implicaciones de la normativa reciente que afecta a la actividad turística. Asimismo, los asistentes valoraron el cambio de criterio de la Junta de Castilla y León respecto al programa *Club de los 60*, que permitirá que todas las agencias autorizadas de la región puedan comercializarlo.

El encuentro combinó sesiones profesionales con espacios de networking y actividades en destino, poniendo también en valor el potencial de Segovia como sede de turismo MICE gracias a su patrimonio, sus infraestructuras y su ubicación estratégica.



Potencia tu Agencia de Viajes

BACKOFFICE INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO

 **Camelot Backoffice**
ENTERPRISE RESOURCE PLANNING

Una única plataforma para todas las operaciones clave de tu agencia: reservas, proveedores, facturación, tesorería y reporting avanzado.



BACKOFFICE

Potencia, Flexibilidad, Seguridad.

Veri*Factu | SII | SES Hospedajes | Gestor Documental | Factura Electrónica



Gestión Inteligente



Automatización Eficiente



Datos Seguros

Infórmate en el 91 361 71 10 o
escríbenos a comercial@travelcloudsystem.com

TRAVEL
CLOUD
SYSTEM



Entrevista a **Ulrike Bohnet**

Entrevista a

ULRIKE BOHNET

DIRECTORA DE LA OFICINA NACIONAL ALEMANA DE TURISMO
PARA ESPAÑA Y PORTUGAL

1 **CEAV y la Oficina Nacional Alemana de Turismo mantienen una colaboración consolidada desde hace años. ¿Qué balance hace de esta alianza y qué valor aporta el canal de agencias de viajes a la promoción de Alemania en España y Portugal?**

La colaboración con CEAV es estratégica y muy valiosa para nosotros. El canal de agencias de viajes sigue siendo un prescriptor clave, especialmente en un destino como Alemania, que ofrece una gran diversidad de productos: ciudades culturales, rutas temáticas, naturaleza, gastronomía, turismo activo y propuestas sostenibles.

Las agencias aportan asesoramiento cualificado, conocimiento del cliente y capacidad de generar confianza. Para nosotros son un socio esencial para trasladar correctamente el posicionamiento del destino y convertir la inspiración en venta efectiva.

El balance es muy positivo: trabajamos de forma coordinada, con acciones concretas y presencia territorial, lo que nos permite llegar de manera estructurada al mercado español y portugués.



2 **Alemania repite este año como Destino Europeo Premium en la gira CEAV Protour. ¿Qué supone para vosotros formar parte de esta iniciativa y qué objetivos perseguís con vuestra participación en los workshops?**

Para nosotros es fundamental tener presencia más allá de Madrid y Barcelona. España es un mercado diverso y dinámico, y queremos acercarnos a las agencias en todo el territorio. CEAV Protour nos permite precisamente eso: llegar directamente al canal profesional en distintas ciudades, escuchar sus necesidades y presentar de forma estructurada la oferta actualizada del destino.

Entrevista a

ULRIKE BOHNET

DIRECTORA DE LA OFICINA NACIONAL ALEMANA DE TURISMO
PARA ESPAÑA Y PORTUGAL

Nuestro objetivo es reforzar la imagen de Alemania como destino completo, versátil y de calidad, pero también facilitar herramientas concretas para la comercialización. Queremos generar demanda, fortalecer el conocimiento del producto y acompañar a las agencias en la creación de propuestas atractivas para el cliente final.

3 Alemania ha reforzado en los últimos años su posicionamiento en sostenibilidad, turismo cultural y experiencias urbanas. ¿Qué productos o segmentos considera prioritarios para el mercado español en 2026?

Para 2026 identificamos varias líneas prioritarias en el mercado español. El turismo cultural y urbano sigue siendo un pilar fundamental, especialmente en torno al patrimonio UNESCO, la música, los grandes museos y los eventos culturales internacionales. Alemania cuenta con una densidad cultural excepcional y eso conecta muy bien con el viajero español.

Observamos también un creciente interés por las experiencias gastronómicas y enológicas, así como por propuestas que combinan ciudad y naturaleza en un mismo viaje. Los itinerarios que integran estancias urbanas con escapadas a entornos rurales o naturales permiten enriquecer la experiencia y alargar la duración del viaje.

Asimismo, el turismo activo y de naturaleza, especialmente en parques nacionales y rutas cicloturísticas, gana relevancia. Todo ello bajo un enfoque de sostenibilidad práctica, integrada en el producto, y no presentada como un mensaje aislado.

4 En un contexto de transformación de la distribución turística, ¿qué papel cree que deben desempeñar las agencias de viajes en la promoción de destinos como Alemania y cómo pueden seguir diferenciándose a través del conocimiento y la especialización?

En un entorno de transformación digital, las agencias tienen una gran oportunidad para diferenciarse a través del conocimiento y la especialización. La información está ampliamente disponible, pero el verdadero valor reside en saber interpretarla, contextualizarla y adaptarla al perfil del cliente.

En un destino como Alemania, que ofrece una gran diversidad geográfica y temática, el asesoramiento profesional es clave para diseñar itinerarios coherentes y personalizados. Las agencias pueden aportar seguridad, acompañamiento y una visión estructurada del destino, algo que el cliente valora especialmente en un contexto de incertidumbre o saturación informativa.

La especialización en segmentos concretos, el conocimiento en sostenibilidad real y la capacidad de integrar criterios de accesibilidad serán factores cada vez más relevantes para diferenciarse.

Entrevista a

ULRIKE BOHNET

DIRECTORA DE LA OFICINA NACIONAL ALEMANA DE TURISMO
PARA ESPAÑA Y PORTUGAL



5

De cara a 2026, ¿qué previsiones manejaís para el mercado ibérico y qué factores —conectividad aérea, sostenibilidad, digitalización o grandes eventos— consideras determinantes para el crecimiento del destino?

Somos moderadamente optimistas respecto al mercado ibérico, aunque existen factores estructurales que condicionarán el crecimiento. La conectividad aérea sigue siendo un elemento determinante, ya que todavía no se ha recuperado plenamente la capacidad previa a la pandemia. Por ello, es fundamental crear demanda sostenida, porque cuando la demanda es sólida, la oferta aérea tiende a reforzarse. Mantenemos un diálogo constante con las principales aerolíneas para mejorar las conexiones entre España y Alemania.

La digitalización es otro de los pilares estratégicos. El desarrollo de proyectos basados en Open Data permite mejorar la visibilidad de destinos y proveedores, incluidos los más pequeños, y facilita a las agencias el acceso a información estructurada y actualizada.

Además, la gestión basada en datos contribuye a una distribución más equilibrada de los flujos turísticos.

En cuanto a la sostenibilidad, consideramos esencial que sea medible y verificable. No puede limitarse a un mensaje de comunicación, sino que debe estar respaldada por estándares reconocidos y certificaciones. En este contexto, la accesibilidad es un elemento inseparable de la sostenibilidad. Llevamos más de una década trabajando en este ámbito y colaboramos estrechamente con entidades como Predif para reforzar la oferta de turismo accesible en el mercado ibérico.

Finalmente, los grandes eventos culturales, aniversarios y campañas temáticas seguirán actuando como motores de viaje. El crecimiento dependerá de una combinación equilibrada de conectividad, innovación digital, sostenibilidad estructural y una colaboración estrecha con el canal profesional.



Partners



ceav partners

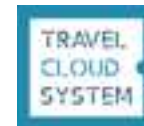
CEAV cuenta con diversos partners con los que mantiene acuerdos de colaboración que incluyen acciones relacionadas con la visibilidad, la formación, la asesoría turística y la participación en los workshops del CEAV Protour.

Si quieres saber más, contacta con nosotros a través de nuestra directora comercial, Cristina Bou, en el correo cristinabou@ceav.info



ceav partners

PLATA



BRONCE



FINANCIACIÓN INTELIGENTE PARA IMPULSAR LAS VENTAS EN AGENCIAS DE VIAJE

El sector turístico vive una transformación constante. Los viajeros demandan cada vez más flexibilidad en la forma de pagar sus experiencias, especialmente en un contexto donde el aplazamiento de compras se ha convertido en un hábito cada vez más extendido. En este escenario, las agencias de viaje cuentan ahora con una solución diseñada específicamente para el sector: el sistema “Compra Ahora, Paga Después” de Iberia Cards.

Se trata de una plataforma de financiación que permite a los clientes finales fraccionar sus compras de viajes de forma sencilla, ágil y completamente digital. El sistema, gestionado por Iberia Cards —entidad emisora de tarjetas vinculadas a los programas de fidelización Iberia Club y On Business—, integra varios proveedores de financiación con el objetivo de ofrecer siempre la mejor alternativa disponible, con condiciones competitivas y adaptadas a cada perfil.

La solución permite financiar importes de hasta 20.000 euros, abriendo la puerta a que más viajeros puedan confirmar su reserva sin renunciar a sus planes por motivos de liquidez puntual. La solicitud de financiación se realiza en un proceso exprés que, para importes habituales, puede completarse en menos de dos minutos. En operaciones de mayor volumen, el plazo de aprobación oscila entre 24 y 36 horas. Todo ello a través de un proceso digital en cuatro pasos, en el que el cliente solo necesita aportar la información básica requerida.

Además, una vez aprobada la operación, el propio cliente puede elegir el plan de cuotas que mejor se adapte a sus necesidades, aportando una flexibilidad que mejora notablemente la experiencia de compra. La implantación del sistema no solo beneficia al viajero, sino también a las agencias. Al incorporar esta opción de pago, los puntos de venta amplían su propuesta de valor y refuerzan su competitividad. La posibilidad de fraccionar el pago contribuye a incrementar el ticket medio y favorece la conversión de ventas que, de otro modo, podrían posponerse o perderse.

El modelo destaca también por sus elevadas ratios de aprobación y conversión, superiores a otras soluciones del sector travel gracias al conocimiento especializado de Iberia Cards en este ámbito. A ello



se suma la cobertura de impagos y fraude para el merchant, así como la estandarización de los procesos de conciliación, lo que simplifica la gestión operativa para las agencias.

En términos de implantación, el sistema ya opera en España (desde 2022), Francia (2023) y México (2024) y continúa su expansión internacional. Entre los merchants integrados se encuentran Iberia y agencias de primer nivel en el mercado español. Actualmente, el modelo cuenta con un pool de cinco entidades financiadoras. Solo en Iberia, el volumen de tickets adquiridos mediante este sistema ha permitido llenar más de 900 Airbus A350, una cifra que refleja su impacto real en el negocio.

En palabras de Rafael Murillo, director comercial de Iberia Cards, esta solución responde directamente a las nuevas expectativas del consumidor y permite a las agencias ser más competitivas, generando mayor fidelidad, ventas y recurrencia.

Con esta iniciativa, Iberia Cards reafirma su compromiso con la innovación en medios de pago y con el desarrollo de herramientas que impulsen el crecimiento sostenible de sus partners en el sector turístico.

LAS NUEVAS TARJETAS DE CRÉDITO DE IBERIA CARDS, RECONOCIDAS COMO LAS MEJORES DEL MERCADO POR LOS CONSUMIDORES EN LOS PREMIOS ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR 2026

Cada día
somos mejores
gracias a ti

Iberia Aire, Iberia Icon, Iberia Zenit e Iberia Icon+,
premiadas en los Customer Choice Awards 2026



Iberia Cards ha sido distinguida con los Premios Elección del Consumidor 2026 en sus respectivas categorías por sus tarjetas Iberia Aire, Iberia Icon, Iberia Icon+ e Iberia Zenit. Este reconocimiento avala la confianza, satisfacción y valoración directa de los consumidores hacia la nueva arquitectura de producto lanzada por la compañía el pasado mes de noviembre.

Los premios se otorgan tras un proceso independiente en el que se entrevistó a más de 1.700 usuarios de tarjetas de crédito por cada categoría, evaluando atributos objetivos del producto, su recomendabilidad y la experiencia emocional. Este reconocimiento valida el reposicionamiento estratégico de Iberia Cards y consolida su liderazgo en el segmento de tarjetas vinculadas al viaje y la acumulación de Avios.

UNA NUEVA ARQUITECTURA DISEÑADA PARA VIAJAR MÁS

La nueva gama de tarjetas de Iberia Cards se ha diseñado bajo una idea clara: convertir cualquier gasto cotidiano en una oportunidad para viajar.

No se trata solo de pagar vuelos. Las tarjetas permiten acumular Avios con los gastos habituales del día a día: supermercados, gasolina, restaurantes, compras online, alquileres de coche, ocio o cualquier otro pago realizado con la tarjeta. Así, cada compra contribuye a acercar al cliente a su próximo viaje.

Además de transformar los gastos cotidianos en Avios, las tarjetas facilitan el acceso o mantenimiento de niveles en Iberia Club (Plata u Oro) y ofrecen beneficios diferenciales dentro del ecosistema de movilidad y turismo, incluyendo ventajas en vuelos, descuentos en partners estratégicos y servicios pensados para mejorar la experiencia antes, durante y después del viaje.

