

CEAV NEWS

MUNDO INEDITO

SALUDO DEL PRESIDENTE | EN EL RECUERDO | NOTICIAS | AGENDA VIRTUAL | LA VOZ DE MARTI SARRATE | ARTÍCULO DE OPINIÓN

MIEMBROS ADHERIDOS | LAS ASOCIACIONES NOS INFORMAN... | NOS VAMOS DE VIAJE | CONVERSANDO CON... | HOY DESCANSAMOS EN...



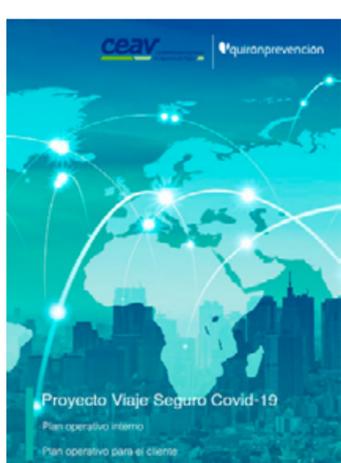
SALUDO DEL PRESIDENTE DE CEAV

Queridos compañeros agentes de viajes. Es para mí un gran honor presentar este nuevo número de nuestra revista digital Mundo INEDITO y poder saludaros a todos los agentes de viajes que formáis parte de nuestras asociaciones y de la Confederación.



EN RECUERDO A DOS GRANDES AMIGOS

Luis Pérez Gascón, Gerente de Aeadv Andalucía, (Asociación Agencias de Viajes Asociadas de Andalucía) y **Vicent Cases**, Presidente de Team Group.



NOTICIAS CEAV

Quirón prevención.
Proyecto viaje seguro Covid-19



AGENDA VIRTUAL CEAV

CEAV líder en convocatorias online con las agencias de viajes españolas.

Con una excelde entre de los agentes de viajes, desde el mes de mayo de este año CEAV ha realizado exitosos seminarios formativos afianzándose como la primera patronal española de agencias de viajes con mayores asistentes en sus ya reconocidos LEARNINGS. **Gracias a todos los agentes de viajes por seguirnos.**



LA VOZ DE MARTI SARRATE

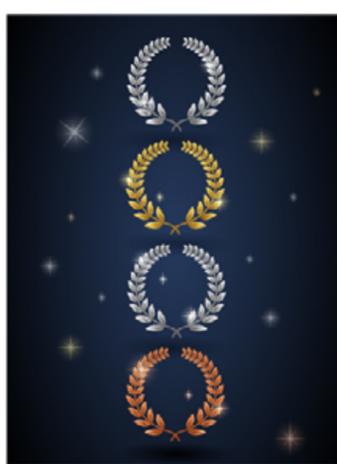
Recuperación y reactivación del turismo. Nuestra actividad tiene una especial relevancia tanto desde un punto de vista receptivo, como emisor.



f | i | t

ARTÍCULO DE OPINIÓN

El inmerso "Salud y Turismo". El turismo, desde sus orígenes siempre ha estado vinculado al bienestar y a la mejora de la salud.



MIEMBROS ADHERIDOS

Ceav agradece a sus miembros adheridos su fidelidad y confianza. Es una satisfacción contar con el apoyo de las principales empresas turísticas de relevancia en el sector.



LAS ASOCIACIONES DE CEAV NOS INFORMAN

Nuestras 23 asociaciones **representan a más de 5000 agencias de viajes**, un orgullo para CEAV porque la suma de todos los esfuerzos multiplica los resultados.

Ante la crisis debemos caminar unidos por ello el valor asociativo se fortalece.

Las asociaciones de agencias de viajes cerca de todos los agentes de viajes, en esta sección nos informan y te facilitamos sus datos para poder contactar con tu asociación local para solicitar información y asociarte.

ARTÍCULO DE OPINIÓN

El inmerso "Salud y Turismo". El turismo, desde sus orígenes siempre ha estado vinculado al bienestar y a la mejora de la salud.



NOS VAMOS DE VIAJE COLOMBIA

Colombia se afianza como destino turístico en Europa, logra un 85% más de citas de negocios que el año pasado.



NOS VAMOS DE VIAJE JAPÓN

La Oficina Nacional de Turismo de Japón (JNTO) promociona su destino a través del lema "Enjoy My Japan"

NOS VAMOS DE VIAJE LEÓN

León, solo hay uno. Cruce de civilizaciones, estilos artísticos y destinos históricos, un sol de muchos siglos ha ennoblecido la milenaria capital leonesa, fundada por una de aquellas legiones cuyo destino manifiesto era conquistar, urbanizar e integrar.

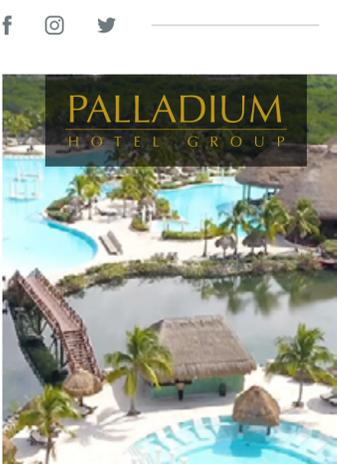


CONVERSANDO CON BALEÀRIA

Baleària empresa fundada en 1998 se ha convertido en **líder del transporte marítimo** de pasajeros y carga.



f | i | t



HOY DESCANSAMOS EN... PALLADIUM HOTEL GROUP

Nace a finales de los 60 en Ibiza con la intención de acercar el paraíso a los viajeros y ofrecerles experiencias increíbles.



CEAV CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE VIAJES



f | i | t

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: **Pipeline** software

Dirección Editorial: Ceav Confederación Española de Agencias de Viajes, Diego de León, 47, Despacho 27 - 28006 Madrid.

Te. 91 838 85 36
ceav@ceav.info

Dirección Comercial y contenidos: Cristina Bou, cristinabou@ceav.info
Edición gráfica y dirección de arte: Planilandia.com



CEAV NEWS

MUNDO IMÉDITO

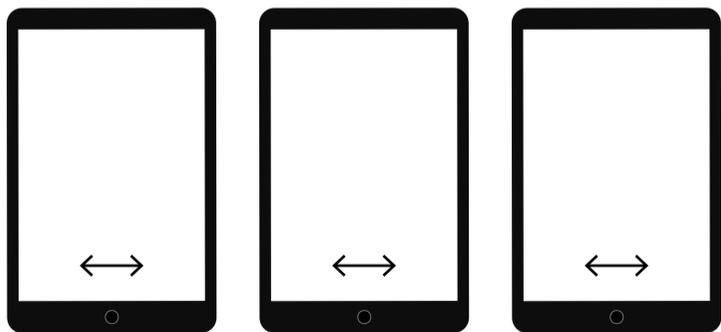
INSTRUCCIONES

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 horizontal.

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



SALUDO DEL PRESIDENTE DE CEAV



Queridos compañeros
agentes de viajes,

Es para mí un gran honor presentar este nuevo número de nuestra revista digital Mundo Inédito y poder saludaros a todos los agentes de viajes que formáis parte de nuestras asociaciones y de la Confederación.

Siguen transcurriendo días difíciles para nuestro sector, días de mucha preocupación e incertidumbre por las devastadoras consecuencias que esta pandemia está creando en nuestra sociedad y en nuestros negocios, y debemos permanecer fuertes y unidos para resolver juntos esta situación y, aguantar esta dura prueba a las que nos están sometiendo como sector, pero de la que estoy seguro que seremos capaces de vencer y reactivar nuestra actividad y la de nuestras agencias de viajes.

Desde CEAV, en pro de la unidad del sector y de la defensa de las agencias de viajes, estamos trabajando a toda máquina para alzar la voz y poder ser escuchados por la administración, los proveedores, las instituciones y en todos los sitios donde se toman decisiones que nos afectan de forma directa o indirecta.



Tengo la satisfacción de informaros que hemos encontrado en el sector un sentimiento de unidad y cohesión que nos está permitiendo crecer en número de asociaciones, de agencias e incluso de miembros adheridos, que se están sumando a la unidad sectorial que representa CEAV y sus asociaciones, miembros y a las acciones que estamos desarrollando desde cada una de nuestras asociaciones.

Me es grato informaros también, de que se ha hecho realidad un proyecto de una gran transcendencia para nuestro sector y que era muy necesario y que afortunadamente hemos sido capaces de poner en marcha, gracias al apoyo y solidaridad de algunas agencias de viajes, el Fondo para la defensa y representación de las agencias de viajes, que nos va a permitir poder llevar a cabo numerosas acciones de gran interés para todas las agencias, que hasta ahora no podíamos llevar a cabo por falta de presupuesto, pero ahora vamos a poder acometer gracias a la creación de este Fondo.

Damos la bienvenida a AGAVI, (Asociación gallega de agencias de viajes de Galicia) que se ha unido a nosotros en Septiembre, y ya os adelanto que estamos ultimando la entrada de otras asociaciones de agencias de viajes importantes, que confío podamos incluir próximamente en nuestro proyecto común de defensa y apoyo de las agencias de viajes españolas que es CEAV.

Hemos intensificado sustancialmente nuestra actividad formativa y comercial mediante la realización de varios actos presenciales y virtuales, con importantes colaboradores como FIRA COMARQUES, con el Patronato de Turismo de Valencia; acciones con nuestros homólogos de ANATO y Pro Colombia en COLOMBIA a las que han asistido más de 400 agentes de viajes para seguir la actualidad del destino; y ahora arrancamos con varios seminarios y acciones con Japón, CEAV TRAVEL LEARNING JAPON, con 6 seminarios entre 2020 y 2021.

Hemos participado y mantenido numerosas reuniones y actos, Burgos, León, Galicia, Andalucía, etc con el fin de trabajar juntos en la reactivación de los viajes y la actividad turística.

También estamos orgullosos de seguir contando con el apoyo de nuestros incondicionales miembros adheridos, que año a año nos apoyan y empujan y a pesar de las dificultades económicas por las que estamos atravesando, siguen siendo fieles a nuestra colaboración y ayudándonos a hacer realidad nuestra Confederación.

Y como no, gracias al equipo de esta gran familia CEAV, los consejeros, los asociados, el equipo directivo y el personal, todos juntos y a base de grandes esfuerzos, estamos haciendo realidad una Confederación, cada vez más fuerte y con más capacidad para hacer cosas en favor de nuestras agencias. Muchas gracias a todos y mucho ánimo .



EN RECUERDO A DOS GRANDES AMIGOS



LUIS PÉREZ GASCÓN

Se inició en el turismo trabajando desde joven en distintos hoteles de Mallorca e Ibiza. Empezó desde abajo y al mismo tiempo que trabajaba estudió las carreras universitarias de Turismo y de Dirección y Administración de Empresas. Posteriormente se trasladó a vivir a la Costa del Sol, donde trabajó en el Hotel Castillo Santa Clara: trabajó en recepción y como director de explotación.