La diversidad del portfolio responde a distintos perfiles de viajero:

- Iberia Aire, reconocida en la categoría Tarjetas de Crédito Juvenil, está concebida para jóvenes viajeros digitales que desean empezar a acumular Avios desde su día a día.
- Iberia Icon (incluyendo su programa Icon+), premiada en la categoría Tarjetas de Crédito Premium, se dirige a clientes que buscan maximizar recompensas y experiencia de viaje, con beneficios adicionales como acceso a Salas VIP de Iberia o fast track en aeropuertos.
- Iberia Zenit, galardonada en la categoría Tarjetas de Crédito de Lujo/Élite, está orientada a clientes que priorizan exclusividad, trato diferencial y ventajas de alto valor.

La obtención de cuatro Premios Elección del Consumidor 2026 supone una validación del mercado a la estrategia de innovación y especialización de la compañía, así como a su compromiso de seguir desarrollando soluciones financieras que aporten valor tangible en el día a día y en cada viaje.

**Tú eliges
un destino.
Nosotros
te llevamos.**

Todos los destinos
en tren
o en tren+bus



INTERMUNDIAL PRESENTA LAS NOVEDADES DE SU CATÁLOGO DE SEGUROS DE VIAJE, EL MÁS COMPLETO PARA TU NEGOCIO

Pack Plus 2026 es el catálogo de seguros de viaje de [Intermundial](#) diseñado para responder a las demandas de viajeros exigentes y las necesidades operativas de las agencias. Esta nueva propuesta combina coberturas ampliadas, nuevos servicios y asesoramiento experto, todo ello respaldado por su apuesta por la innovación y un sólido soporte al cliente.

Amplía de 4 a 26 las causas de interrupción, de modo que, si el asegurado debe interrumpir su estancia por alguna de ellas, recupera el importe de los servicios no disfrutados. Además, las causas cubiertas de anulación incorporan por primera vez escenarios como **violencia de género y acoso escolar** (bullying). Y, conscientes de que la conectividad es clave para disfrutar sin sobresaltos, los asegurados disponen de una **eSIM gratuita** con datos para conexión en destino.



[Intermundial](#) cuenta con seguros para viajes por **España, Europa y el resto del mundo**, incluyendo modalidades específicas como **cruceros, esquí y aventura**. Ahora, su seguro para **grupos** eleva su garantía a cualquier destino del mundo, cuando solo cubría España y Europa. **Escapadas Plus**, por su parte, incorpora un mayor abanico de actividades deportivas y de aventura, como trekking hasta 2.000m y rutas con raquetas de nieve para adaptarse a las preferencias más exigentes.

ASISTENCIA MÉDICA INCLUSO DESPUÉS DEL VIAJE

Una de las novedades destacadas es el refuerzo de la atención sanitaria al regresar. Cualquier incidente ocurrido durante el viaje y cubierto por la póliza da derecho a sesiones de **fisioterapia** y cuidados de **enfermería a domicilio** o en centros concertados, así como a **servicios por teléfono de psicología y veterinaria para el asegurado durante el viaje**, extendiendo la asistencia más allá de la frontera del viaje.



INTERMUNDIAL PRESENTA LAS NOVEDADES DE SU CATÁLOGO DE SEGUROS DE VIAJE, EL MÁS COMPLETO PARA TU NEGOCIO

ASESORAMIENTO JURÍDICO Y CIBERSEGURIDAD 24 HORAS

Consciente de los nuevos riesgos que afrontan los viajeros, [Intermundial](#) incorpora por primera vez **asesoramiento jurídico especializado** en gestión de visados, desplazamientos con menores o mascotas, redacción de escritos extrajudiciales y orientación en materia de **testamentos** y casos de **ocupación de vivienda** durante el viaje. Al mismo tiempo, ofrece servicio de **ciberseguridad 24 horas** para proteger a los asegurados frente a fraudes, accesos no autorizados o incidencias digitales. Esta cobertura incluye un antivirus para un dispositivo sin coste adicional.

PROTECCIÓN TRANSPORTE Y ACCESO A SALAS VIP

Las incidencias en el transporte dejan de ser un quebradero de cabeza: si una **cancelación o retraso** se comunica con al menos 24 horas de antelación, los seguros de Intermundial cubren hasta 1.250 € en gastos extra (transporte alternativo, combustible o taxi...) y asumen el reembolso de reservas no utilizadas cuando el viaje pierde sentido. Por otra parte, cualquier retraso de vuelo superior a 60 minutos otorga **acceso gratuito**

a **salas VIP** en aeropuertos, con código QR enviado al móvil y opción de reembolso si no hay disponibilidad.

Con **Pack Plus 2026**, [Intermundial](#) refuerza su liderazgo en seguros de viaje bajo la premisa de ofrecer la máxima protección, atención 360° y herramientas digitales que optimizan la experiencia del cliente y facilitan el día a día de las agencias.

La aseguradora ofrece **atención integral en todo el viaje**, desde la prevención hasta la resolución de imprevistos con asistencia continua, y potentes soluciones digitales: [Safer](#) para gestionar pólizas y siniestros, y la [App Intermundial](#) para consultar coberturas en tiempo real, reclamar con un clic y recibir alertas personalizadas.

Cuenta, además, con una **plataforma global propia** de servicios especializados y hechos a medida que agilizan la gestión y perfeccionan cada fase del viaje, en línea con su propuesta de valor **"Contigo todo el viaje"**.

Más información en intermundial.com/empresas.





Crucero por
el Mediterráneo,
esperado.

. Construir Roma
en un día,
inesperado.



Descubre la magia del Mediterráneo en un crucero MSC desde Valencia al mejor precio.

8 días - 7 noches
Desde Valencia
De abril a octubre
de 2026

**BEBIDAS
INCLUIDAS**

**BUS DESDE
ALICANTE,
CARTAGENA
Y MURCIA**

PRECIO TOTAL DESDE

813 € pp*

MSC Orchestra



ITALIA - FRANCIA

MSC Musica



ITALIA - FRANCIA

8 días - 7 noches
Desde Valencia
De abril a octubre
de 2026

**BEBIDAS
INCLUIDAS**

**BUS DESDE
ALICANTE
Y MURCIA**

PRECIO TOTAL DESDE

833 € pp*



MSC
CRUCEROS

BEST HOLIDAY EVER

*Promo Verano Bebidas y Bus. Incluye bus desde varias ciudades hasta el puerto de embarque, consulta horarios y disponibilidad. Precio desde por persona y por crucero. Incluye tasas portuarias y cuota de servicio de hotel por persona en base a ocupación doble. La cuota de servicio de hotel es obligatoria y está integrada en el precio total. La cuota de servicio no se aplica a menores de 2 años en el momento de la fecha de salida del crucero. El precio del crucero no incluye seguro de viaje ni Plan de Protección COVID-19. Las tarifas varían para cada crucero y están sujetas a disponibilidad. Consulta condiciones, precio, itinerario y disponibilidad de cada salida. Pázas limitadas.

APHA PARTICIPA EN LA VIII EDICIÓN INTERNACIONAL DE LA JORNADA DE LA ASOCIACIÓN ALICANTE COSTA BLANCA TURISMO Y CRUCEROS

APHA participó en la VIII Edición Internacional de la Jornada de la Asociación Alicante Costa Blanca Turismo y Cruceros, un foro de debate con operadores y representantes de diversos destinos. Durante el encuentro, el presidente de la asociación, Luis Castillo, destacó en la mesa "Turismo y Economía" el papel del sector como motor dinamizador de los destinos. Por otro lado, Montse Cárceles resaltó en la mesa "Turismo somos todos" la contribución positiva de los viajeros en la preservación de la cultura, la gastronomía y el patrimonio inmaterial local.

Por otra parte, la III Edición de la Gala y Reconocimientos de la Asociación Alicante Costa Blanca Turismo y Cruceros, ha reconocido a instituciones, empresas y profesionales que contribuyen al desarrollo responsable y sostenible del turismo de cruceros en el territorio. APHA ha sido galardonada con el Reconocimiento Especial "Esperanza Parodi" por el apoyo y colaboración mostrada en estos años al crecimiento y consolidación de la oferta crucerista en Alicante y su provincia. Al mismo tiempo, algunos asociados, como Casa Alberola Alicante Curio Collection by Hilton y Hotel La Milagrosa han recibido también sendos premios.

Tanto la jornada como los reconocimientos han puesto una vez más de manifiesto el valor del asociacionismo empresarial y cómo bajo su liderazgo se logra impulsar iniciativas positivas tanto para el turismo como para la sociedad y economía de la provincia de Alicante. Las sinergias entre APHA y la Asociación Alicante Costa Blanca Turismo y Cruceros surgen desde la colaboración entre ambas organizaciones y permiten augurar futuros éxitos compartidos.

APHA vive uno de sus mejores momentos desde que surgió en 1977 como primera asociación turística de la provincia de Alicante. El crecimiento continuado de su base asociativa la ha impulsado sus más de 125 miembros y ese impulso es consecuencia directa de un modelo basado en la vocación de servicio a los socios, una orientación profesional y un equipo humano entregado.



LA OPINIÓN DE LOS ASOCIADOS APHA



CARLOS BUEDO
Director Daniya Denia

"APHA representa excelencia hotelera: nos protege con alertas de seguridad, nos forma con los mejores profesionales y nos posiciona en prensa nacional. En Daniya Denia celebramos pertenecer a esta red de referencia que une esfuerzo común por la excelencia. Totalmente recomendable."



EDUARDO DEL TEMPLE
Director General Grupo Castillo

"Formar parte de Apha significa pertenecer a una asociación sólida y comprometida que defiende activamente nuestros intereses y fortalece la posición del sector. Nos aporta visibilidad, representación y conexión con otros profesionales, generando oportunidades reales de colaboración y crecimiento."



ANGEL RODRÍGUEZ
Director Meliá Alicante

"Desde Meliá Alicante valoramos formar parte de APHA como un respaldo estratégico para nuestro hotel y para el sector. Su acompañamiento constante y su excelente interlocución con la administración nos aportan seguridad, agilidad en la gestión y una defensa firme de nuestros intereses comunes."



PURI MENARQUEZ
Directora Palacio Tudemir

"APHA destaca por su cercanía, apoyo constante y la capacidad de crear una verdadera comunidad. Formar parte de ella nos permite recibir orientación en muchísimos aspectos, desde empresas colaboradoras y enfocadas al turismo como cualquier tipo de subvenciones que se publiquen en la Comunidad Valenciana."



mundicover

El Comparador de seguros de viaje, para los que más saben de viajes

La mayor variedad
de **seguros de viaje**
en una sola **web**



Más de **50 seguros de viaje** de **5 compañías** diferentes
comparados en precios y coberturas

CON y SIN Anulación; Grupos y Radiales; Cruceros; Aventura; Nieve;
Anuales Multiviaje; Seguros para NO residentes en España y receptivos Schengen;
Seguros con Descuento para Agentes de viajes y sus acompañantes

Cotiza, compara y contrata

www.mundicover.es

DA DE ALTA TU AGENCIA EN:

www.mundicover.es



Atención Exclusiva para
Agencias de Viajes:

91 084 87 36

booking@mundicover.es

DE LA GESTIÓN FRAGMENTADA AL ECOSISTEMA INTEGRADO: LA NUEVA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS AGENCIAS

Durante años, la digitalización en las agencias de viajes se ha centrado en el front-office: más conectividad, más inventario, más velocidad de respuesta. Era necesario. Pero hoy el reto es otro.

El entorno ha cambiado. Los márgenes son más estrechos, la presión financiera es mayor y el cliente —tanto vacacional como corporativo— exige trazabilidad, rapidez y transparencia. En este contexto, la ventaja competitiva ya no está solo en vender mejor, sino en **gestionar mejor**. Y gestionar mejor significa, ante todo, dejar de operar con piezas que no encajan entre sí.

La siguiente fase de la evolución tecnológica del sector pasa por integrar dimensiones que históricamente han funcionado de forma aislada: la operativa diaria, el control financiero y las distintas líneas de negocio que la agencia quiere desarrollar.

CONTROL FINANCIERO REAL, NO ESTIMADO

Muchas agencias siguen gestionando cobros, pagos y conciliaciones con procesos paralelos al sistema de gestión. Es una inercia comprensible, pero costosa: genera fricción operativa, incrementa el riesgo y, sobre todo, difumina la visibilidad sobre el margen real de cada operación.

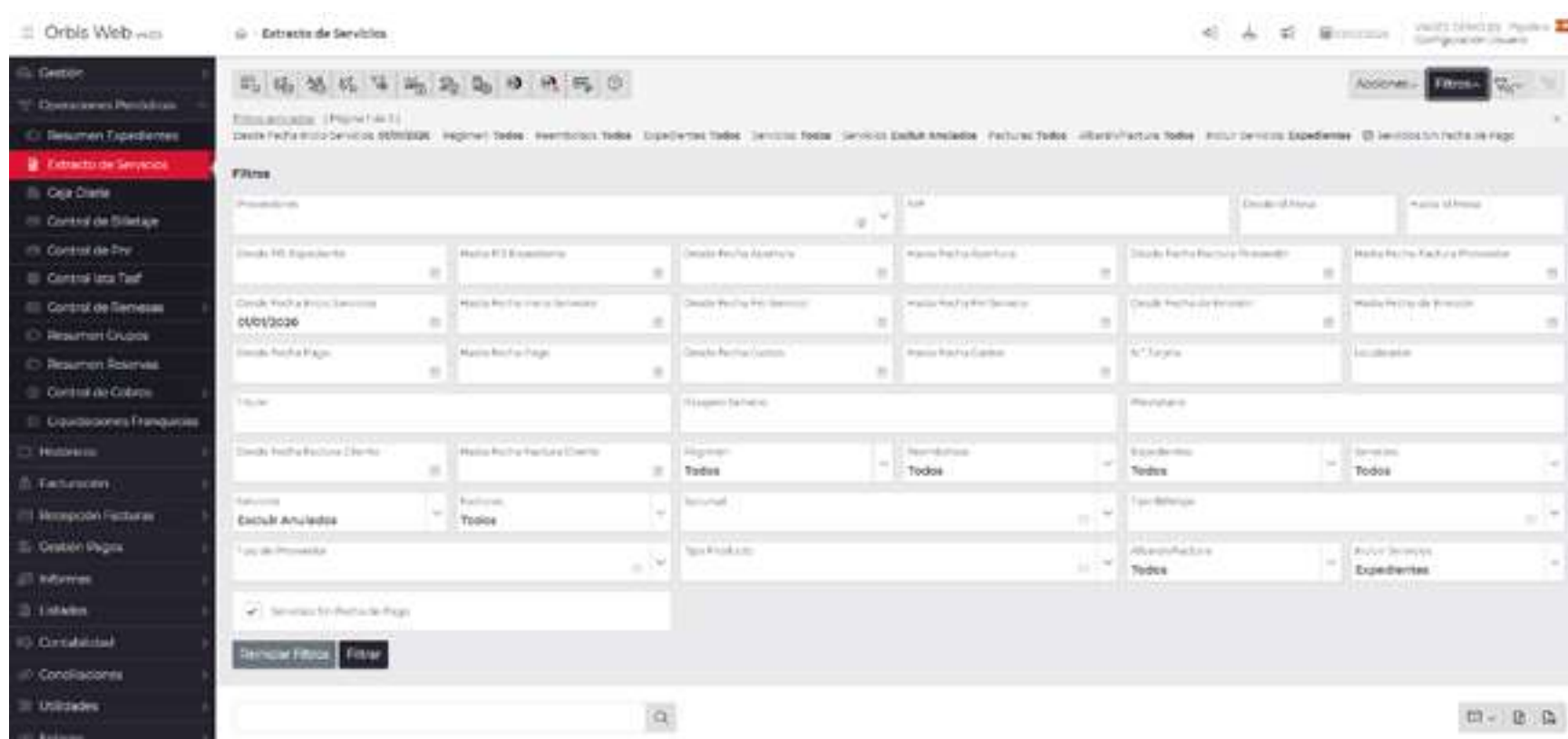
La incorporación de soluciones como **Orbis Pay** responde precisamente a esta necesidad: integrar el flujo financiero dentro de la propia arquitectura operativa. Cuando pago, reserva y facturación comparten estructura de datos, el control deja de ser reactivo y pasa a ser estratégico.

No se trata solo de cobrar y pagar. Se trata de saber, en tiempo real, cuál es el margen real de cada expediente y cuál es la exposición financiera de la agencia.

EVOLUCIONAR LÍNEAS DE NEGOCIO CON BASE TECNOLÓGICA SÓLIDA

El crecimiento en segmentos como el corporativo, por ejemplo, no depende únicamente de la tarifa o del volumen, sino de la capacidad interna de la agencia para estructurar su operativa y sostenerla en el tiempo.

Más allá de funcionalidades concretas, lo relevante es que la tecnología permita acompañar esa evolución sin generar nuevas islas dentro del sistema. En ese sentido, iniciativas como **Orbis Corporate** se plantean como parte de una línea de desarrollo coherente con el ecosistema, no como soluciones desconectadas.



DE LA GESTIÓN FRAGMENTADA AL ECOSISTEMA INTEGRADO: LA NUEVA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS AGENCIAS

La clave no está en acumular módulos, sino en que cualquier nueva área de negocio se apoye sobre la misma base estructural.

EL VERDADERO DIFERENCIAL: LA ARQUITECTURA INTEGRADA

Sin embargo, ni el control financiero ni el corporate alcanzan su máximo potencial si funcionan como módulos aislados. La clave está en el ecosistema.

Cuando la gestión diaria, la contratación, la venta online, el portal B2B y el área financiera comparten una misma base estructural —como ocurre en entornos integrados como **Orbis Web** y el resto del ecosistema Orbis—, el dato fluye sin fricción. Y cuando el dato fluye, la toma de decisiones mejora.

Este es un punto que conviene subrayar: la inteligencia artificial, la automatización o el reporting avanzado solo generan valor si trabajan sobre una arquitectura ordenada. Sin integración, la tecnología multiplica la complejidad. Con integración, multiplica la eficiencia.

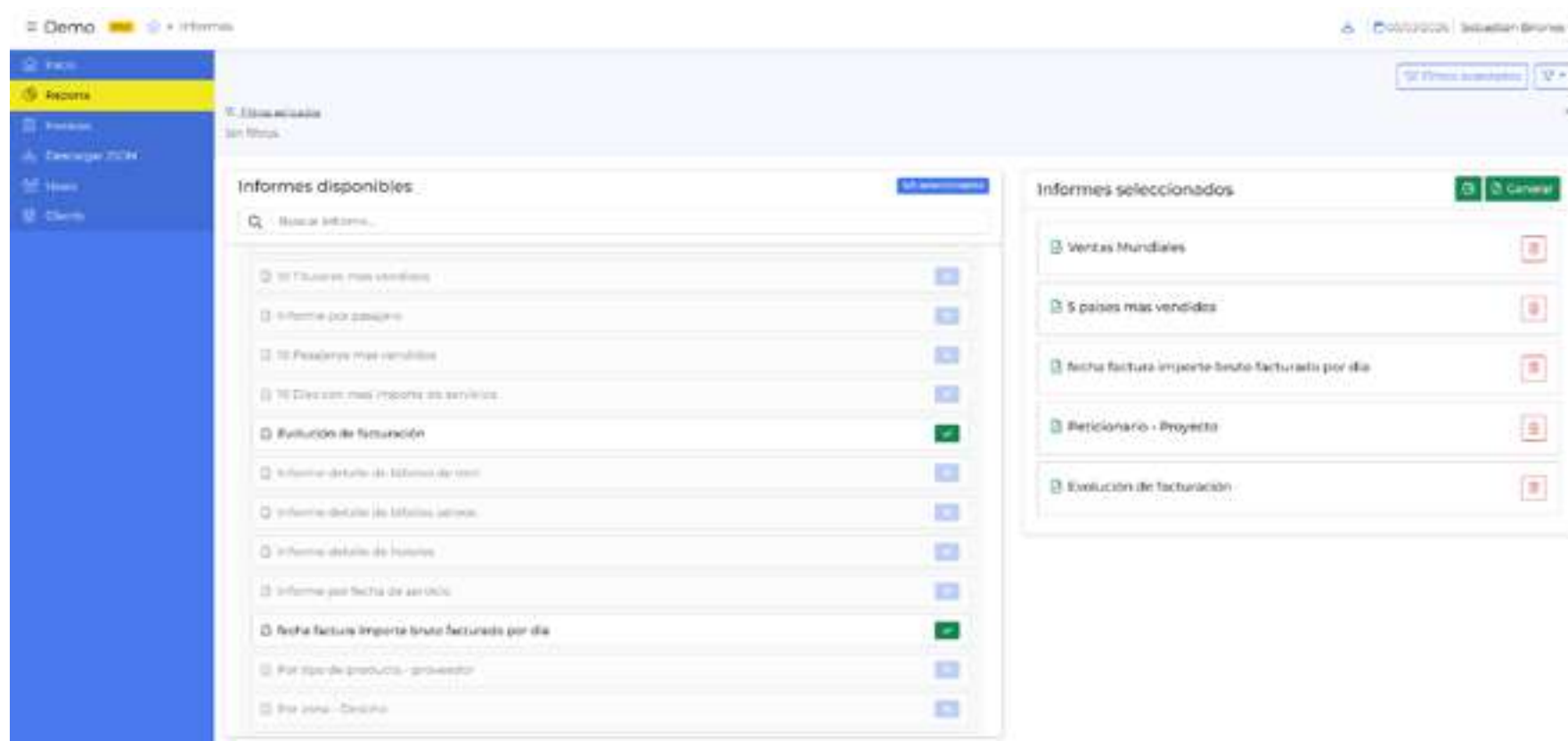
Como señala **Sebastián Briones**, director general de Pipeline Software: *“Las agencias que liderarán esta nueva etapa no serán las que acumulen más herramientas, sino las que construyan una arquitectura coherente donde cada proceso, desde la reserva hasta el pago, esté conectado.”*

UN SECTOR QUE NECESITA MODELOS, NO SOLO SOLUCIONES

El mercado no demanda más tecnología dispersa. Necesita modelos tecnológicos que acompañen el crecimiento de la agencia, refuercen su rentabilidad y reduzcan la dependencia del trabajo manual y los procesos duplicados.

La transformación del sector ya no consiste en digitalizar tareas de forma aislada. Consiste en integrar el negocio. Y esa integración es, hoy, la verdadera ventaja competitiva.

Pipeline Software
Tecnología para agencias que avanzan.
Más información en www.pipeline.es



TE INVITARÁ A VOLAR

 OCASO
PRESENTA

EL
ALMA
AL
AIRE
— EL MUSICAL —



ESTRENO
1 DE OCTUBRE
MADRID

CON LAS CANCIONES DE
ALEJANDRO SANZ

CDV: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y CERCANÍA HUMANA

En anteriores entregas pusimos el foco en quienes dan sentido a cada proyecto de **CDV**. Porque, aunque hoy cambiemos el ángulo, conviene no olvidar lo esencial: “Personas primero” no es solo un lema, es una declaración de principios. Sin ellas, nada sería posible.

En esta ocasión, desde *Mundo Inédito* dirigimos la mirada hacia el otro gran pilar de la compañía: **el producto**. Tecnología y servicios conforman el tándem sobre el que se sustenta buena parte del éxito de CDV.

Por un lado, la **tecnología**. CDV cuenta con una plataforma de desarrollo propio que se ha consolidado como una herramienta B2B con uno de los mayores contenidos de producto aéreo,

hotelero y ferroviario del mercado. Lanzada en 2016, nació con una vocación clara: ofrecer soluciones sencillas, ágiles y orientadas a mejorar la eficiencia y la rentabilidad de los asesores de viajes.

Diez años después, la evolución es evidente. Tras un proceso continuo de mejoras y optimizaciones, la compañía ha presentado una **versión renovada de su plataforma**, lanzada el pasado 2 de marzo bajo el nombre de **cdv.travel**. La transición se ha llevado a cabo sin interrupciones del servicio, respetando las credenciales y toda la información de las cuentas de los clientes, que han podido acceder automáticamente a un entorno mejorado sin necesidad de realizar ninguna acción adicional.



CDV: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y CERCANÍA HUMANA

La nueva cdv.travel destaca por una experiencia más intuitiva y visualmente renovada. Entre sus **principales mejoras** se encuentran:

- Una imagen completamente actualizada, alineada con la identidad corporativa y pensada para ofrecer una experiencia moderna y profesional.
- Diseño multidispositivo optimizado para ordenador, móvil y tableta.
- Navegación simplificada, con menús reorganizados y acceso más rápido a las funcionalidades clave.
- Procesos de compra más ágiles e intuitivos, apoyados en filtros avanzados.
- Información centralizada por reservas en fichas independientes.
- Widgets en la página principal con acceso inmediato a búsquedas y últimas reservas.

Pero la tecnología, por avanzada que sea, no sustituye a las personas. En un momento en el que los chatbots ganan terreno en la atención al cliente, CDV mantiene firme su convicción de que el trato humano sigue siendo un elemento diferencial. Bajo el eslogan **“Cerca de vosotros”**, la compañía continúa apostando por un equipo de profesionales distribuidos por todo el territorio español y por un **servicio** de atención al cliente

24/7 con un objetivo claro: la excelencia. Porque, como defienden en la casa, el excelente servicio al cliente nace del contacto directo entre **“personas que atienden a personas”**.

Junto a la tecnología, el segundo gran eje es el **producto**. CDV pone a disposición del agente de viajes tarifas competitivas en compañías aéreas, alojamientos y trenes, reforzando así su capacidad de competir en el mercado sin renunciar a la fiabilidad.