Pasó a trabajar en la mayorista Mundicolor como director de Andalucía durante 25 años. En los últimos años de su carrera profesional (2009 al 2014, año en que se jubiló) fue gerente de Aedav Andalucía, (Asociación Agencias de Viajes Asociadas de Andalucía), donde ha defendido los intereses de las agencias de viajes. Y durante muchos años antes de ser gerente fue secretario en Aedav y participó activamente como miembro de la Junta de Gobierno.



VICENT CASES

Presidente de Team Group falleció el pasado 15 de octubre a la edad de 72 años tras una larga enfermedad. Vicent era una gran profesional y una mejor persona conocido en el sector tras ocupar cargos directivos en Avasa Golden Group y Team Group, donde este año celebraban su 15 aniversario en su convención anual. Echaremos de menos su carismática personalidad y sentido del humor .

Vicent amigo, descansa en paz.



NOTICIAS CEAV



Debido a la excepcionalidad de la situación actual provocada por la pandemia de la COVID-19, CEAV y Quirónprevención se alían para garantizar la seguridad y salud en la actividad de las agencias de viajes asociadas.

Para ello, desde Quirónprevención se ofrecerá asesoramiento y realización de Pruebas COVID a las Agencias de viajes con el objetivo de que tanto la reincorporación de los empleados, como el mantenimiento de la actividad, se realicen siguiendo un Protocolo Seguro frente al COVID.

Consulta nuestra red de centros 

A continuación, se describe la operativa para ambas líneas de trabajo: plan interno y plan dirigido al cliente.

PLAN OPERATIVO INTERNO

Este Plan recoge el conjunto de actuaciones a desarrollar por la organización a fin de conseguir una actividad segura en los centros de trabajo, concretando para cada caso las medidas a tener en cuenta en base a tres pilares fundamentales:

- Infraestructuras
- Personal
- Coordinación de Actividades Empresariales (presencia de terceros en las instalaciones)

Las actuaciones a desarrollar, se dividen en:



Medidas higiénicas básicas

La finalidad de estas medidas es prevenir el potencial riesgo de contaminación o contagio en el centro de trabajo.



Medidas Técnicas de distanciamiento interpersonal

Estas medidas se orientan a reducir el riesgo de exposición al nivel más bajo posible en los lugares de trabajo.



Medidas organizativas

Se trata de medidas cuya finalidad es la regulación de aquellos aspectos organizativos para la prevención del hacinamiento en las instalaciones de la organización.



Medidas de prevención del riesgo de difusión de contaminación

Estas medidas están destinadas a prevenir la aparición de posibles focos de contaminación o de difusión de la infección en el interior y desde la empresa.



NOTICIAS CEAV



Medidas de prevención del riesgo y de daños derivados en personas de riesgo y especialmente sensibles

El objetivo de estas medidas es la identificación de personas de riesgo y especialmente sensibles a fin de definir las acciones necesarias.



Medidas de actuación ante la sospecha o activación de un posible caso

Partiendo de la base de que se pueden detectar posibles casos de COVID-19, se aplican una serie de medidas específicas.



Valoración del estado inmunológico de la plantilla

Dentro de las medidas de prevención de difusión del virus, se propondrá una estrategia de realización de pruebas COVID periódicas a los empleados conforme a lo dispuesto por las autoridades sanitarias.

PLAN OPERATIVO PARA EL CLIENTE

En este segundo Plan se recogen las actuaciones que deberán implantarse para facilitar que los clientes dispongan de las pruebas COVID requeridas en los destinos a los que viajan (o que simplemente deseen conocer su estado frente al COVID).

Normalmente estas pruebas se realizarán en origen, de forma que el pasajero disponga de un informe que acredite su estado de salud frente al COVID-19 antes de embarcar o al llegar a destino, existiendo diferentes plazos o criterios en función del país.

En el siguiente flujograma se propone un esquema de protocolo de actuación para los clientes de las agencias asociadas a CEAV:

Web CEAV: <https://www.quironsalud.es/qp/es/ceav> y en el 951 902 588



- Información, requisitos destino
- Redirección QP
- FAQs





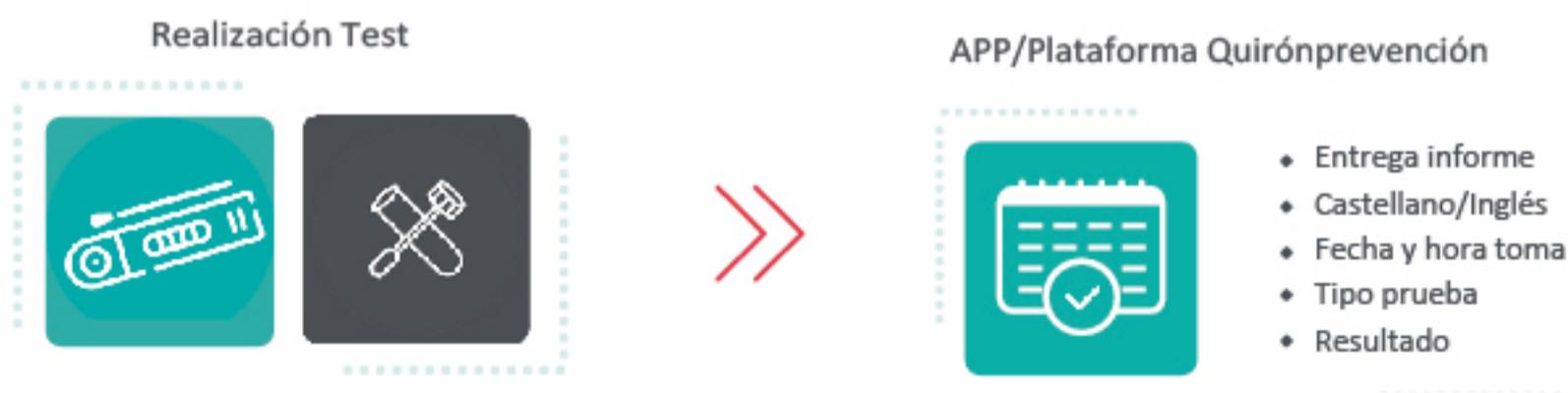
NOTICIAS CEAV



Call Center Quirónprevención



Centro Quirónprevención



Desde Quirónprevención se enviará a cada agencia asociada a CEAV un código identificativo propio que tendrá que facilitar a sus clientes de cara a la solicitud de la prueba.



NOTICIAS CEAV



TARIFAS

PCR 89€

Test Rápido de Antígenos 45€

POLÍTICA DE MODIFICACIÓN DE CITA

- Debe realizarse vía call center de citación: 951 902 588
- En ningún caso se devuelve el importe.
- Se debe solicitar la modificación de la cita al menos 2 horas antes de la misma.
- La nueva cita debe establecerse en los siguientes 14 días. Si a los 14 días de la cita original no ha solicitado nueva cita, perderá el importe.
- La nueva cita podrá ser para el mismo u otro usuario y en cualquiera de los centros de Quirónprevención.
- Si la nueva cita es para otro producto cuya tarifa es mayor que la pagada originalmente, se procederá al pago de la diferencia en el momento de la nueva reserva.

Puedes seguir la 'Última Hora' sobre la pandemia en nuestra web.



NOTICIAS CEAV

NOTAS DE PRENSA

Ceav constituye el fondo para la defensa jurídica y representatividad de las agencias de viajes.

El Fondo nace bajo la convicción de CEAV de que la cooperación entre entidades hace más efectiva la defensa de los intereses colectivos del sector
Madrid, 6 de octubre de 2020.

[leer más...](#)

Ceav valora como insuficiente el plan del gobierno de impulso del sector turístico post covid-19.

Desde CEAV creemos que el Plan de turismo presentado hoy al sector al que ha tenido la oportunidad de asistir personalmente nuestro Presidente, Carlos Garrido, en el Palacio de la Moncloa es una buena noticia pero es claramente insuficiente para la industria turística en términos comparativos con lo que se ha inyectado al sector en otros países competidores de la Unión Europea y no atiende a las peticiones de las agencias de viajes en materia de ayudas directas al sector, solución a la injusticia e indefensión que supone para las agencias de viajes que nos intenten responsabilizar del incumplimientos de terceros, no hay ayudas para incentivar los viajes y no se iguala la fiscalidad de las agencias a la del resto de la cadena turística.

[leer más...](#)

REPRESENTATIVIDAD DE LAS AGENCIAS DE VIAJES CON LAS INSTITUCIONES

El consejo directivo de ceav se reúne con la ministra maroto.

Ceav le traslada su acuerdo con los sindicatos para ampliar los ertes de fuerza mayor hasta el 15 de septiembre.

[leer más...](#)

Ssmm los reyes de España muestran a ceav su compromiso, ánimo y apoyo con las agencias de viajes.

Durante una reunión mantenida hoy martes 26 de mayo por videoconferencia con el presidente de la Confederación Española de agencias de viajes (CEAV), Carlos Garrido, SSMM los Reyes de España han mostrado su apoyo y solidaridad con el sector de las agencias de viajes.

[leer más...](#)

Ceav se ha reunido con el secretario de estado de turismo para trabajar medidas que ayuden al sector.

CEAV se ha reunido presencialmente con el recientemente nombrado nuevo Secretario de Estado de Turismo, D. Fernando Valdés.

[leer más...](#)



NOTICIAS CEAV

DIGITALIZACIÓN DE CEAV

https://ceav.info/publico/area_digital.htm

Ceav impulsa la digitalización del sector turístico.

CEAV Travel Meeting Andalucía 2020 contó con una media de más de 1.800 usuarios activos y cerca de 16.000 visitas a la web durante los tres días que duró el evento.

Un foro de carácter internacional que contó con la participación de usuarios procedentes de países de todo el mundo.

Para acercar agencias de viajes con empresas del sector y crear un formato interactivo tras el éxito de su primer workshop online

[leer más...](#)

Ceav travel meeting Andalucía: El primer workshop online entre empresas turísticas y agentes de viajes.

El CEAV Travel Meeting Andalucía 2020 se celebrará del 25 al 27 de mayo y contará con el saludo institucional de la Secretaria de Estado de Turismo.

El objetivo es crear un foro donde conectar empresas líderes en el ámbito turístico con los más de 500 profesionales del sector que se han inscrito.

Las empresas participantes dispondrán de visibilidad y notoriedad de marca gracias a la plataforma web creada para la ocasión: ceavtravelmeeting.com

[leer más...](#)

Ceav reúne a 180 agencias de viajes en un webinar con iberia.