En el ámbito hotelero destaca **Allbeds**, el **banco de camas propio de CDV**, que permite la compra y gestión de reservas de alojamientos vía API y que, al igual que la matriz, cuenta con servicio de atención al cliente 24/7. Además, la marca se prepara para un inminente restyling de su logotipo, con un diseño más homogéneo y alineado con la identidad de CDV y con los valores que definen la evolución de la compañía.

Así, entre **innovación tecnológica y cercanía humana**, CDV refuerza su posicionamiento en el sector turístico, demostrando que el futuro se construye combinando herramientas avanzadas con un compromiso inalterable con las personas.





Descubre nuestras mochilas y bolsas de viaje compatibles con el equipaje de mano y cabina

VAYAS DONDE VAYAS

+34 942 581 557

| www.benzi.com

PARQUE WARNER, EXPERIENCIAS PARA TODOS

Parque Warner es un parque temático ubicado en la localidad de San Martín de la Vega, en la Comunidad de Madrid (España), que ofrece a los visitantes una experiencia única y emocionante basada en personajes de Warner Bros, DC y Hanna Barbera. Desde su apertura en 2002, Parque Warner Madrid se ha convertido en uno de los destinos más populares de España para las familias, jóvenes y los amantes de las aventuras.

El parque cuenta con una amplia variedad de experiencias para todas las edades, desde montañas rusas emocionantes hasta espectáculos en vivo y espectáculos acuáticos en verano. El parque temático ha sido diseñado para brindar a los visitantes una experiencia auténtica en torno a los personajes de las películas y dibujos animados. Las atracciones y espectáculos se crean en torno a estos personajes, lo que permite a los visitantes sumergirse en un mundo de película y vivir experiencias emocionantes y divertidas.

Parque Warner cuenta con cinco zonas temáticas que representan diferentes escenarios de película, como Hollywood Boulevard, Cartoon Village, DC Super Heroes World, Old West Territory y Movie World Studios.

Además, hay una amplia variedad de restaurantes como puntos de restauración, además de kioscos de snacks y bebidas por todo el parque con opciones vegetarianas y sin gluten. Durante esta temporada, el parque contará con importantes novedades en restauración, empezando por el próximo mes de abril, así como en espectáculos, como el show que reemplazará al emblemático Loca Academia de Policía. Se suma a una amplia programación de shows repartidos en la temporada para todas las edades, como un musical en Semana Santa, y a momentos míticos y muy populares como Halloween, incluidas Halloween Scary Nights, y Navidad. Ambos momentos también contarán con novedades.

Además, un año más, la temporada de verano estará marcada por Parque Warner Beach, parque acuático independiente situado justo al lado de Parque Warner donde poder disfrutar de una jornada refrescante y completamente tematizada. Puedes ir solo a Parque Warner Beach o disfrutar de la opción de entrada combinada.





**¡Contratar los seguros de viaje
con Travelfine tiene PREMIO!**

**Te pagamos el 10%
de todas las primas vendidas**

¡¡Sin límite de saldo por agencia!!

Date de alta aquí



**+34 911 098 666
+34 685 375 249**



info@travelfine.es



travelfine.es



Red de Juderías

Red de Juderías

ESPAÑA EN CLAVE SEFARDÍ: UN VIAJE A LA ESENCIA DE LOS CAMINOS DE SEFARAD

España es un mosaico de culturas donde cada época ha dejado una huella indeleble, pero existe una herencia que late con una fuerza especial en el trazado de nuestras ciudades: la herencia sefardí. Desde la Red de Juderías de España-Caminos de Sefarad, trabajamos con el firme propósito de que esa memoria no solo se conserve como un vestigio del pasado, sino que se transforme en una experiencia turística de primer nivel. Nuestro objetivo es emocionar tanto al viajero nacional que busca redescubrir sus raíces como al turista internacional que llega a nuestra tierra persiguiendo el eco de una historia universal.

Nuestra asociación no es simplemente una agrupación administrativa de municipios, sino un hilo conductor que une a veintisiete ciudades de una punta a otra de la península y sus islas. Desde la sobriedad pétrea de ciudades castellanas como Segovia, Ávila o Toledo, hasta la luz blanca y el azahar de Córdoba, Sevilla o Lucena, pasando por el esplendor medieval de Cáceres, la historia viva de Barcelona y Lorca, las aragonesas Calatayud, Tarazona y Uncastillo o la singularidad de Ribadavia y Tui en el norte. Cada una de estas localidades custodia un legado que trasciende los museos. Hablamos de una atmósfera única que se respira en el trazado laberíntico de sus barrios, en la simbología grabada en los dinteles de piedra y en la sensación de que, al caminar por sus juderías, el viajero está recuperando una parte esencial de la identidad española.

Para el profesional de las agencias de viajes, los Caminos de Sefarad representan un producto turístico diferenciado y de altísimo valor añadido que responde a las demandas actuales del mercado. En un entorno donde el turista busca la personalización y la autenticidad, el turismo cultural enfocado en el legado judío ofrece una propuesta rica en matices. No se trata únicamente de un recorrido monumental, sino



Red de Juderías

ESPAÑA EN CLAVE SEFARDÍ: UN VIAJE A LA ESENCIA DE LOS CAMINOS DE SEFARAD

de una inmersión en el patrimonio inmaterial que incluye la música sefardí, la lengua ladina y, de forma muy destacada, una gastronomía que fusiona sabores tradicionales con una carga histórica fascinante. Es un producto que favorece la desestacionalización, ya que el interés por la cultura no depende del clima, convirtiendo a nuestras ciudades en destinos vibrantes y atractivos durante los doce meses del año.

La excelencia es el pilar sobre el que construimos nuestra oferta y, por ello, la Red de Juderías impulsa el sello de calidad RASGO. Esta distinción identifica a aquellos establecimientos, desde hoteles y restaurantes hasta guías turísticos y comercios artesanales, que se han especializado y formado profundamente en la cultura sefardí. Para el agente de viajes, contar con este sello es

una garantía de seguridad, pues asegura que el cliente final recibirá una atención experta y una propuesta coherente con el rigor histórico del lugar. Es una apuesta por el turismo de calidad que huye de los circuitos masificados para centrarse en la narrativa y la experiencia emocional del descubrimiento.

Invitamos a todas las agencias integradas en la CEAV a ser cómplices y embajadoras de este viaje a través de los siglos. Ponemos a vuestra disposición una red de destinos que están preparados para recibir a un viajero exigente, curioso y con ganas de conectar con historias que tienen alma. Descubrir los Caminos de Sefarad es, en última instancia, invitar a vuestros clientes a que no solo visiten España, sino a que la sientan y la comprendan en toda su profundidad cultural.



CAMINOS DE SEFARAD

RED DE JUDERÍAS DE ESPAÑA



ÁVILA • BARCELONA
 BÉJAR • CÁCERES
 CALAHORRA • CALATAYUD
 CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA
 CÓRDOBA • ESTELLA-LIZARRA
 HERVÁS • JAÉN • LEÓN
 LLERENA • LORCA • LUCENA
 MONFORTE DE LEMOS
 PLASENCIA • RIBADAVIA
 SAGUNTO • SEGOVIA • SEVILLA
 TARAZONA • TOLEDO
 TUDELA • TUI • UNCASTILLO
 VALENCIA DE ALCÁNTARA

redjuderias.org



#TASTINGSPAIN

SABOREANDO
Bocado a bocado, paso a paso.

#SABOREANDO

No es llegar
y querer
VERLO TODO

saboreaespaña
TASTINGSPAIN





Nos vamos de viaje

ceav
news

Nos vamos de viaje

NORTE DE TENERIFE: NATURALEZA, TRADICIÓN Y EXPERIENCIAS QUE LATEN ENTRE VOLCANES Y OCÉANO

El norte de Tenerife es un territorio donde la naturaleza se expresa con fuerza, la historia se conserva viva y las tradiciones siguen marcando el ritmo de la vida local. Entre bosques de laurisilva, acantilados volcánicos, pueblos con siglos de historia y una gastronomía profundamente ligada a la tierra, esta parte de la isla invita a descubrirla con calma, curiosidad y espíritu aventurero.

CIUDADES CON ALMA Y PUEBLOS CON ENCANTO

San Cristóbal de La Laguna, Patrimonio de la Humanidad, es una de las joyas culturales del archipiélago. Su trazado original del siglo XV, sus calles peatonales llenas de vida y su arquitectura colonial convierten cada paseo en un viaje al pasado. Más allá del casco histórico, el municipio se abre hacia senderos que conectan caseríos como Chinamada o Las Carboneras, y hacia una costa donde Bajamar y Punta del Hidalgo ofrecen piscinas naturales y horizontes infinitos.

Garachico es otro de los grandes tesoros del norte. Renació tras la erupción del Trevejo en 1706 y hoy conserva un casco histórico de gran valor, con conventos, plazas y el Castillo de San Miguel frente al mar. Sus piscinas naturales de El Caletón, formadas por la lava, son uno de los lugares más singulares de la isla.

En El Sauzal, las vistas al Teide y al Atlántico acompañan cada rincón. Sus miradores, la Casa del Vino o el Parque de Los Lavaderos muestran un municipio tranquilo, perfecto para quienes buscan paisaje, cultura y calma.

NATURALEZA Y DEPORTE: UN TERRITORIO PARA EXPLORAR ENTRE BOSQUES, CARRETERAS PANORÁMICAS Y OCÉANO

El norte de Tenerife es un escenario privilegiado para quienes desean vivir la naturaleza a través de experiencias deportivas. El Parque Rural de Anaga,



Nos vamos de viaje

NORTE DE TENERIFE: NATURALEZA, TRADICIÓN Y EXPERIENCIAS QUE LATEN ENTRE VOLCANES Y OCÉANO

declarado Reserva de la Biosfera, es uno de los grandes pulmones verdes de la isla: una cordillera abrupta cubierta por bosques de laurisilva, surcada por barrancos profundos y salpicada de caseríos tradicionales. Sus senderos permiten adentrarse en un paisaje ancestral que conecta miradores, montañas y playas salvajes como Benijo o Almáciga, convirtiéndolo en un lugar ideal para el senderismo y para quienes buscan actividades en plena naturaleza.

El ciclismo de carretera encuentra en el norte de Tenerife uno de sus mejores escenarios. Las carreteras ascienden desde el nivel del mar hasta cotas superiores a los 2.000 metros, ofreciendo recorridos exigentes y panorámicos. La ruta Garachico-Erjos-Masca-Buenavista, con 54 kilómetros de desniveles continuos y acantilados volcánicos, es una de las más emblemáticas, mientras que el itinerario circular La Orotava-Teide-La Esperanza-La Laguna, cercano a los 100 kilómetros, combina bosques, miradores y la majestuosidad del Parque Nacional del Teide.

El surf es otro de los grandes atractivos del litoral norte. Playas como Almáciga, El Socorro, Bajamar, Martiánez o La Caleta de Interián ofrecen olas para todos los niveles, desde quienes se inician hasta surfistas experimentados. La temperatura del agua, siempre templada, y la variedad de fondos —arena, callao o roca— convierten esta zona en un destino ideal para practicar surf durante todo el año, en un entorno natural que combina fuerza oceánica y paisajes volcánicos.

SABORES DEL NORTE: GUACHINCHES, VINOS VOLCÁNICOS Y TRADICIÓN

La gastronomía del norte de Tenerife es una celebración de la tierra. Los guachinches, establecimientos familiares donde se sirve el vino de cosecha propia acompañado de platos caseros, son una experiencia imprescindible. Costillas con papas, queso asado con mojo o garbanzas forman parte de un recetario sencillo pero lleno de sabor.