Un seminario para dar a conocer las Medidas de Seguridad e Higiene, Flexibilización y Nuevas Aperturas de rutas.

La CEAV en el desarrollo del área digital que CEAV inició el pasado mes de mayo, organizó el pasado 29 de junio un exitoso seminario con la compañía aérea IBERIA que ha reunido a más de 180 agencias de viajes en un webinar con IBERIA, en el que se han dado a conocer las Medidas de Seguridad e Higiene, Flexibilización y Nuevas Aperturas de rutas de la compañía.

[leer más...](#)

Ceav dinamiza el turismo de proximidad y organiza el evento online networking firameetings.Com en la fira comarques.Com.

El evento virtual tendrá lugar del 17 al 20 de septiembre y se podrá seguir a través del portal web de la Fira y desde el canal de YouTube de València Turisme.

Reunirá a profesionales del sector turístico y contará con la participación de 48 empresas turísticas valencianas.

Reuniones de networking one –to one, actividades adicionales como actuaciones musicales, demostraciones gastronómicas

[leer más...](#)



NOTICIAS CEAV

CEAV Y PROCOLOMBIA PRESENTAN UN ACUERDO DE COOPERACIÓN Y RECUPERACIÓN TURÍSTICA

Más de 80 asistentes se conectaron para participar de la primera reunión entre las agencias de viajes españolas y las colombianas.

Madrid, 25 de septiembre de 2020. Con motivo del día mundial del turismo que se celebrara este próximo 27 de septiembre bajo el lema “turismo y desarrollo rural”, la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) y ProColombia presentaron en el día de ayer un importante acuerdo de cooperación y recuperación turística, que consistirá en la realización de tres acciones on line y la puesta en marcha de otras acciones complementarias que se llevarán a cabo durante en este año y el próximo.

Desde CEAV subrayan que “esta 40 edición de la celebración del Día Mundial del Turismo coincide en un año crítico para el turismo, en el que los esfuerzos del sector deben orientarse hacia una recuperación y prepararnos juntos para cuando llegue el momento”. En este sentido, la OMT ha lanzado una nueva herramienta muy útil y un mensaje de solidaridad internacional esencial para dicha reactivación.

Por este motivo más de 80 asistentes se conectaron para participar de la primera reunión entre las agencias de viajes españolas (CEAV) y las colombianas (ANATO: Asociación colombiana de agencias de Viajes y Turismo).

Un evento online en el que también se destacó la importancia del turismo sostenible con la exposición de la Asociación Colombiana de Turismo responsable (ACOTUR).



Los próximos días 1 y 8 de octubre, se llevaron a cabo dos formaciones on line dirigidas a los agentes de viajes y profesionales del turismo para descubrir los diferentes atractivos turísticos del país, su cultura, naturaleza, aventura y sol y playa, que ofrece el destino Colombia.

Bajo el lema “nos encontraremos pronto”, Colombia quiere acercarse al sector turístico español de la mano de CEAV, “nuestra representatividad como entidad única que aglutina a más de 5000 agencias lleva a que los proveedores turísticos de todo el mundo se interesen en colaborar con nosotros para dar visibilidad a sus destinos”, apunta Carlos Garrido, presidente de CEAV.

Colombia cuenta, además, con una plataforma dirigida a Agencias de Viaje Españolas con información a medida de los eventos en curso, formación y espacio para preguntas en directo. Una información que queda alojada en esta plataforma y al alcance de los agentes de viajes. Finalmente, ProColombia celebró del 19 al 23 de octubre la Semana virtual de Colombia en Europa, un evento virtual para dar a conocer la oferta de Colombia a las empresas de turismo de Europa, así como nuevos productos en los segmentos vacacionales y reuniones en el nuevo contexto en el que nos encontramos.



NOTICIAS CEAV



VIAJAR SEGURO Y RECOMENDACIONES

Ceav lanza su decálogo “viajemos seguros” para viajar con seguridad.

En el actual contexto de incertidumbre provocado por la crisis del Covid- 19 y en el que estamos asistiendo a muchos cambios en la forma de viajar, las agencias de viajes se han convertido en el mejor aliado, tanto para los consumidores a la hora de organizar su viaje como para los destinos para que reciban un turismo seguro y sostenible.

Y es que, en estos momentos, son muchos los motivos por los que los usuarios prefieren hacer sus reservas a través de agencias de viajes antes que hacerlo por otras vías. Por ello, la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha preparado un decálogo destacando, ahora más que nunca, las ventajas para el consumidor al contratar su viaje a través de una agencia de viajes como garantía de viajar seguro. [leer más...](#)

¿Dónde pueden viajar los españoles?

CEAV informa de los países a los que pueden seguir viajando los españoles sin restricciones o sin tener que hacer cuarentena.

Madrid, 10 de septiembre de 2020. Las medidas de prohibición adoptadas por algunos países para la entrada de personas que provengan de España y el escenario tan cambiante que hay actualmente, han creado un escenario de confusión que está llevando a que muchos españoles que quieren y necesitan seguir viajando, dejen de hacerlo o no tengan claro a dónde ir. Una situación que afecta a viajes de negocios, viajes en familia, o de cualquier otra modalidad (de reencuentro, viajes para grupos, para solteros, etc.).

[leer más...](#)



NOTICIAS CEAV

27 de septiembre 2020

DIA MUNDIAL DEL TURISMO



MIRANDO AL TURISMO PARA IMPULSAR SU RECUPERACION DE MANERA SEGURA: el turismo puede ayudarnos a superar la pandemia, ilusionando a las personas y promoviendo la solidaridad y la confianza.

Porque VIAJAR es volver a empezar, los 5.000 agentes de viajes asociados a CEAV se unen con un mensaje de reactivación,

juntos volveremos a dibujar el mundo.



NOTICIAS CEAV



VIAJEMOS SEGUROS

DECÁLOGO CEAV PARA VIAJAR CON SEGURIDAD

VENTAJAS PARA EL CONSUMIDOR AL CONTRATAR SU VIAJE A TRAVÉS DE UNA AGENCIA DE VIAJES

En el actual contexto de incertidumbre provocado por la crisis del Covid-19 y en el que estamos asistiendo a muchos cambios en la forma de viajar, las agencias de viajes se han convertido en el mejor aliado, tanto para los consumidores a la hora de organizar su viaje como para los destinos para que reciban un turismo seguro y sostenible.

Y es que, en estos momentos, son muchos los motivos por los que los usuarios prefieren hacer sus reservas a través de agencias de viajes antes que hacerlo por otras vías. Por ello, la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha preparado un decálogo destacando, ahora más que nunca, las ventajas para el consumidor al contratar su viaje a través de una agencia de viajes como garantía de viajar seguro.

1. Profesionalidad y experiencia en el sector turístico: los agentes de viajes ofrecen al cliente su conocimiento, experiencia, asesoramiento y asistencia, con la garantía y el aval de contratar con un agente de viajes en una agencia de viajes debidamente constituida con su título y licencia.

2. Mayor nivel de protección y asesoramiento: viajar a través de una agencia de viajes especializada, supone hacerlo con la protección que se ofrece antes, durante y después del viaje. Desde CEAV recuerdan, además, que la protección desaparece cuando se contratan servicios directamente con proveedores o entre particulares y recomiendan, siempre que sea posible, organizar el viaje con una agencia de viajes especializada.

3. Expertos en viajes y conocimiento del destino: los agentes de viajes conocen a fondo los destinos y los diferentes servicios turísticos que se ofrecen en cada uno de ellos, lo que permite ofrecer al cliente el que mejor se adecúa a sus necesidades.

4. Atención personalizada: durante esta crisis se ha puesto de manifiesto la importancia de la especialización y el conocimiento que tienen los profesionales de las agencias de viajes sobre las características de un determinado destino y el valor añadido de dar una atención personalizada al cliente, informándole de todos los detalles de forma exhaustiva.

5. Asesoría permanente: posibilidad de consultar sobre la situación y circunstancias de un destino, relacionadas con cambios en la normativa como, por ejemplo, la obligatoriedad o no de pasar una cuarentena, disponer de pasaporte sanitario, seguros médicos, etc.

6. Mejores condiciones de contratación: las agencias de viajes permiten la contratación de viajes combinados, es decir, aquellos que combinan diversos servicios del viaje, como el traslado, el hospedaje, o el alquiler de un coche, protegiendo a los viajeros ante posibles cancelaciones. Hay que recordar que la Unión Europea asegura que siempre será más seguro contratar un paquete vacacional en una agencia de viajes que en internet, ya que la Directiva que regula los viajes combinados estipula una serie de protecciones hacia el consumidor, como es la devolución íntegra del paquete en caso de circunstancias extraordinarias, como ha sido el caso de la Pandemia del Covid-19.

7. Agilización en las gestiones: mejor planificación del viaje, la seguridad de ajustarse al presupuesto establecido, y la tranquilidad de tener todos los flecos bien atados como son la gestión de visados y seguros de viaje.

8. Aval y responsabilidad civil: la agencia ofrece toda la información precontractual de manera correcta, asumiendo su responsabilidad ante posibles contingencias y haciéndose cargo de todos los servicios contratados, de manera que todos estén cubiertos mediante dos garantías, una por prestación de servicios y otra por quiebra o insolvencia.

9. Cobertura ante imprevistos: en las actuales circunstancias y en caso de un cambio de escenario, como puede ser el confinamiento, las agencias ofrecen cobertura y asistencia en caso de que sea necesaria la repatriación.

10. Representación: contratar a través de una agencia de viaje asociada también es una garantía para el consumidor. CEAV ha conseguido reunir a la práctica totalidad de las asociaciones españolas de agencias de viajes, en las que están integradas más de 4.000 Agencias de Viajes de toda España. Entre sus funciones principales se encuentran las de defender los intereses de los agentes de viajes y, en consecuencia, también los de sus clientes.



NOTICIAS CEAV



RECOMENDACIONES DE CEAV PARA LOS VIAJEROS EN TIEMPOS COVID

Más que nunca, viajar y consumir de forma segura es ayudar a resolver la crisis sanitaria y económica en la que nos encontramos.

- Asesórate en tu agencia de viajes de la situación de tu destino.
- Asegura tu viaje siguiendo las indicaciones de tu agente de viajes.
- Conoce las medidas a tomar en el medio de transporte seleccionado.
- Si dudas por casos de COVID en tu entorno, hazte una prueba PCR bajo indicación de tu médico y no viajes hasta saber los resultados.
- Triple M: Manos limpias, Mascarilla puesta (FFP2), Mantén distancia
- Informa de cualquier incumplimiento de la normativa en bares, restaurantes, hoteles y otros lugares en los que estés. Tanto por parte de empleados o propiedad como de otros usuarios.



- Evita las horas de mayor afluencia en tiendas, playas y establecimientos poco aireados.
- Mantén la guardia incluso con personas de confianza y momentos de relax. Los entornos familiares nos hacen olvidar las medidas.
- Disfruta de tu viaje sin bajar la guardia pero manteniendo tu actividad.
- Aprende a viajar con el riesgo del virus que tú puedes gestionar y evaluar.



Más de 3.000 agentes de viajes se han conectado a nuestros eventos digitales en este año 2020.

CEAV  **travel meeting**
Andalucía
www.ceavtravelmeeting.com

- + 30 Expositores.
- + 700 Agencias de viajes inscritas.
- + 15.000 Visitas a la web en 3 días.
- + De 10 horas de streamings.

IBERIA 
vueling

Las aerolíneas mejoran su calidad y medidas para garantizar la seguridad a bordo en contexto COVID-19.

+250 agencias de viajes conectadas.

CEAV  **JAPÓN**
travel learning
www.ceavjapon.com

Primer ciclo formativo online para los agentes de viajes sobre Japón organizado por CEAV & JNTO.

+800 agentes inscritos.

 **VALÈNCIA**
TURISME

FIRAMEETINGS.com dentro del evento **FIRACOMARQUES**, primer evento online de networking One-to-one.
+250 Citas agendadas entre profesionales del sector en 2 días.

 **PROCOLOMBIA**
EVENIMIENTOS TURÍSTICOS AVANCEADOS PARA EL 2021

 **Switzerland.**

Learnigs con destinos turísticos internacionales y formación online acreditada por CEAV.

VISITFLANDERS  **Flanders**
State of the Art

 **Irlanda**



LA VOZ DE MARTI SARRATE

RECUPERACIÓN Y REACTIVACIÓN DEL TURISMO

Nuestra actividad tiene una especial relevancia tanto desde un punto de vista receptor, como emisor. Aproximadamente un 35% de las AA. VV españolas desarrollan la actividad receptiva, mientras que un 80% de las agencias desarrollan la actividad emisora, habiendo un 15% de AA. VV que combinan ambas actividades.

El turismo es el salvavidas de millones de empleos, el objetivo es salvarlos, retomar su papel de vital importancia en la economía e impulsar su desarrollo sostenible.

A toda esta situación que hemos tenido que afrontar las AA. VV, es importante añadir que nuestra actividad esta fuertemente regulada. La directiva europea 2015/ 2302 de viajes combinados y servicios de viajes vinculados, establece el marco de la legislación española en esta materia y que se traduce en la regulación de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios.

Sin lugar a dudas, esta legislación no fue pensada por el legislador europeo para afrontar una situación de crisis sanitaria mundial como la que estamos viviendo, y que ha dado a una anulación masiva de viajes debido a la imposibilidad de prestar los servicios contratados. Las AA. VV de acuerdo a esta normativa asumen una responsabilidad absoluta frente a los viajeros, viéndose obligadas a reembolsar todos los importes correspondientes cancelados con motivo del covid 19, siendo uno de los sectores mas perjudicados por el coronavirus.

Esta situación nos ha provocado impagos acumulados por no proceder a los reembolsos por parte de muchos proveedores de servicios: compañías de cruceros, hoteles, corresponsales, etc., destacando las compañía aéreas y que ascienden a un total de 400 m €, aunque se puede haber rebajado solamente entre un 10% y un 15% en esos últimos meses por ciertas acciones comerciales directas con alguna compañía aérea, por culpa entre otros motivos por la inacción del gobierno y en concreto de AESA, que depende del ministerio de transportes y estamos en una situación límite por el perjuicio que nos esta generando, sin respuestas contundentes de la aplicación de la ley CE 261/2004 y que el problema se acentúa con las constantes noticias de la incertidumbre de continuidad de muchas de ellas, teniendo como último recurso realizar las denuncias correspondientes a través de la UE.



Actualmente hay 58.681 empleos de los 67.400 que habían en el 2019 en nuestro sector, retroceso del 14% de los cuales cerca del 80% están afectados por ertes y tan solo el 11% ha logrado incorporarse a su puesto de trabajo.

Reducción de actividad del emisor vacacional del -90%, emisor corporativo del -70% del sector mice -85% y especialidad receptiva - 80 %. Posible caída de 65 m turistas internacionales, casi un - 75%.

Los últimos rebrotes rematan al sector turístico y a las AA. VV, existe miedo psicológico por la información difusa y cambiante generada continuamente y produce un efecto en los clientes de una actitud de prudencia y prevención.

Pérdida de la temporada de verano por esa negatividad transmitida por la inseguridad y desconfianza sanitaria, una total falta de producto provocando restricciones y en consecuencia la de capacidad de tener clientes.

Afecta al cierre AA. VV, que es un tejido empresarial de pymes y micropymes y muchos puestos de trabajo, incluyendo autónomos ante:

- Pasividad y falta de reacción gobierno.
- Poca actuación estratégica de intereses comunes profesionales y empresariales.
- Mala gestión de la información.
- Primera industria del país y pilar de la economía.
- Restricciones en 24 países U.E, después apertura de fronteras Shengen, poco peso específico en la U.E del Ministerio de turismo y de asuntos exteriores.
- Nos han ganado la partida países, como: Turquía / Egipto / Grecia / Croacia / Portugal.

España es el país con más recortes en vuelos en el mes de septiembre, sobre un 30% según eurocontrol, disminuyendo la falta de conectividad, que es fundamental para la reactivación de nuestro sector.

REACTIVACIÓN DEL TURISMO

Planteamos algunos escenarios a corto y medio plazo tanto en emisor como receptivo en el verano 2021 con unas ventas del 50%/60 % sobre el año 2019, y poder enfocar el año 2022 con mejores perspectivas y es fundamental que se vaya realizando la conectividad aérea internacional para poder tener producto y clientes, y sobre todo liberar las restricciones entre los países, y que según comenta IATA no se llevará a cabo en su totalidad hasta el 2024, y para llegar a estos escenarios y sin ayudas se quedarán muchas empresas y puestos de trabajo en el camino.

Cultura – patrimonio – destinos rurales, viajes corporativos, vacacional grandes ciudades – experiencias más demandadas por los viajeros españoles en viajes domésticos e internacionales cuando se vuelva a la normalidad.

Los primeros destinos en Europa y Asia seguidos de Norteamérica y América latina.

Contratación de seguros para mejor garantía, seguridad, salud y políticas de cancelación y reembolso.

Flexibilidad total y personalización, mayor importancia y claves para impulsar reservas a corto y medio plazo, las reservas serán de duración más corta, reducción precios de los viajes y del gasto entre un 10% y un 30%.



REFORZAMIENTO DE PUNTOS DE FUERTES AA. VV Y FUTURO DE NUESTRO SECTOR

El futuro pasa por la digitalización en todos los actores de la cadena de valor y el reto será lograr la máxima eficiencia en optimización de recursos, cambio cultural y organizativo, análisis de datos, experiencia de usuario omnicanal, diseño dinámico de viajes, calidad y sostenibilidad.

Seguridad y confianza, consejos con total transparencia en aspectos sanitarios, documentación necesaria actualizada, asistencia y asesoramiento en cada faceta del viaje, contacto permanente en la gestión de imprevistos, papel profesional y empresarial con garantías y avales en defensa del consumidor, un gran valor añadido delante de la venta directa. Distribución de la cadena de valor de diferentes servicios y colaboración con diferentes proveedores en todos los paquetes turísticos.

Información necesaria al cliente y conocimientos de todos los perfiles, respuestas más rápidas y eficientes, importante presentar todas las opciones del contenido del viaje a través de múltiples canales y puntos de contacto.

Consideramos que es urgente y necesaria la adopción de todas las medidas que estamos reivindicando delante del gobierno central, autonómicos y municipales para el rescate de nuestro sector, y poder conseguir un equilibrio en nuestra economía generando la supervivencia de las AA. VV y sobre todo de muchos puestos de trabajo que están totalmente en riesgo máximo, en estos momentos y viendo que la situación es cada vez mas complicada de superar, y que será fundamental que prevalezca la unidad de nuestro sector porque juntos somos más fuertes.

Y me gustaría terminar con una cita de Amancio Ortega:

“No hay que tenerle miedo a las crisis, porque el miedo te paraliza y lo importante es ver las oportunidades que existen”



ARTÍCULO DE OPINIÓN

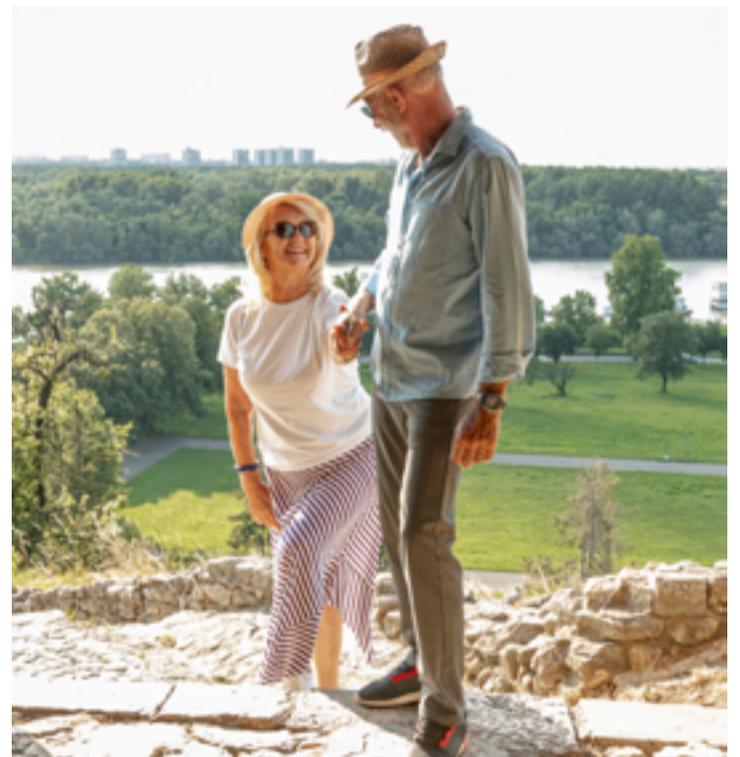
EL IMERSO “SALUD Y TURISMO”

El turismo, desde sus orígenes siempre ha estado vinculado al bienestar y a la mejora de la salud, tal y como lo conocemos hoy, siempre ha habido una vinculación directa entre ambos y muchas personas han realizado viajes a lo largo del tiempo con el único objetivo de buscar lugares saludables que contribuyeran a mejorar su calidad de vida.

Es indiscutible la contribución de los viajes a la reducción del estrés y por eso mismo muchos viajeros han ido en busca de sitios para la relajación, desde confortables Resorts en lugares paradisíacos, hasta extravagantes clínicas de relajación a la que acudían algunos famosos a efectuar terapias de adelgazamiento e incluso desintoxicación.