Nos vamos de viaje

NORTE DE TENERIFE: NATURALEZA, TRADICIÓN Y EXPERIENCIAS QUE LATEN ENTRE VOLCANES Y OCÉANO



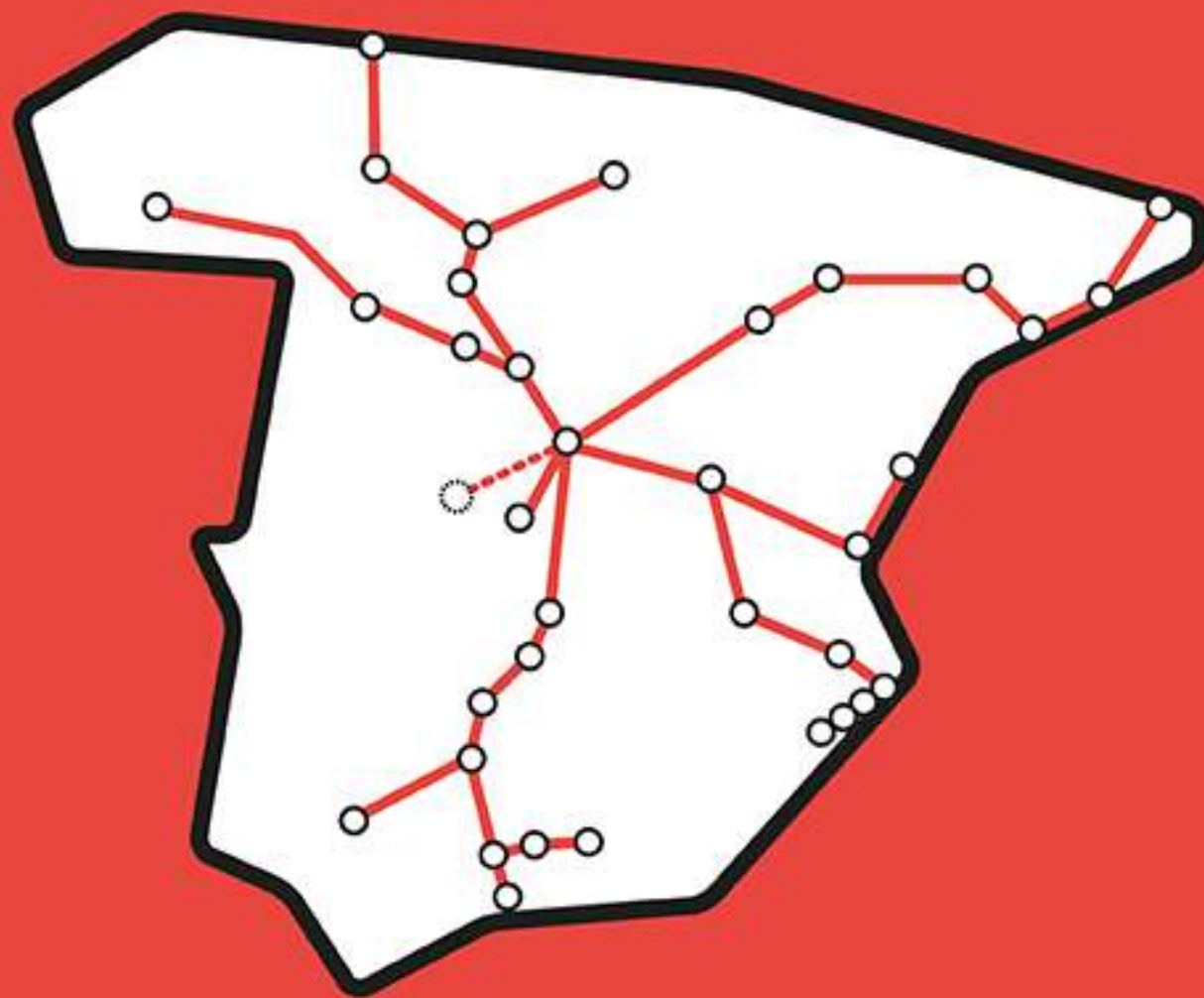
El vino es otro de los grandes protagonistas. Las Denominaciones de Origen Tacoronte-Acentejo, Valle de La Orotava o Ycoden-Daute-Isora muestran la diversidad de un territorio donde la vid crece entre suelos volcánicos y alisios. Visitar bodegas, recorrer viñedos o participar en catas guiadas permite descubrir una tradición vitivinícola que combina técnicas ancestrales con innovación.

TRADICIONES QUE LATEN: ROMERÍAS Y ALFOMBRAS FLORALES

El norte de Tenerife también se distingue por su arraigo cultural. La Romería de San Marcos, en Tegueste, llena las calles de carretas adornadas, barcos tradicionales, ganado y grupos folclóricos el último domingo de abril, convirtiendo el municipio en un homenaje vivo al mundo rural.

Entre mayo y junio, el Corpus Christi transforma La Orotava en un museo efímero al aire libre. Sus alfombras de flores y el monumental tapiz de arenas volcánicas del Teide en la plaza del Ayuntamiento son una de las expresiones artísticas más singulares de Canarias. La Laguna y otros municipios también celebran esta tradición, llenando sus calles de color y creatividad.





##Spainbytrain

ALBACETE ALICANTE ANTEQUERA BARCELONA
BURGOS CALATAYUD CASTELLÓ CIUDAD REAL
CÓRDOBA CUENCA ELCHE FIGUERES GIJÓN
GRANADA LEÓN LLEIDA LOJA MADRID
MÁLAGA MEDINA DEL CAMPO MURCIA ORIHUELA
OURENSE PALENCIA PUERTOLLANO SEGOVIA
SEVILLA TALAVERA DE LA REINA TARRAGONA
TOLEDO VALENCIA VALLADOLID VILLANUEVA
DE CÓRDOBA VILLENA ZAMORA ZARAGOZA

36 ciudades únicas

spainbytrain.org

Nos vamos de viaje

AÑO GAUDÍ-LEÓN

LEÓN, TERRITORIO GAUDÍ

La imaginación del gran genio, Antonio Gaudí, dejó señales inequívocas y únicas en esta tierra, que parecen sacadas de un cuento.

Arquitecturas que destacan por el uso innovador de la piedra y el hierro, combinando funcionalidad, expresión artística y soluciones estructurales avanzadas para su época, que conviven con un fuerte carácter simbólico y formal.

En León y Astorga, en el Edificio Casa Botines y en el Palacio Gaudí, las piedras susurran historias

nacidas del sueño audaz del genial arquitecto, en las que cada elemento responde a una concepción arquitectónica global, donde técnica y estética se equilibran.

Las formas se curvan como si respiraran, uniendo tierra y fantasía en un mismo latido. Y las sombras y luces juegan sobre muros que parecen salidos de un cuento antiguo.

Así, León se convirtió en una excepción en la obra de Gaudí... y en una de sus afirmaciones más audaces.



Nos vamos de viaje

AÑO GAUDÍ-LEÓN

LEÓN

CASA BOTINES

LA GRAN "ANOMALÍA" DE LA CIUDAD

La Casa Botines de León se alza como un sueño de piedra nacido del genio de Antoni Gaudí, entre 1891 y 1892, para combinar funciones comerciales y residenciales en un innovador edificio de estilo neogótico, que destaca por su aspecto de fortaleza medieval con torres afiladas y ventanales apuntados.

Gaudí diseñó el espacio del edificio con inteligencia: luz, estructura y funcionalidad pensadas para la vida cotidiana... convirtiéndolo en icono imprescindible de la ciudad de León.

El Museo Casa Botines Gaudí desarrollará a lo largo de 2026 una completa y ambiciosa programación con motivo del Año Gaudí, que conmemora el centenario del fallecimiento de Antoni Gaudí.

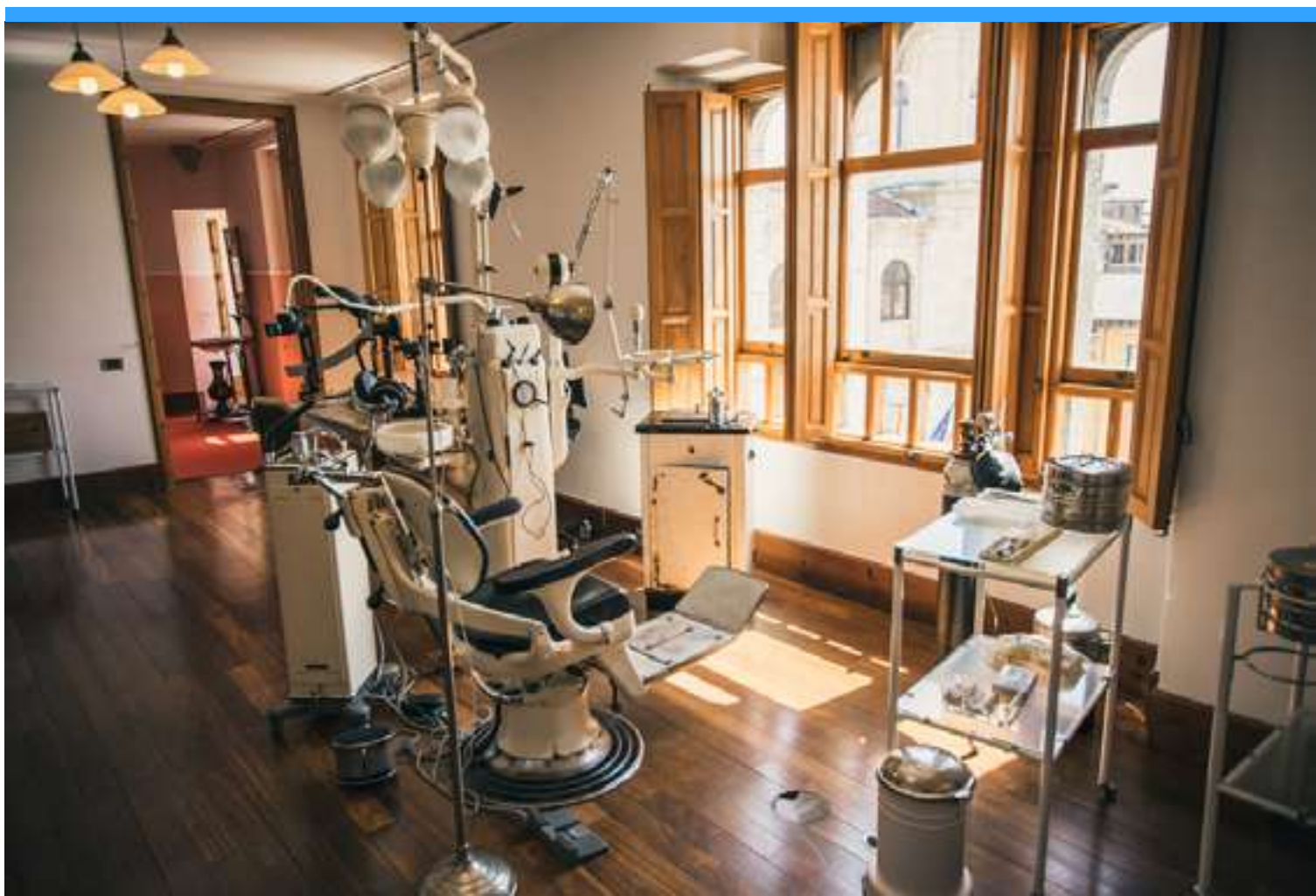
La propuesta incluirá exposiciones temáticas —entre ellas una muestra dedicada al Trencadís y al universo creativo del arquitecto—, así como nuevas

instalaciones y contenidos vinculados a su legado artístico y arquitectónico.

La programación se completará con actividades culturales y educativas dirigidas a todos los públicos, como talleres, propuestas familiares, conferencias, presentaciones y encuentros especializados, además de iniciativas como clubes de lectura y acciones de mediación cultural. Asimismo, el museo impulsará una renovación museográfica y reforzará su colaboración con instituciones vinculadas al patrimonio gaudiniano, entre ellas la Fundación Junta Constructora del Temple Expiatori de la Sagrada Família.

Este programa se articula en torno a una visión integral que combina arte, educación, investigación y experiencias participativas para celebrar y difundir la obra de Gaudí desde León, una de las pocas ciudades fuera de Cataluña que alberga una de sus obras más emblemáticas.

turisleon.com/event/ano-gaudi-2026
casabotines.es



Nos vamos de viaje

AÑO GAUDÍ-LEÓN

ASTORGA PALACIO GAUDÍ UN CASTILLO PARA OBISPOS

El Palacio de Gaudí de Astorga surge como un castillo de leyenda, ideado por Antoni Gaudí en 1889, a la sombra de la catedral.

Cada detalle constructivo y decorativo habla del imaginario medieval que fascinaba a su autor, presentando un estilo neogótico muy marcado, visible al exterior en sus arcos apuntados, pináculos y torres cilíndricas; y dotando al interior de un espacio central que ordena las estancias y la luz cenital, con vidrieras multicolor. Fue concebido como residencia Episcopal, en la que se aunara la función religiosa, la simbólica y el espíritu histórico del medievo.

El Palacio de Gaudí de Astorga ha diseñado una programación especial para conmemorar el Año Gaudí 2026, cuyo objetivo es acercar el legado del arquitecto a la ciudadanía y poner en valor su vínculo con la ciudad.

A lo largo de 2026, el Palacio ha presentado un calendario de actividades que incluye exposiciones y ciclos de “La

Pieza del Mes”, dedicados mensualmente a descubrir documentos, piezas y relatos históricos vinculados a Gaudí y al propio edificio. Se desarrollarán actividades enfocadas a escolares para acercar la figura del arquitecto a las nuevas generaciones. Y a lo largo del año se realizarán visitas guiadas, conferencias, eventos culturales y momentos de celebración vinculados a fechas clave de la vida y obra de Gaudí.

Además, el Palacio ha puesto en marcha el programa “Embajadores del Palacio”, una iniciativa dirigida a los vecinos de Astorga y su comarca para reforzar su vinculación con el monumento durante 2026, ofreciendo ventajas como entrada gratuita e ilimitada al Palacio y participación preferente en las actividades programadas.