De hecho, uno de los segmentos del turismo que más ha crecido en los últimos años es el de los balnearios y es lógico porque son muchas las ventajas de desplazarse a un balneario para relajarse y mejorar la salud, mediante las propiedades minerales del agua, con tratamientos personalizados que sin duda y desde tiempo de los romanos, contribuyen a mejora de la calidad de vida y el bienestar.

Cada vez más hoteles incorporan a sus lujosas instalaciones de ocio una parte importante destinada para la salud y el bienestar, que le denominan “SPA” y que nada tiene que ver con los balnearios y con sus propiedades de las aguas termales, minerales y medicinales, pero que es cierto que también ofrecen unos tratamientos efectivos con técnicas de masajes, tratamientos y todo tipo de duchas, saunas, piscinas y jacuzzis donde se pasan unos días maravillosos de descanso y relajación.





Conscientes de todos estos beneficios y con el objetivo de mejorar la salud de nuestros mayores, en España se organizaron hace 30 años ya, los famosos viajes del IMSERSO y fueron desarrollados por el Ministerio de Sanidad y la Secretaría de Estado de Asuntos Sociales, como fórmula de mejora de la salud y la calidad de vida de nuestros mayores, mediante un sistema organizativo que complementaba este gran beneficio social con otros de carácter económico, contribuyendo a la rehabilitación de las zonas turísticas en temporada baja, dotando de actividad comercial a la hostelería y el comercio de determinadas zonas sin actividad y permitiendo generar algunos ingresos también a algunas agencias de viajes en un periodo de poco movimiento.

El Estado, con la dotación de estas más de novecientas mil plazas en los que simplemente aporta una pequeña subvención por plaza y recauda casi tres euros por cada uno que aporta mediante impuestos, creación de empleo, gasto de los viajeros e incluso ahorro en cuidados sanitarios, porque está demostrado que los mayores cuando viajan enferman mucho menos y no requieren de tantas atenciones en consultas y visitas a los hospitales y servicios médicos.

En este programa, es indispensable la doble tarea que hacen las agencias de viajes, por un lado mediante la planificación, contratación y logística del programa que realizan las dos empresas concesionarias del programa y por otro lado, la labor de distribución que realizan una red profesional de agencias, formada por más de cinco mil puntos de ventas que distribuyen este producto en primera línea con los mayores, explicando sus características y facilitándoles todas las gestiones de reserva e información del programa.

Sin querer entrar en valoraciones sobre la decisión de suspender los viajes, lo que sí resulta paradójico, es que un programa elaborado por las

autoridades sanitarias para la mejora de la salud de nuestros mayores, sea precisamente en una crisis sanitaria cuando se decida suspenderlos por la vulnerabilidad de este grupo de personas, pero ciertamente es lo que ha pasado con unas consecuencias muy considerables para los empresarios del sector que tenemos que asumir unos grandes perjuicios económicos.

La labor de las agencias de viajes en la cancelación del programa ha sido ejemplar, de un día para otro y sin previo aviso, se decidió cancelar el programa teniendo que traer desde sus destinos a casi setenta mil personas y se hizo de una manera ejemplar por parte de las dos empresas concesionarias que actuaron con una eficacia y diligencia digna de admiración, y de toda la red de agencias de viajes que dieron a sus clientes un servicio espectacular de información y asistencia, a pesar de que la dirección general del IMSERSO decidiera que no tenían derecho a su retribución, ni por las gestiones de venta del programa, ni por el doble trabajo de información, gestión y cancelación de las miles de plazas que tuvieron que cancelarse, menospreciando así una tarea indispensable y un trabajo profesional muy laborioso que las autoridades decidieron que no debería ser retribuido sin que todavía entendamos por qué.

Tengo muy claro que este programa sería inviable sin el trabajo de las agencias de viajes, es indispensable la labor de las empresas que planifican, contratan y hacen los paquetes del programa y es esencial la red de distribución profesional de las agencias de viajes que hacen un trabajo fundamental en la información, la comercialización, la distribución y la venta del programa y su trabajo debe ser remunerado de una forma justa y a un precio equivalente a su aportación cuando el programa se reanude después del verano del 2021.

Por Carlos Garrido de la Cierva Presidente CEAIV



LAS ASOCIACIONES DE CEAV NOS INFORMAN



JUNTOS HAREMOS POSIBLE VOLVER A DISFRUTAR
DE NUESTRO TRABAJO Y DE NUESTROS VIAJES





LAS ASOCIACIONES DE CEAV NOS INFORMAN

XX FORO ACAVE



El pasado 21 de octubre de 2020, en la Sede de Foment del Treball, tuvo lugar el XX Foro ACAVe, el cual fue seguido, en directo y streaming, por más **1.700 agentes de viajes y profesionales del turismo**.

La Ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, realizó la inauguración oficial del XX Foro ACAVe, que se celebró en la sede de Foment del Treball Nacional de Barcelona. El Conseller de Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya, Ramón Tremosa, fue el encargado de clausurar la jornada.

La ministra Reyes Maroto, por vía telemática, empezó su intervención comentando el impacto que ha tenido la pandemia en el sector de las agencias y que ha requerido que más de 4.300 empresas y 32.000 trabajadores hayan tenido que acogerse a ERTES. Maroto manifestó que el gobierno se compromete a que los ERTES permanezcan hasta que sean necesarios, pero insistió en que “necesitamos trabajar en otras medidas complementarias para la reactivación del sector tanto a nivel nacional como europeo”. En este sentido ha destacado que el ejecutivo ya está desarrollando

planes como “el proyecto de Turismo Inteligente para acelerar la transformación digital de la actividad turística” o también “los planes de sostenibilidad turística en destino”. Cerró su discurso llamando nuevamente a la colaboración público-privada como herramienta clave para acelerar la recuperación del sector turístico

En su discurso de bienvenida, Martí Sarrate, presidente de ACAVe, señaló que desde que estalló la emergencia sanitaria ACAVe “ha trabajado incansablemente para defender los intereses de las agencias de viajes ante las diferentes administraciones e instituciones”. Ante esta difícil situación reclamó: “la adopción de medidas que permitan extender los ERTES más allá del 31 de enero del 2021, medidas de carácter fiscal que permitan moratorias y reducir impuestos como es el IVA y que en el sector de las agencias de viajes todavía está al 21%. También se deben favorecer medidas que permitan eliminar las restricciones de viaje, como podría ser la implantación de test rápidos y medidas que permitan la reactivación del consumo, y lo que es más importante, necesitamos ayudas directas a fondo perdido para nuestras empresas.”

XX FORO ACAVE

El analista geopolítico Jaime García-Legaz abrió la jornada con un análisis acerca de la posible evolución del turismo mundial ante los movimientos geopolíticos post COVID-19. García-Legaz explicó que los efectos económicos más importantes no vienen dados por la pandemia en sí, sino por las políticas públicas puestas en marcha con ocasión de la pandemia. Así, el analista explicó que: “las expectativas son de recuperación gradual de los flujos de viajes, pero con mucha incertidumbre... Y España reúne todas las características para seguir en posiciones de medalla en el sector turístico cuando llegue la vacuna.”

Seguidamente se celebraron dos mesas redondas de análisis. En la primera sesión de debate, el director general de Turespaña, Miguel Sanz, el secretario general para el turismo de la Junta de Andalucía, Manuel Muñoz Gutiérrez y Xavier Marcé, concejal de turismo e industrias creativas del Ajuntament de Barcelona analizaron los destinos turísticos ante el nuevo escenario post COVID-19. Sanz comentó que “el sistema de testeo y la regionalización europea tienen que permitir el establecimiento de corredores seguros en Europa y de esta forma proteger la salud y a la vez la economía”. Por su parte, Manuel Muñoz reclamó a las administraciones seguir con el apoyo a las empresas, y también comentó que “necesitamos crear un modelo de turismo que genere repetición en nuestros visitantes por diferentes razones, con una oferta diversificada. Debemos combinar productos turísticos en el mismo territorio y ser capaces de diferenciarlos de otros destinos”. Por su parte, Xavier Marcé comentó que “Las ciudades deberán poner especial énfasis en la seguridad y trabajar la producción de la imagen de Barcelona, diversificándolo y con conocimiento profundo de los flujos de visitantes que nos visitan: negocios, cruceros, ocio, que vienen a pasar el día”.

La segunda sesión se dedicó a debatir sobre la realidad de las empresas turísticas ante la COVID-19. El debate contó con la participación de Javier Gándara, presidente de ALA; Jorge Marichal, presidente de la CEHAT; José María Martín Rigueiro, director de Negocio Turístico de Banc Sabadell; y Martí Sarrate, presidente de ACAVE. Javier Gándara propuso hacer tests tanto a la ida como a la vuelta y poco a poco, ir recuperando la normalidad. Ha comentado que “El turismo internacional en España depende en un 85% del transporte aéreo, pensamos que es fundamental que las compañías aéreas sobrevivan para lograr una recuperación sólida”. Jorge Marichal afirmó que “se debe preguntar a los gobernantes qué están haciendo y hacer frente común entre países, en lugar de adoptar medidas de manera aislada y a menudo no las más apropiadas. Se necesitan ayudas económicas, y también “corredores de seguros” para poder incrementar la demanda”. Por su parte, Martí Sarrate explicó que el “teletrabajo ha venido para quedarse y también los eventos híbridos en el segmento Mice. Se necesita planificar con producto, con conectividad, con tests rápidos. Hay que evitar el alarmismo”.

La jornada se completó con un diálogo entre el economista José María Gay de Liébana y Antón Costas, Economista y Catedrático de Economía de la Universidad de Barcelona sobre la recuperación económica del sector después del COVID-19. Antón Costas comentó que la “economía pandémica es muy asimétrica y castiga mucho más a unos sectores y trabajadores que a otros pero la recuperación de una economía normal, se reflotan casi por igual todos los sectores. En cambio la recuperación pandémica no remonta por igual a todos, algunos tardarán más y otros igual no podrán”. Para salir de esta crisis propone “la estrategia de tres R: Resistir, Recuperar (asimétrica: unos barcos se hundieron y otros suben y dejan cicatrices permanentes en el comportamiento de las personas -ni como consumidores, ni a nivel de ahorro... Reduce el consumo y cambia las conductas) y Reinventarse”. Gay de Liébana manifestó que “tenemos un paradigma en el que habrá una serie de países, sectores y personas que van a ir hacia arriba y otros que como no se reinventen van a ir cayendo en picado. Hay que exonerar hasta abril/mayo de cargas tributarias y Seguridad Social a determinados sectores dado que en caso contrario los despidos serán masivos” auguró.

En la clausura de la jornada el conseller de Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya, Ramón Tremosa, reclamó la necesidad de alargar la vigencia de los ERTE y el resto de medidas de apoyo a las empresas turísticas como los avales a los créditos ICO. Asimismo, expuso que la Generalitat de Catalunya está estudiando la viabilidad de tests rápidos que podrían ayudar a mejorar la operativa del sector de cara a la próxima temporada.





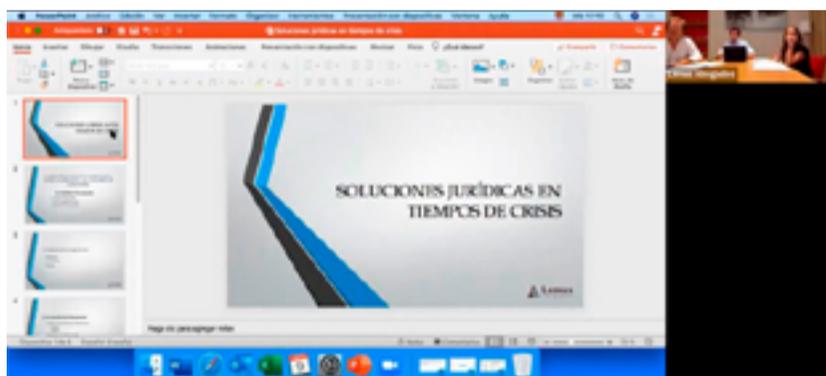
LAS ASOCIACIONES DE CEAV NOS INFORMAN

INTENSA ACTIVIDAD DE AEVISE A TRAVÉS DE VIDEOCONFERENCIAS PARA FORMAR E INFORMAR A SUS AGENCIAS ASOCIADAS.

Los meses de septiembre y octubre han sido aprovechados para convocar a las agencias de viajes de Sevilla de cara a mantenerlas al tanto de novedades y también de trasladar información que puede ser más valiosa que nunca en los tiempos actuales.

Así, se han realizado videoconferencias relacionadas con diferentes temáticas, como las herramientas jurídicas que las empresas y los autónomos deben de tener en cuenta en tiempos como los actuales, para la cual contaron con profesionales del despacho Lemus Abogados.

También se llevó a cabo un encuentro sobre cómo acceder a ayudas y subvenciones de la Junta de Andalucía, en la que participó personal de la Delegación Territorial de Turismo y en la que se hizo mucho hincapié en las ayudas orientadas a tecnología y digitalización.



Otro de los encuentros tuvo que ver con el Bono Turístico Andaluz y el sello Andalucía Segura, trasladando a las agencias sevillanas las ventajas que ambas iniciativas suponen para la dinamización del sector y poniendo en valor el hecho de que la comercialización del bono se realice en exclusiva a través de agencias de viajes, logro conseguido gracias al empeño y buen hacer del tejido asociativo de la región andaluza, bajo el paraguas de CEAV-Andalucía.

Tuvo lugar una nueva sesión del ciclo “Hablando de Viajar” que contó en esta ocasión con Martín Sarrate, Presidente de ACAVE y Vicepresidente Económico de CEAV. La réplica a Martín fue dada por Manuel Pino, Vicepresidente de AEVISE. En algo más de una hora, ambos hicieron un amplio recorrido por la situación actual del turismo en general y de las agencias en particular, dando especial importancia a la necesidad de contar con una representación fuerte y consolidada para conseguir que la voz de las agencias sea escuchada y tenida en cuenta.

Según palabras del Presidente de AEVISE, José Manuel Lastra, “la acción formativa e informativa es una de las señas de identidad de nuestra Asociación, habiéndola reforzado en los tiempos actuales, de tal manera que desde que empezó la crisis allá por el mes de marzo, se han llevado a cabo más de treinta encuentros y sesiones a través de videoconferencia, contando para ello con reputados expertos en diferentes materias que hemos considerado de principal interés para nuestro sector. Seguiremos por esa vía, haciéndonos eco de las principales inquietudes y necesidades de los agentes de viajes de Sevilla y provincia”.



LAS ASOCIACIONES DE CEAV NOS INFORMAN



AGAVI NUEVA INCORPORACIÓN EN CEAV ARTICULO DE OPINIÓN DE SU PRESIDENTE

“Ni los más viejos del lugar” nos podríamos imaginar esta situación. Hace unos 40 años que comencé a trabajar en una agencia de viajes y nunca viví una situación tan dramática como esta. Eso sí, llevo escuchando la frase “las agencias de viajes no tienen futuro, estais abocadas a desaparecer” casi desde que empecé en este negocio, pero afortunadamente aquí seguimos y creo que en esta “tragedia” podemos y debemos estar orgullosos del trabajo realizado, de nuestra profesión. Nosotros ya lo sabíamos, pero esta situación mostró a mucha gente que somos el eslabón más débil de la cadena turística y que no es justo que tengamos que hacernos cargo sí o sí de lo que corresponde a otros. Está claro, sí, pero si no estamos unidos como colectivo y defendemos nuestros derechos hasta las últimas consecuencias nadie se va a preocupar por nuestro sector.



Juan Antonio Rivadulla Fernandez, Presidente de la Asociación Galega de Axencias de Viaxes (AGAVI)

La incorporación de AGAVI a la CEAV era una de las prioridades que nos marcamos la junta directiva que presido, porque, sin perder nuestra identidad, necesitamos estar unidos con el resto de asociaciones de España. Esta situación nos está desgastando mucho, está siendo muy duro el no poder trabajar pero debemos estar unidos para salir más fuertes y con mejores condiciones para desarrollar nuestro trabajo. Solo unidos podemos reclamar las ayudas que necesitamos para que los daños en nuestras agencias sean los menores posibles, tenemos que contrastar ideas y buscar soluciones para cruzar este “desierto” en el que ya llevamos 8 meses y que parece no tener fin, pero lo tiene, seguro que lo tiene, porque nadie se imagina un mundo sin viajes.

Como miembro de “los más viejos del lugar” creo que me gané el derecho de poder deciros: compañeros agentes de viajes, mantengámonos unidos en la defensa de nuestras agencias y saldremos adelante, no será fácil pero una vez más lo conseguiremos y lo celebraremos. Muchas gracias a todos, mucho ánimo y un fuerte abrazo



LAS ASOCIACIONES DE CEAV NOS INFORMAN



AEVAV NOS COMUNICA QUE

Miguel Jiménez Martínez reelegido **Presidente de AEVAV** por cuatro años más en la Asamblea de la Asociación celebrada en la tarde de hoy en Valencia.

La candidatura encabezada por Miguel Jiménez es más amplia en cuanto a número de miembros que la que había hasta ahora a fin de dar cabida y representación a las tres provincias valencianas.

AEVAV cuenta en la actualidad con 270 casas centrales y más de 300 puntos de venta. La dedicación personal y constante al asociado es su seña de identidad.

En un año extremadamente difícil las agencias valencianas han tenido amparo y defensa en todas las reclamaciones que se les han planteado recibiendo además abundante información y asesoramiento sobre toda la normativa publicada referente al Covid-19 lo cual ha hecho que el incremento de asociados desde el inicio de la crisis haya sido muy importante.





LAS ASOCIACIONES DE CEAV NOS INFORMAN

VUELVEN LOS PREMIOS ATRAE CON EL OBJETIVO DE PONER EN VALOR LOS MEJORES PROYECTOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA DE EUSKADI EN UN MOMENTO DE GRAN INCERTIDUMBRE PARA EL SECTOR



No son tiempos fáciles para el sector turístico de Euskadi pero, precisamente por esta razón, la tercera edición de los Premios ATRAE será una de las más importantes de las organizadas hasta la fecha. Y es que la Asociación de Agencias Turísticas Receptivas de Euskadi ha decidido volver a activar esta iniciativa en un momento de gran incertidumbre pero también de grandes oportunidades. Según los organizadores, “en estos tiempos de crisis sanitaria y económica es de vital importancia premiar los mejores y más interesantes proyectos que buscan promocionar y desarrollar Euskadi como destino turístico de calidad”.

Así, se ha abierto el plazo para la convocatoria de la III Edición de los Premios ATRAE a la Comercialización Turística en Euskadi que cada año cuenta con un mayor respaldo por parte de todos los agentes que conforman este sector. Aquellas personas, organizaciones, empresas... interesadas en optar a este reconocimiento podían presentar sus candidaturas hasta el 15 de noviembre. Tanto las bases de la convocatoria como el formulario de solicitud para presentar la candidatura están disponibles en la página web www.atrae.eu.

Una edición marcada por la crisis generada por la COVID-19

El jurado de los Premios ATRAE pondrá en valor aquellos proyectos o iniciativas que busquen contrarrestar los efectos negativos de la crisis sanitaria y económica causada por la COVID-19 en el turismo de Euskadi. Y es que son muchos los que han tenido que amoldarse a la situación de incertidumbre actual. En este contexto, se buscará premiar a las mejores ideas que han surgido en este momento de necesidad. Además, como hasta ahora, se valorarán muy positivamente las iniciativas que fomenten la cooperación y la comercialización, así como la contribución a la puesta en valor del trabajo realizado por las agencias receptoras vascas.

En la edición del año pasado, el Premio ATRAE recayó sobre Villa Lucía Espacio Gastronómico. Se reconoció así la notable contribución de esta empresa situada en Laguardia al desarrollo y posicionamiento turístico de Rioja Alavesa. Asimismo, la Mención Especial 2019 fue a parar al programa ‘¡Qué me estás contando!’ de EITB “por su aportación a dar visibilidad al turismo en Euskadi, al turismo bien hecho y su especial apoyo a las empresas locales”.



LAS ASOCIACIONES DE CEAV NOS INFORMAN

Aviba

AVIBA ¡ATRÉVETE A VIAJAR!

Ante tanta incertidumbre en AVIBA se puede decir que estamos de enhorabuena. Cuatro agencias nuevas se han sumado a nuestra agrupación y la sensación, de nuevas y de las que ya llevan tiempo en AVIBA, es la misma: ahora más que nunca necesitamos el respaldo de una patronal para que nuestros intereses se defiendan a todos los niveles.

Nadie va a negar que vivimos tiempos difíciles. La pandemia sanitaria ha trastocado todos los planes económicos y para nosotros, las agencias de viajes, en mayor medida. Desde que se decretó el estado de alarma las agencias de viajes nos hemos dedicado a apagar fuegos. Atrás queda ese tiempo que dedicábamos a idear nuevas rutas, viajes alternativos o a explicar a nuestros clientes las maravillas del viaje que iban a realizar. Tiempos dorados a pesar de que el sector empezaba a vislumbrar cierto agotamiento motivado por la venta online directa. Aun así, y gracias a campañas que habíamos iniciado desde AVIBA, empezaba a calar la realidad, que comprar tus vuelos, o paquetes de viajes, a través de una agencia no costaba más que hacerlo de manera individual y, sin embargo, te precavía de muchos posibles problemas.