La programación pretende convertir la conmemoración en una celebración colectiva que combine arte, historia y memoria, invitando a toda la comunidad a participar en homenaje a la creatividad y legado del arquitecto modernista.

turisleon.com/event/ano-gaudi-2026
palaciodegaudi.es

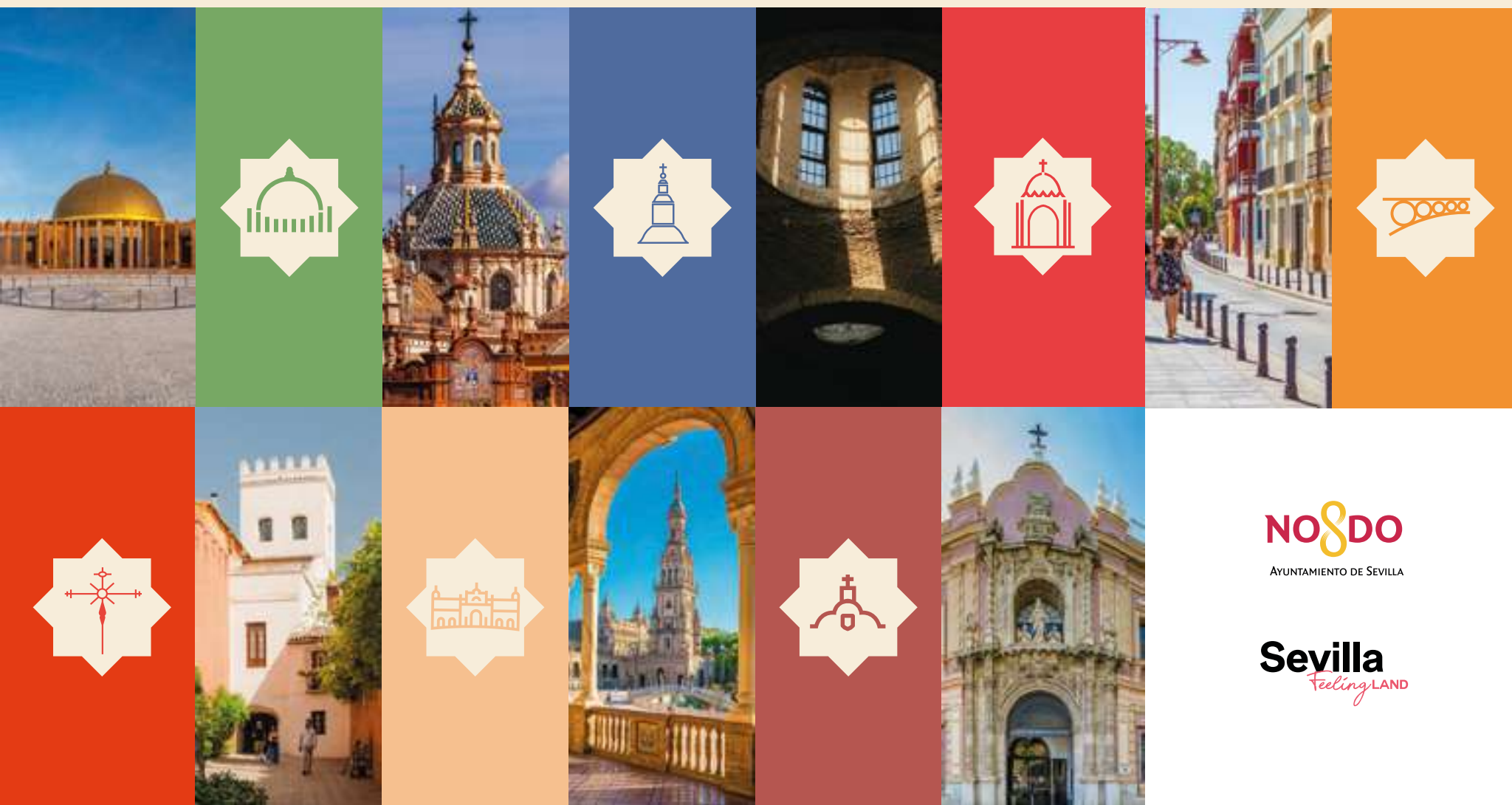


ARAGÓN
EL LUGAR
PARA VIVIRLO

TODO



Disfruta Sevilla, *barrio a barrio.*



NO8DO
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

Sevilla
Feeling LAND

Nos vamos de viaje

ALEMANIA CON ALMA: RUTAS POR LAS HISTORIC HIGHLIGHTS OF GERMANY

Alemania es un destino que combina historia, cultura y experiencias auténticas. Para los viajeros que buscan descubrir el país más allá de las grandes capitales, existe una propuesta única: **Historic Highlights of Germany**, una red de 17 ciudades históricas que representan lo mejor del patrimonio urbano alemán.

Estas ciudades invitan a descubrir “**Alemania con Alma**”, un concepto que refleja la esencia de destinos donde la historia se vive en las calles, en la gastronomía y en las tradiciones locales. Para el viajero cultural —y para los agentes de viajes que diseñan itinerarios con identidad— las Historic Highlights of Germany ofrecen la posibilidad de crear rutas fascinantes entre ciudades llenas de carácter.

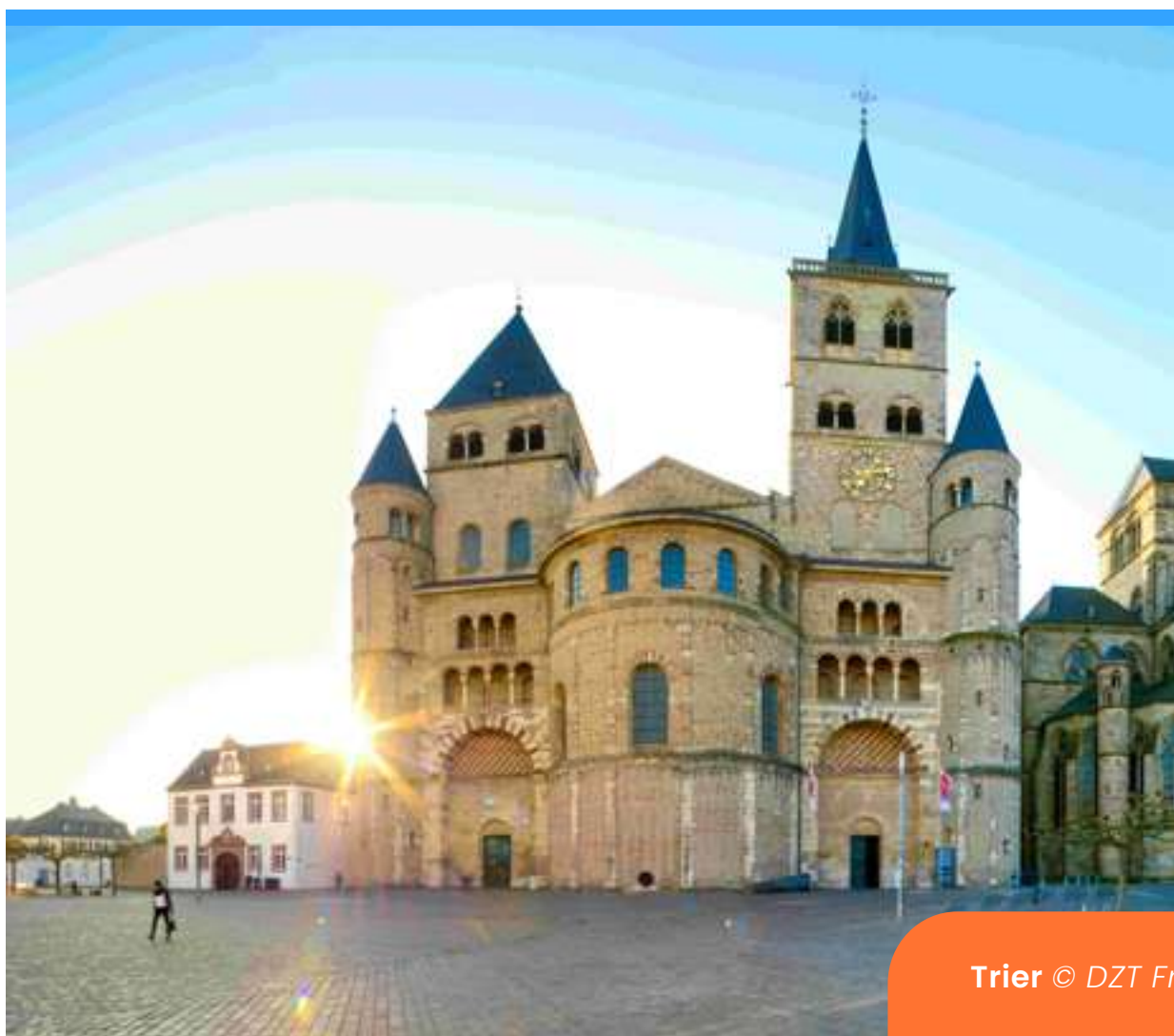
Una de las grandes ventajas es que **muchas de estas ciudades se encuentran relativamente cerca unas de otras**, lo que facilita combinar varias en un mismo itinerario. Viajar entre ellas es sencillo en tren o coche, permitiendo diseñar circuitos culturales que

conectan distintos paisajes, tradiciones y épocas de la historia europea.

TRIER: UN VIAJE A LA ÉPOCA ROMANA

El recorrido puede comenzar en **Trier**, considerada la ciudad más antigua de Alemania. Fundada por los romanos hace más de 2.000 años, conserva un impresionante conjunto de monumentos romanos que forman parte del Patrimonio Mundial de la UNESCO.

La monumental **Porta Nigra**, antigua puerta de la ciudad, es uno de los símbolos más reconocibles del legado romano al norte de los Alpes. Pasear por Trier es descubrir termas romanas, anfiteatros y plazas históricas que conviven con cafés, restaurantes y una animada vida urbana. Además, su ubicación en el valle del Mosela permite combinar cultura con degustaciones de vino en una de las regiones vinícolas más famosas de Alemania.



Nos vamos de viaje

ALEMANIA CON ALMA: RUTAS POR LAS HISTORIC HIGHLIGHTS OF GERMANY

HEIDELBERG: ROMANTICISMO A ORILLAS DEL NECKAR

Siguiendo hacia el sur, **Heidelberg** ofrece una de las imágenes más románticas de Alemania. Su famoso castillo domina el valle del río Neckar y crea un paisaje que ha inspirado a poetas y viajeros durante siglos.

El casco antiguo, con calles barrocas y plazas llenas de vida, invita a pasear sin prisa. La presencia de una de las universidades más antiguas de Europa aporta además un ambiente joven y cosmopolita que hace de Heidelberg una ciudad vibrante y llena de energía cultural.

WÜRZBURG: ARTE BARROCO Y CULTURA DEL VINO

En el corazón de Franconia se encuentra **Würzburg**, conocida por su espectacular **Residencia**, uno de los palacios barrocos más importantes de Europa y Patrimonio Mundial de la UNESCO.

Pero Würzburg es también una ciudad profundamente ligada a la cultura del vino. Sus terrazas junto al río Meno, las bodegas históricas y las fiestas vinícolas que se celebran durante el verano convierten la ciudad en un destino perfecto para viajeros interesados en gastronomía y experiencias locales.

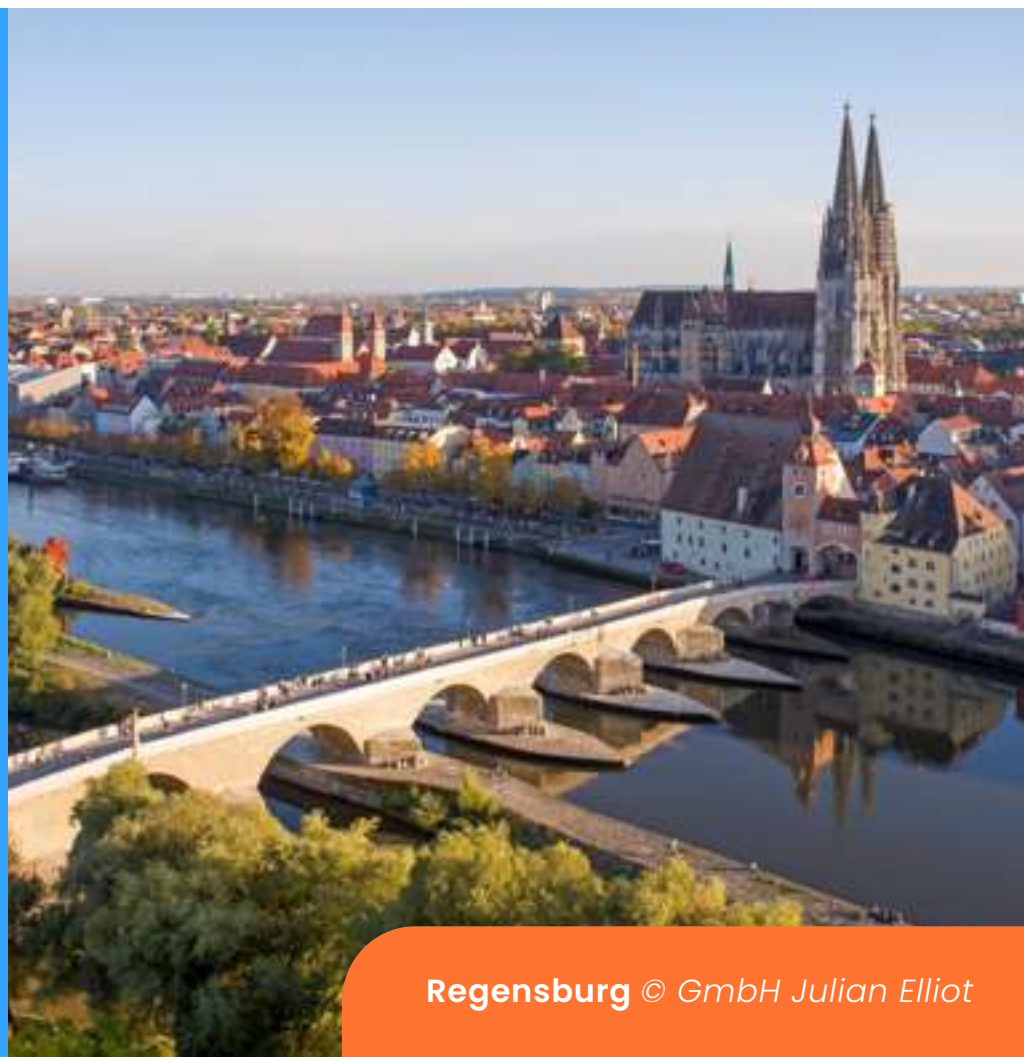
REGENSBURG: UNA JOYA MEDIEVAL INTACTA

Continuando la ruta hacia Baviera, **Regensburg** sorprende con uno de los centros medievales mejor conservados de Europa. Más de 1.500 edificios históricos forman parte de su casco antiguo, también declarado Patrimonio de la Humanidad.