Llegó marzo y la anulación de vuelos se multiplicaba de manera exponencial. Todos aquellos que habían confiado en una agencia tenían el respaldo de quien está detrás de un mostrador. Otros muchos que realizaron sus compras de manera directa recurrieron a nosotros en señal de auxilio. Ayudamos, porque va en nuestro ADN facilitar todo lo relacionado a viajar. Las llamadas, las anulaciones y las devoluciones era la constante diaria y hasta hoy, nuestro trabajo ha consistido en eso.

Por eso, poder anunciar que a día de hoy sumamos a la familia de AVIBA cuatro nuevas agencias es mucho más que decir que AVIBA crece. Es ver que hay agencias que siguen manteniendo la ilusión intacta por ofrecer sus servicios a quien cree que viajar es la opción más tangible de la felicidad, es reconocer el trabajo que durante décadas venimos haciendo desde nuestra patronal. Es, sin duda, una demostración de que todo el esfuerzo dedicado a los demás desde nuestra asociación, ha valido la pena.

Cuatro grandes como son Carrefour Viajes, Pegaso Viajes, Duende Viajes y Silke Wittstock Services nos acompañan a partir de ahora y nos felicitamos por ello. Sabemos que volverán los tiempos en los que recuperaremos la ilusión y la pasión por viajar, sabemos que repuntaremos con más fuerza porque habrá que recuperar el tiempo perdido. Para muchas personas viajar es una filosofía de vida y ahí estaremos nosotros para compensar todos estos meses.





LAS ASOCIACIONES DE CEAV NOS INFORMAN



PREMIO “JAÉN PARAÍSO INTERIOR” PARA LA ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE AGENCIAS DE VIAJES DE JAÉN

La Diputación reconoce, un año más, la labor de personas y empresas en la difusión de las bondades de la provincia, entre ellas reconoce la labor de la Asociación de Agencias de Viajes de Jaén durante esta dura pandemia.

Los premiados y las autoridades, en la gala de Cazorla, epicentro del ‘milagro’ turístico de este año. JOSÉ LUIS GONZÁLEZ Viernes, 2 octubre 2020, 00:59

El pasado 1 de octubre 2020 se entregaron los Premios “Jaén Paraíso Interior” otorgados por la Diputación Provincial de Jaén en Cazorla y sus Ruinas de Santa María, el epicentro del ‘milagro’ turístico que en tiempos de pandemia ha sido el conjunto del Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas.

Puestos, por tanto, de manifiesto la profesionalidad y el esfuerzo del tejido empresarial jienense en general y del turístico en particular, el Premio Especial Jaén Paraíso Interior fue a la Asociación de Agencias de Viajes de Jaén. Precisamente fue Francisco Javier Fernández Rojas, presidente de la Asociación de Viajes, el protagonista del momento más emotivo de la noche, cuando dedicó el premio al empresario de la capital Javier Calabrús (propietario de Viajes Calabrús), fallecido en primavera por el coronavirus. El presidente de las agencias alza el premio al cielo, en recuerdo de Javier Calabrús.



El presidente de la Diputación Provincial, Francisco Reyes, puso el epílogo de la gala con un discurso en el que subrayó la necesidad de este evento «en un año raro, distinto, de sufrimiento y difícil». «Pero no hemos querido dejar de entregar estos galardones que reconocen a empresas, instituciones y personas en el ámbito del turismo en Jaén, que **en poco más de 25 años ha pasado de ser una provincia de paso a una provincia de destino**».

Además, destacó la labor del gremio turístico provincial, «porque durante estos meses han realizado, y lo siguen haciendo, un gran trabajo en uno de los momentos más complicados y difíciles que ha vivido un sector especialmente dañado y directamente afectado por la situación sanitaria». Y subrayó que ante este panorama, **«no han tirado la toalla**». «Y por eso hoy tienen nuestro reconocimiento», apostilló el presidente de la Diputación Provincial.



LAS ASOCIACIONES DE CEAV NOS INFORMAN



AGENCIAS DE VIAJES: RESISTIR PARA GANAR

**JOSÉ LUIS MÉNDEZ,
PRESIDENTE DE LA UNIÓN NACIONAL
DE AGENCIAS DE VIAJES (UNAV)**

Todos los estudios, publicaciones, encuestas y artículos de opinión incluidos los informes más recientes de ObservaTUR y Amadeus coinciden en una cosa: la cultura de los viajes es ya algo inherente a las personas. Forma parte de nuestros hábitos y comportamientos de ocio y es una práctica universalmente extendida a la que no se está dispuesto a renunciar, siempre que la economía particular lo permita.

Y ese es el mensaje de esperanza que ha de guiarnos en estos tiempos de incertidumbre a todos cuantos formamos parte de la industria del turismo, incluidos por supuesto los profesionales de las agencias de viajes, por más sombrío que ahora pinte el panorama. Porque la pesadilla que ahora desvela nuestros sueños los sueños de miles de millones de personas en todo el mundo pasará. De eso no tengo la menor duda. Y ojalá lo haga lo más pronto posible y con el menor daño.

Eso sí, lamentablemente, me temo, nada será igual a partir de entonces en nuestro ecosistema. Al menos durante un tiempo que esperemos sea breve. En cualquier caso, y aunque gradualmente vayamos recuperando la normalidad, habrá un lapso de tiempo en el que tendremos que continuar conviviendo (ya lo estamos haciendo) con las nuevas prácticas sociales y los nuevos protocolos derivados de la emergencia sanitaria. Así las cosas, el nuevo mundo surgido del día después obligará a todos los actores a redoblar nuestros esfuerzos para afianzar, en mayor medida si cabe, las garantías de seguridad de los viajeros, de nuestros clientes.

Cientes que, probablemente, analizarán con mayor detalle y criterios más estrictos la información relativa a sus viajes. Y lo harán, además, en todas sus etapas, especialmente en la fase de inspiración (decantándose por aquellos destinos que mejor comuniquen su nueva realidad) y en el devenir del propio viaje, pues es donde habrá que continuar extremando la precaución, más allá de que la solución médica o farmacológica haya permitido (ojalá) el control de la pandemia.



Es posible que, al principio, mientras se restablece la normalidad en las fronteras, se busquen los destinos más cercanos. O que ganen protagonismo los espacios menos masificados y sostenibles. Incluso que se eleven los requerimientos de salud, seguros e higiene a la hora de viajar y alojarse.

Pero las nuevas circunstancias salidas de la crisis abrirán también nuevas posibilidades al sector de las agencias de viajes. Porque en el nuevo contexto, el valor del asesoramiento personal, exclusivo y especializado cobrará mayor relieve.

Como también lo hará la personalización de las experiencias o el consejo experto de los profesionales, de manera que no sólo sean (seamos) capaces de ofrecer viajes y destinos en las condiciones más óptimas para su disfrute, sino también mostrar los lugares más seguros que permitan una mayor distancia social, para así evitar episodios de congestión, o que posibiliten el acceso a nuevos polos de atracción turística, que en ocasiones incluso resultan ser más interesantes.

Puede, inclusive, que lo sucedido, por todo lo dicho, propicie nuevas prácticas que favorezcan la cultura de los viajes, como es una mayor conciencia social en torno a la sostenibilidad (que será claramente un valor en alza) o la necesidad de fijar un nuevo “contrato social” que favorezca la desestacionalización de los periodos vacacionales.

En este nuevo escenario que se perfila, como digo, el papel de las agencias cobrará más importancia, si cabe. Al menos así lo consideramos desde la Unión Nacional de Agencias de Viajes, UNAV, la entidad decana de las agencias en España, que agrupa a un total de 3.670 puntos de ventas con cerca de 5.000 trabajadores.

Profesionales, eso sí, que, más que nunca, por todo lo dicho y por el nuevo contexto que surja, requerirán la mejor tecnología para seguir prestando el mejor servicio. De ahí la importancia de contar con firmas como Amadeus, comprometida con las agencias desde sus orígenes y con la innovación y el desarrollo, un capítulo al que deriva cada año importantes recursos.

Ahora toca resistir. Porque en España, el que resiste, gana, como sostenía Camilo José Cela en el discurso de recepción del Premio Príncipe de Asturias 1987. No está siendo fácil. Es cierto. Pero no me cabe duda de que nuestro sector, el sector del turismo y los viajes, en el que las agencias ocupan un sitio privilegiado, contribuirá nuevamente a recuperar la posición de liderazgo que verdaderamente merece nuestro país. Ese que sirve de estandarte e imagen pública a la internacionalización de nuestras empresas. Y que igualmente ha permitido, en crisis precedentes, ser el ariete que abandere la reconstrucción económica de España.



NOS VAMOS DE VIAJE

LEÓN

LEÓN, SOLO HAY UNO

Cruce de civilizaciones, estilos artísticos y destinos históricos, un sol de muchos siglos ha ennoblecido la bimilenaria capital leonesa, fundada por una de aquellas legiones cuyo destino manifiesto era conquistar, urbanizar e integrar. El primitivo campamento establecido a la vera de los ríos Torío y Bernesga evolucionó hasta convertirse en una de las ciudades más importantes del norte peninsular.

Uno de los ingredientes básicos en la forma de ser leonesa es, sin duda, el Camino de Santiago, viaje cultural e iniciático que ha moldeado en buena medida el perfil de la capital. León creció gracias a la Vía Láctea de los alquimistas, una escuela de vida que fue columna vertebral del progreso en Europa y mantiene en la actualidad toda su vitalidad.

A comienzos del tercer milenio, León es un núcleo urbano experto y lleno de vida, cuya identidad cultural se ha forjado a lo largo de los siglos. Fiel a la heráldica de la memoria, conserva un casco histórico con empaque de obra maestra que se despliega en el hermoso catálogo de palacios, iglesias y monumentos. Perfecto decorado al que también se asoma el rostro del futuro, bien explícito en edificios de perfil audaz y cosmopolita. Pasan las generaciones, cambian las dinastías, pero las leyes del corazón han dictado sentencia: León preserva una mitología eterna e inamovible, tejida con hilos de modernidad y los más exquisitos fragmentos del pasado.

Afortunadamente, León presenta múltiples caras, y de tan exquisito viaje al pasado pasamos casi sin transición a la fiesta visual que supone lugares como el Auditorio, el MUSAC y otros edificios que conjugan un modelo de ciudad perfectamente integrado sin perder identidad ni patrimonio. León es maestra del beber y del vivir, la oferta patrimonial y turística leonesa tiene en la



gastronomía uno de sus principales hilos conductores. El paladar se divierte a lo grande con una serie de platos de referencia que parecen condensar la historia culinaria de estas tierras. Un convite de raíces clásicas en donde se abre paso las nuevas tendencias gastronómicas sin perder la personalidad que atesora lo “leonés”.