Su emblemático **punto de piedra del siglo XII**, el Steinerne Brücke, fue durante siglos una de las principales rutas comerciales del continente. Hoy en día, sus callejuelas medievales albergan cafés, galerías y restaurantes que aportan una atmósfera única y muy atractiva para el viajero cultural.



Würzburg © DZT Francesco Carovillano



Regensburg © GmbH Julian Elliot

Nos vamos de viaje

ALEMANIA CON ALMA: RUTAS POR LAS HISTORIC HIGHLIGHTS OF GERMANY

MÜNSTER: ELEGANCIA HISTÓRICA Y ARTE CONTEMPORÁNEO

Más al norte, **Münster** combina historia y calidad de vida. Su elegante **Prinzipalmarkt**, con edificios históricos porticados, es uno de los espacios urbanos más emblemáticos del país.

La ciudad es también conocida por su ambiente joven y su cultura ciclista, que le da un carácter dinámico y relajado. Además, Münster es famosa en el mundo del arte contemporáneo por las **Skulptur Projekte**, una exposición internacional de esculturas

que se celebra cada diez años en el espacio público de la ciudad. La próxima edición tendrá lugar en 2027, cuando artistas internacionales volverán a transformar calles, parques y plazas en un gran museo al aire libre. Muchas de las obras de ediciones anteriores permanecen en la ciudad, creando una interesante ruta de arte contemporáneo integrada en el paisaje urbano.



Nos vamos de viaje

ALEMANIA CON ALMA: RUTAS POR LAS HISTORIC HIGHLIGHTS OF GERMANY

POTSDAM: PALACIOS Y JARDINES IMPERIALES

Cerca de Berlín se encuentra **Potsdam**, famosa por sus palacios y jardines. El **Palacio de Sanssouci**, antigua residencia de verano de Federico el Grande, es uno de los complejos palaciegos más impresionantes de Europa.

Pero Potsdam también es conocida como uno de los centros históricos del cine europeo. En el barrio de Babelsberg se encuentran los estudios cinematográficos más antiguos del mundo que siguen en funcionamiento, fundados en 1912. Aquí se rodaron grandes producciones del cine alemán y del cine internacional, desde clásicos del expresionismo alemán hasta superproducciones contemporáneas. Hoy en día, la Filmstadt Babelsberg permite a los visitantes descubrir la historia del cine y experimentar el mundo de las producciones cinematográficas.



Potsdam © DZT Julia Nimke

LÜBECK: LA REINA DE LA LIGA HANSEÁTICA

En el norte del país, **Lübeck** transporta al visitante a la época de la Liga Hanseática. Su casco histórico, rodeado de agua, está dominado por iglesias de ladrillo rojo y por la famosa **Holstentor**, una de las puertas medievales más icónicas de Alemania.

La ciudad también es famosa por su gastronomía, especialmente por el tradicional **mazapán de Lübeck**, una especialidad que forma parte de la identidad local.

AACHEN: HISTORIA EUROPEA EN EL CORAZÓN DEL CONTINENTE

La ruta puede terminar en **Aachen**, una ciudad profundamente ligada a la historia europea. Su impresionante catedral fue el lugar de coronación de Carlomagno y de numerosos emperadores del Sacro Imperio Romano Germánico.

Hoy, Aachen combina este legado histórico con una animada vida universitaria, cafés históricos y una tradición termal que se remonta a la época romana.



Lübeck © LTM Olaf Malzahn

Nos vamos de viaje

ALEMANIA CON ALMA: RUTAS POR LAS HISTORIC HIGHLIGHTS OF GERMANY

RUTAS CULTURALES LLENAS DE EXPERIENCIAS

Para el sector turístico, las **Historic Highlights of Germany** representan una oportunidad excelente para diseñar itinerarios culturales con gran valor añadido. La cercanía entre muchas de estas ciudades permite crear rutas temáticas que combinan patrimonio, gastronomía, festivales y experiencias locales.

Porque más allá de los monumentos, estas ciudades ofrecen algo que los viajeros valoran cada vez más: una Alemania con alma, donde cada plaza cuenta una historia, cada plato refleja una tradición y cada viaje se convierte en una experiencia memorable.



Centroamérica



BIG DAY

14 de marzo,
2026

El evento más grande de
avistamiento de aves
en Centroamérica



/visitcentroamerica
/catacentroamerica



visita.centroamerica
cata_centroamerica

www.visitcentroamerica.com • www.catacentroamerica.com

Entrevista a David Vidal

Entrevista a DAVID VIDAL

DIRECTOR GENERAL PARA ESPAÑA Y PORTUGAL DE AMADEUS

1 Tras tu nombramiento como director general de Amadeus para España y Portugal, ¿cómo valoras el papel del mercado ibérico dentro de la estrategia global de la compañía y qué prioridades estratégicas se han marcado para 2026?

El mercado ibérico es estratégico para Amadeus por su peso en la industria del viaje, su dinamismo empresarial y su capacidad de innovación. España y Portugal combinan un ecosistema turístico de referencia mundial con agencias de viajes y proveedores que están liderando la transformación digital del sector. Esa relevancia se refleja tanto en actividad como en adopción tecnológica. En 2025, se generaron más de 9,7 millones de leads en Iberia, un desempeño destacado en áreas como NDC, GDS aéreo, hotelería y soluciones de automatización.

Además, nuestros datos muestran que el 72% de los viajeros españoles quiere experiencias más personalizadas, y el 68% de los portugueses prioriza la simplicidad y la eficiencia en la planificación del viaje. Esto posiciona al mercado ibérico como un referente en adopción de nuevas capacidades, especialmente en IA, personalización y automatización.

Para 2026, nuestras prioridades se articulan en tres ejes. En primer lugar, seguir acompañando a agencias y proveedores en la adopción de tecnología avanzada, desde IA generativa hasta plataformas cloudnative que impulsen eficiencia, resiliencia y competitividad. En segundo lugar, reforzar nuestra propuesta de valor en la distribución aérea, en un contexto de transición hacia modelos dinámicos y personalizados como NDC, donde España y Portugal son mercados especialmente activos. Y, en tercer lugar, continuar apostando por la innovación en áreas como la inteligencia artificial, la automatización y la gestión inteligente del dato, elementos que consideramos fundamentales



para el futuro del viaje y alineados con las tendencias que predijimos en nuestro Travel Trends 2026.

2 Amadeus ha sido clave en la transformación tecnológica del sector de viajes. ¿Qué grandes tendencias tecnológicas crees que marcarán la relación entre agencias de viajes, aerolíneas y proveedores en los próximos años?

Estamos en una etapa en la que la tecnología no solo optimiza procesos, sino que rediseña la experiencia completa del viaje. La primera gran tendencia es la personalización inteligente: con un viajero cada vez más exigente, conectado y diverso, la demanda de experiencias adaptadas se intensifica. El 75% de los españoles afirma que espera recomendaciones basadas en contexto, comportamiento e intención. Esto implica ofrecer contenido más rico, dinámico y contextualizado, que permita a las aerolíneas, hoteles, agencias y distribuidores, presentar propuestas verdaderamente adaptadas a las necesidades de cada viajero.

Entrevista a

DAVID VIDAL

DIRECTOR GENERAL PARA ESPAÑA Y PORTUGAL DE AMADEUS

La segunda es la inteligencia artificial como núcleo operativo, que ya está ayudando a automatizar tareas, anticipar necesidades y mejorar la toma de decisiones. Con la llegada de agentes conversacionales y la IA generativa aplicada a la búsqueda y comparación, veremos una interacción más natural entre viajeros y proveedores.

Y como tercera tendencia, destacaría la consolidación de plataformas abiertas y cloudnative, que permiten integraciones más ágiles, flujos más eficientes y modelos de distribución más flexibles. Esta arquitectura es clave para escalar innovaciones de forma rápida, algo especialmente relevante en Iberia, que combina volumen, diversidad de producto y rápida adopción digital.

3 En un contexto de fuerte digitalización y cambios en la distribución, ¿cómo están evolucionando las necesidades de las agencias de viajes en España y Portugal y de qué manera Amadeus está respondiendo a esas necesidades?

Las agencias del mercado ibérico están evolucionando hacia modelos híbridos donde el asesoramiento experto se complementa con herramientas digitales avanzadas. Buscan mayor eficiencia operativa, acceso rápido y fiable al contenido, y soluciones que les permitan diferenciar su propuesta de valor.

Amadeus está respondiendo con plataformas que integran contenido aéreo, hotelero y terrestre de manera unificada; herramientas que reducen la complejidad administrativa y permiten centrarse más en el cliente; y soluciones basadas en datos que ayudan a tomar decisiones estratégicas en tiempo real. Nuestro objetivo es que las agencias dispongan de tecnología

robusta, segura y preparada para los retos del futuro. Los resultados muestran que el 61% de los viajeros españoles desea itinerarios integrados y sin fricción, confirmando que nuestras inversiones en end to end journey responden directamente a esta necesidad.

4 La tecnología avanzada, como la IA y los sistemas de análisis de datos, está transformando la experiencia de viaje. ¿Qué iniciativas o soluciones está impulsando Amadeus para apoyar a las agencias en su adopción y competitividad?

En Amadeus, estamos en una posición única para orquestar el ecosistema de viajes habilitado por la IA, conectando a proveedores, distribuidores y asistentes de IA con datos de viaje confiables y dinámicos a gran escala, de manera neutral, segura y responsable. Sobre esta base, estamos incorporando capacidades de IA en múltiples etapas del ciclo del viaje y dentro de las operaciones de las agencias. Para las agencias, esto se traduce en soluciones prácticas que automatizan tareas repetitivas, agilizan la gestión de cambios y mejoran la búsqueda y comparación de opciones de viaje. También estamos avanzando en herramientas de analítica inteligente que ayudan a las agencias a evaluar su rendimiento, identificar oportunidades y anticipar tendencias del mercado con mayor precisión. Nuestro enfoque cloud-native permite una innovación continua, ofreciendo actualizaciones más rápidas, una integración más profunda y la posibilidad de adaptar la tecnología a las necesidades específicas de cada agencia.

En última instancia, nuestro objetivo es que la adopción de la IA y la analítica avanzada sea accesible, accionable y orientada a aportar un valor tangible.

Entrevista a

DAVID VIDAL

DIRECTOR GENERAL PARA ESPAÑA Y PORTUGAL DE AMADEUS

5 La evolución de los modelos de distribución aérea, especialmente con el avance de NDC y la personalización del contenido, está transformando el ecosistema del viaje. ¿Cómo está acompañando Amadeus a las agencias en esta transición para garantizar eficiencia operativa y acceso competitivo a la oferta?

La evolución hacia una distribución aérea más dinámica, incluida NDC, es un habilitador crítico para la transformación del sector hacia un modelo de travel retailing mejorado. Representa una oportunidad importante para la industria, pero también conlleva una mayor complejidad y desafíos operativos significativos para muchas agencias. En Amadeus, nuestro papel es simplificar esta transición para que las agencias puedan centrarse en lo que mejor saben hacer: atender a los viajeros de manera eficiente y competitiva.

En primer lugar, nos aseguramos de que NDC y otras fuentes de contenido estén disponibles de forma integrada y comparable dentro de los flujos de trabajo existentes de las agencias. Nuestra tecnología normaliza la complejidad de múltiples APIs de aerolíneas y distintas versiones de NDC, de modo que los agentes puedan buscar, comparar, reservar y gestionar contenido NDC y no-NDC en la misma vista y con los mismos procesos. También seguimos invirtiendo de manera significativa en la evolución de la Amadeus Travel Platform. Actualmente, 33 aerolíneas ya están disponibles



con contenido NDC a través de Amadeus, y más de 51.000 agencias de viajes en 168 países están habilitadas para consumir este contenido. Esta escala garantiza que las agencias de todo el mundo tengan acceso fácil y eficiente a una amplia variedad de contenido habilitado para NDC, incluidas ofertas más enriquecidas, precios dinámicos y paquetes corporativos.

En última instancia, nuestra ambición es clara: convertir esta transición del sector en una ventaja y no en una carga para las agencias, garantizando que mantengan su eficiencia, competitividad y la capacidad de ofrecer a los viajeros las opciones más relevantes y personalizadas disponibles.



Hoy
dormimos
en...

ceav
news

Hoy dormimos en...

HOTEL BODEGA TÍO PEPE, LA OPORTUNIDAD PARA DISFRUTAR DEL ESTILO DE VIDA TÍO PEPE, EN EL PRIMER SHERRY HOTEL DEL MUNDO

Para quienes buscan que la experiencia en la Bodega TÍO PEPE sea lo más completa posible, el Hotel Bodega Tío Pepe es la mejor elección; el primer sherry hotel del mundo invita a alojarse en una joya reconocida por su excelencia y su apuesta por un enoturismo elegante y cargado de historia.

Cada rincón de las jerezanas Bodegas Tío Pepe guarda una historia. Casi dos siglos de sabiduría y tradición contemplan a quien se adentra en uno de los principales templos del vino del mundo. Robustas botas convertidas en iconos por los dibujos improvisados, las firmas de puño y letra de Pablo Picasso, Jean Cocteau, Orson Welles, Steven Spielberg o la universal Lola Flores. Sinuosas callejuelas empedradas y rincones emparrados en los que detener la vida en una sobremesa presidida por los excepcionales

vinos de González Byass y la alta gastronomía. Y como broche a este viaje sensorial para experimentar con los cinco sentidos, noches inolvidables gracias a los conciertos de verano en TÍO PEPE FESTIVAL.

Esta es la carta de presentación del programa de actividades que la bodega TÍO PEPE presenta con su ciclo Veranea en la Bodega 2026, que a lo largo de sus doce ediciones ha sabido trasladar el estilo de vida y la esencia que rodean a Tío Pepe, parte del imaginario colectivo y la historia viva de nuestro país: el Sol de Andalucía embotellado.

Con su cuidada propuesta -que incluye el primer sherry hotel del mundo, enclavado en el conjunto monumental bodeguero- la Familia de Vino ha encontrado un sello inconfundible en esta valiente fusión entre el arte y la experiencia ligada



Hoy dormimos en...

HOTEL BODEGA TIO PEPE, LA OPORTUNIDAD PARA DISFRUTAR DEL ESTILO DE VIDA TÍO PEPE, EN EL PRIMER SHERRY HOTEL DEL MUNDO

a la prestigiosa marca: un espacio enoturístico, gastronómico y cultural con identidad propia.

El 4 de julio las emblemáticas bodegas González Byass se abrirán de par en par para dar la bienvenida a un festival de aromas y sabor hecho con el corazón. Desde las majestuosas Bodegas Las Copas, y hasta el 14 de agosto, cada rincón se llenará de vida con algunas de las mejores voces y más brillantes propuestas artísticas no sólo del momento, sino de la historia más reciente de la música; pop, rock, melódico, salsa... diferentes estilos musicales que TÍO PEPE trae en su propuesta de verano, unido al ciclo SOLERA Y COMPÁS con el mejor flamenco para disfrutar en la misma cuna del flamenco y el ciclo de humos TÍO PEPE COMEDY. El de este verano será un vertiginoso repaso por la diversidad artística.

UN CARTEL INOLVIDABLE PARA LOS MESES DE JULIO Y AGOSTO

A lo largo de los meses de julio y agosto, la programación de Tío Pepe Festival reunirá a distintos estilos y generaciones musicales. Entre los artistas ya confirmados, **Raphael (4 de julio)**, que regresa a Tío Pepe con *Raphaélísimo*, un espectáculo superlativo que condensa la esencia de una carrera única; **Elvis Crespo (9 de julio)**, uno de los grandes nombres de la música latina; **Deep Purple (10 de julio)**, la mítica banda británica de hard rock; **Pastora Soler (11 de julio)**, con su fuerza artística arrolladora; **Sergio Dalma (18 de julio)** y su regreso al universo *Via Dalma*; el G-5 y la rumba contemporánea de **Kiko Veneno**, **El Canijo de Jerez**, **Muchachito**, **Tomasito** y **Diego Ratón (19 de julio)**; la gira más íntima de **Antoñito Molina** con dos fechas ante su arrolladora acogida (**25 de julio y 14 de agosto**) la celebración del pop-rock español de los 80 con **La Guardia**, **Javier Ojeda**, **La Frontera** y **DJ El Pulpo (31 de julio)**, bajo el título *Noches de Rock&Roll*; **Beret (1 de agosto)** con *Lo bello y lo roto*, uno de los trabajos


Bodega TIO PEPE - Jerez
tiopepefestival.com

PRIMERAS CONFIRMACIONES 2026

 RAPHAEL 4 JULIO	 ELVIS CRESPO 9 JULIO	 DEEP PURPLE 10 JULIO	 PASTORA SOLER 11 JULIO
 MARIA TERREMOTO 12 JULIO	 MANU SÁNCHEZ 17 JULIO	 SERGIO DALMA 18 JULIO	 G5 19 JULIO
 EL MONAGUILLO 22 JULIO	 YERAI CORTES 24 JULIO	 ANTOÑITO MOLINA 25 JULIO	 ISRAEL FERNÁNDEZ 26 JULIO
 LA GUARDIA 31 JULIO	 BERET 1 AGOSTO	 LUZ CASAL 2 AGOSTO	 M-CLAN 4 AGOSTO
 GOD SAVE THE QUEEN 6 AGOSTO	 LOQUILLO 7 AGOSTO	 MÓNICA NARANJO 8 AGOSTO	 ISMAEL JORDI 9 AGOSTO
 VALERIA CASTRO 10 AGOSTO	 JOSE MERCÉ 11 AGOSTO	 THE CORRS 12 AGOSTO	 ANTOÑITO MOLINA 14 AGOSTO

Y MUCHOS ARTISTAS MÁS...

COMPRA TU ENTRADA

Hoy dormimos en...

HOTEL BODEGA TÍO PEPE, LA OPORTUNIDAD PARA DISFRUTAR DEL ESTILO DE VIDA TÍO PEPE, EN EL PRIMER SHERRY HOTEL DEL MUNDO

más íntimos y honestos de su carrera; **Luz Casal (2 de agosto)**, de vuelta a los escenarios con *Me voy a permitir*; el 30 aniversario de **M-Clan (4 de agosto)**; el homenaje internacional a Queen con **God Save The Queen (6 de agosto)**; **Loquillo (7 de agosto)** y su directo cargado de actitud, poesía urbana y grandes himnos roqueros; la celebración de los 30 años de carrera de **Mónica Naranjo**, una de las voces más potentes del panorama musical mundial (**8 de agosto**) celebrará tres décadas de carrera, caracterizada por una conexión única con el público la noche de lírica española del **9 de agosto con Ismael Jordi, Sabina Puértolas y el maestro Óliver Díaz, y Valeria Castro (10 de agosto)**, una de las voces más auténticas y necesarias de la música en español actual. La fusión perfecta de pop rock elegante, armonías exuberantes y matices del folk celta del grupo

THE CORRS el próximo 13 de agosto, en Tío Pepe Festival 2026 para ofrecer una de las citas más esperadas del verano, en una noche que promete emoción, nostalgia y ese inconfundible latido irlandés.

El ciclo **Solera y Compás** se abrirá, por su parte, a las miradas de **María Terremoto (12 de julio)**, **Yerai Cortés (24 de julio)**, **Israel Fernández (26 de julio)** y **José Mercé (11 de agosto)**. Estas fechas se completan además con los dos espectáculos del ciclo **Tío Pepe Comedy**: **Manu Sánchez** con su personal *Entregamos* (**17 de julio**) y **El Monaguillo** con *Efectiviwonder* (**23 de julio**). En paralelo, la oferta gastronómica será uno de los grandes pilares de esta nueva edición, apoyando además a la ciudad que este año ostenta la capitalidad gastronómica de España.



Hoy dormimos en...

HOTEL BODEGA TIO PEPE, LA OPORTUNIDAD PARA DISFRUTAR DEL ESTILO DE VIDA TÍO PEPE, EN EL PRIMER SHERRY HOTEL DEL MUNDO

DE JEREZ DE LA FRONTERA AL MUNDO, CAPITAL GASTRONÓMICA

Veranea en la Bodega 2026 está diseñada como una experiencia 360° en la que la gastronomía brilla con luz propia, con un programa que reforzará la capitalidad gastronómica de la ciudad de Jerez que ostenta este año 2026.

Para abrir este ciclo gastronómico contaremos la noche del 31 de julio con el **chef jerezano Israel Ramos**, del restaurante Mantua de Jerez, con una estrella Michelin, que nos ofrecerá un mano a mano en el **restaurante Pedro Nolasco** junto con el **chef Juan Manuel López "Peci"**, de la **Bodega Gonzalez Byass-TIO PEPE**.

Completan la propuesta gastronómica **el asado de "El Huaso"** el 5 de agosto, con una espectacular puesta en escena en la que la carne a la brasa y **los vinos de González Byass** serán los principales protagonistas. Su propuesta se basa en preparar cortes de carne de alta calidad al fuego, siguiendo técnicas del Cono Sur.

El 8 de agosto, de la mano de **Petaca Chico**, referente en **atún rojo de Almadraba**, trae a la bodega TIO PEPE su propuesta para degustar los diferentes sabores y texturas de cada pieza al corte del atún.

Para cerrar, el 12 de agosto **Javier Muñoz, "Chef del Sherry"** que dirige el restaurante La Carboná en Jerez, ofrecerá su propuesta **"México entre soleras"** donde presentará su cocina combinando diferentes platos mexicanos con vinos de Jerez.

Una propuesta gastronómica única para disfrutar de la música y el mejor ambiente.

Una colaboración muy especial: **Juan Ruiz Henestrosa, sumiller** y creador de **Little John Burgers & Things**, en Rota, nos sorprenderá en exclusiva con una hamburguesa especial y una tapa Tío Pepe creada para la ocasión.



Hoy dormimos en...

HOTEL BODEGA TIO PEPE, LA OPORTUNIDAD PARA DISFRUTAR DEL ESTILO DE VIDA TÍO PEPE, EN EL PRIMER SHERRY HOTEL DEL MUNDO

¿Dónde encontrarlo?

En **Bodega Las Copas**, el espacio donde se celebran los conciertos del Tío Pepe Festival.

Para completar esta oferta gastro no puede faltar el restaurante Pedro Nolasco, abierto durante todo el verano. Ubicado en el interior de la bodega TÍO PEPE, junto al hotel Bodega Tio Pepe, en la mágica calle Ciegos -reconocida internacionalmente como una de las calles más bonitas del mundo- se distingue por su cocina de productos de temporada con un enfoque vanguardista y una carta de vinos de González Byass que invita a sumergirse en la rica historia de las bodegas a través de un abanico de detalles.

Las entradas para Veranea en la Bodega 2026, una experiencia inmersiva a la autenticidad y

el estilo de vida transmitido de generación en generación, ya están a la venta en la página web veraneaenlabodega.com

Datos de contacto:

Web: www.veraneaenlabodega.com

Email: tiopepefestival@gonzalezbyass.es

Teléfono: 956 35 70 16

Dirección: Bodegas González Byass, C. Manuel María González 12, Jerez de la Frontera (Cádiz).

Redes Sociales:

Facebook: [@TioPepeFestival](https://www.facebook.com/TioPepeFestival)

Instagram: [@TioPepeFestival](https://www.instagram.com/TioPepeFestival)

Twitter: [@TioPepeFestival](https://twitter.com/TioPepeFestival)





Agenda

ceav
news

Agenda

Sigue todas nuestras novedades
a través de nuestras redes sociales:



Cumbre Hispano-Lusa

Del 22 al 24 de Mayo en Sanxenxo, Pontevedra
en plenas Rías Baixas.

ceav protour

Comprometidos
con un turismo sostenible

2026

- 4 Valencia**
15 de abril
- 5 Murcia**
16 de abril
- 6 A Coruña**
7 de mayo
- 7 León**
4 de junio
- 8 Gran Canaria**
23 de septiembre
- 9 Tenerife**
24 de septiembre
- 10 Bilbao**
29 de octubre





Congreso Nacional

de Agencias de Viajes

ceav Madrid 11 y 12 Noviembre 2026