Esta ciudad de pasado romano rebosa vida a lo largo del año, el verano es otro periodo más de la alargada actividad cultural que se esconde en cada rincón, por ello se puede disfrutar en estas fechas de noches largas y buen tiempo del actividad de música y cine que programa el MUSAC al aire libre en julio y agosto, o del Festival de Jazz “Cuna del Parlamentarismo” o del certamen de artes escénicas “Mujeres en la Historia”.

Cada rincón de la ciudad rebosa un secreto, desde teatro de calle hasta espectáculos de circo en donde los días son más largos que las noches y León invita a vivir desenfadadamente.

La mejor forma de conocer León, es vivirla, su especial luz que recorre la ciudad a través de hitos que siempre están presentes como las espectaculares vidrieras de la Catedral, el colorido del MUSAC y otros rincones...conjugan con todo lo demás creando la fórmula que da como resultado el llamado “encanto de León”.



NOS VAMOS DE VIAJE COLOMBIA



COLOMBIA SE AFIANZA COMO DESTINO TURÍSTICO EN EUROPA

La Semana Virtual de Colombia en Europa logra un 85% más de citas de negocios que el año pasado y unas expectativas de negocio un 103% más que en 2019.

Europa mantiene claro el interés por Colombia como destino vacacional y de reuniones. Así ha quedado patente durante la Semana Virtual de Colombia en Europa, un espacio académico y de negocios virtual organizado por ProColombia en el que del 19 al 23 de octubre se dieron cita algunos de los principales actores del sector a ambas orillas.

Y es que durante este evento virtual se lograron 465 citas de negocio (frente a las 251 de la edición anterior) en las que participaron 12 países (frente a los 9 de 2019) con 70 compradores y 54 exportadores colombianos, generando unas expectativas de negocio por valor de US\$ 1.855.174, superando la meta establecida de US\$1.500.000. El año pasado se alcanzaron unas expectativas de US\$909.999.

La semana arrancó con las intervenciones del Viceministro de Turismo de Colombia, Julián Guerrero, Gloria Guevara, CEO del World Travel & Tourism Council, Zurab Pololikashvili, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo y Flavia Santoro, presidenta de ProColombia. Santoro destacó la relevancia de la industria para el país: “El Gobierno de Colombia define el turismo como el nuevo petróleo del país y

seguimos siendo optimistas sobre el futuro del sector. En ProColombia trabajamos para lograr este objetivo promoviendo al país como un destino seguro, confiable, sostenible y de alta calidad. Colombia es una historia de éxito y queremos que los europeos la conozcan y la disfruten. Estamos listos para darles la bienvenida nuevamente”.

En el debate sobre el futuro de la industria del turismo desde la perspectiva de los turoperadores participaron el CEO de The Travel Corporation y el Director Nacional de Reino Unido e Irlanda en Air Europa y Presidente de LATA, moderado la Managing Director de Hills Balfour, y se centró en el impacto de la pandemia en los consumidores europeos, así como en la la reapertura gradual de los vuelos internacionales en Colombia. Cabe resaltar que el país sigue avanzando en su estrategia de reactivación del turismo internacional con la reapertura de los vuelos internacionales. La apertura se está dando por fases, la primera inició el 21 de septiembre con 7 países y 4 ciudades con conectividad internacional, y la segunda durante el mes de octubre ya contempla la totalidad de aeropuertos internacionales y nuevos vuelos a países que continúan abriendo sus fronteras.



El panel sobre el segmento MICE contó con la participación de Esfera/MPI, Asoeventos y Maritz Global y se subrayó que Colombia figura en el top 30 de la industria de reuniones según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, siendo sede en los últimos años de importantes eventos como La Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, el Foro Económico Mundial, One Young World o la Cumbre Mundial de Premios Nobel de Paz. Asimismo, se resaltó el fuerte posicionamiento en esta industria de ciudades como Bogotá, Cali, Cartagena, Medellín o Pereira.

En la charla de ForwardKeys sobre los últimos datos de reserva de vuelos se pudo ver por ejemplo que Colombia ha sido de los destinos de Latinoamérica más buscados en países como España, Reino Unido, Francia, Italia o Portugal en septiembre de 2020.

El panel de conectividad aérea contó con representantes de Lufthansa, Air France-KLM, Turkish Airlines, Avianca, OPAIN y Aerocivil y fue moderado por Gilberto Salcedo, vicepresidente de turismo de ProColombia. En él se resaltó el gran esfuerzo en bioseguridad que está realizando el Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá, que incluso ha creado un laboratorio dentro del aeropuerto donde se realizan pruebas de anticuerpos, PCR y se está en proceso de homologación de una PCR rápida. Así como la importancia de generalizar el check-mig diligenciado previo para acortar tiempos. Las aerolíneas destacaron la importancia del país como destino y como hub para conectar la región, las buenas perspectivas del mercado que ha ido incrementando sus viajes de negocios, turismo, étnico o de congresos y en general el enorme potencial de Colombia en el mundo y con Europa en particular. Durante la semana también se tuvo la oportunidad de viajar virtualmente a destinos como Medellín, el Paisaje Cultural Cafetero, el departamento del Atlántico y la isla de San Andrés o profundizar en casos de éxito innovadores y sostenibles como el de la cerveza y whisky a base de quinoa o las clases de experiencia culinaria en Medellín. Así como el estudio de casos de éxito a través de la venta cruzada donde mostrar el destino a través del café y la panela, para finalizar con el gran espectáculo de salsa de Delirio.

Desde agosto 2018 a agosto 2020, 34 nuevas rutas llegaron a Colombia. Europa es una de las prioridades. El 20% de las llegadas al país vienen de este mercado que a febrero de este año contaba con 96 frecuencias y 26.500 sillas semanales disponibles.

Colombia está lista para recibir a los viajeros como siempre y sentirles como nunca promoviendo un turismo sostenible, bioseguro e inolvidable.

Para más información sobre el destino visite

www.colombia.travel

UN TURISMO PARA LOS PRÓXIMOS 100 AÑOS



Flavia Santoro, Presidenta de ProColombia.

Como país le apostamos a un turismo sostenible que proteja el medio ambiente, las comunidades y el patrimonio cultural, entre otros activos. En nuestra labor de promocionar esta industria a nivel internacional, buscamos atraer a un turista de alto nivel cuyos valores fomenten el desarrollo y la conservación de nuestros destinos.

“Turismo y desarrollo rural” es el lema seleccionado este año para celebrar esta importante fecha, un tema apropiado pues como resultado de la coyuntura, vemos cómo cada vez más para el turista es indispensable escoger un destino comprometido con proteger los ecosistemas, los recursos naturales, los bienes y las tradiciones culturales, así como generar el desarrollo social y económico de las comunidades.

Colombia desde hace un tiempo viene encaminando su política de turismo hacia la sostenibilidad, lo que se convierte ahora en un requisito indispensable para consolidar al sector. Es así como el Gobierno Nacional adelanta dos acciones claves, primero radicar ante el Congreso de la República la modificación de la Ley General de Turismo para sentar sus bases en la sostenibilidad y, segundo, desarrollar la Política de Turismo Sostenible.

Esta última responde a la necesidad de crear mecanismos de conservación, protección y aprovechamiento de los atractivos turísticos, además de fortalecer la formalización, la competitividad del sector y los actores de la cadena de valor en seis etapas: información, gobernanza, inversión e innovación, oferta, demanda responsable y posicionamiento.



Queremos ser un país vanguardista en la búsqueda de implementar prácticas turísticas responsables y por eso estamos liderando iniciativas en escenarios internacionales como ser miembros fundadores de la Coalición para el Futuro del Turismo (The Future of Tourism Coalition), creada por organizaciones internacionales como Green Destinations, Tourism Cares y The Travel Foundation.

Además, hacemos parte del Sustainability Council de Virtuoso, red internacional líder de agencias de viajes especializadas en el segmento de lujo. Somos uno de los pocos países de la región en este consejo en donde intercambiamos experiencias, conocimientos y buenas prácticas en sostenibilidad.

Nuestro compromiso también está en productos como sol y playa. El año pasado las playas de Jhonny Cay en San Andrés, Azul en La Boquilla (Cartagena), Bello Horizonte en Santa Marta y Magüipi en Buenaventura, obtuvieron la certificación internacional Blue Flag, lo que indica que cumplen con una serie de estrictos criterios ambientales, de seguridad y de accesibilidad, el cual es entregado por la Fundación de Educación Ambiental (FEE, por sus siglas en inglés).

Queremos motivar a más playas para que se certifiquen, por eso elaboramos un brochure que explica de manera fácil y con detalle cómo obtener este sello de alta calidad sostenible que pronto se encontrará en la página de Colombia.travel. Este trabajo lo hacemos junto con Acodal, la Asociación Colombiana de Ingeniería Sanitaria y Ambiental, ente certificador del sello Blue Flag en Colombia. Además, firmamos convenios con organizaciones como la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) con su programa “Riqueza Natural” para promover la conservación de la biodiversidad en el país y también con Parques Nacionales Naturales de Colombia con fines de conservación del patrimonio natural y cultural del país.

Todas estas iniciativas y proyectos también las ponemos al servicio y conocimiento de nuestros empresarios a través del Programa de Formación Exportadora en Turismo, en el que ya tenemos más de 18.500 asistentes. Con este proyecto los preparamos y capacitamos para que asuman estas responsabilidades que garanticen su oferta turística en el futuro.

Para el plan de reactivación de la industria, planteamos cuatro ejes fundamentales de acciones entre las que se encuentra focalizar la estrategia en promocionar un turismo sostenible y de alta calidad, además de facilitar el retorno de la conectividad aérea; brindar herramientas a los empresarios para prepararse ante las nuevas tendencias; y promover alianzas interinstitucionales e intrarregionales en Colombia y en Latinoamérica.

Es así como de cara al futuro tenemos una labor grandiosa de convertirnos en un ejemplo mundial. Me gusta citar a Costas Christ, experto en turismo sostenible a nivel internacional, quien dijo: “Colombia no es un seguidor, es un líder”, al referirse a que muy pocos países tienen una política de sostenibilidad en turismo, y esto, sumado a nuestro potencial como país megadiverso, con una gran herencia cultural y la calidez de nuestra gente, nos convierten en un destino competitivo y a la cabeza en la tarea de fomentar un turismo responsable a nivel global.

Queremos un turismo de calidad, que genere ingresos, que se lleve a cabo de manera adecuada, y que sea amigable para los destinos y las comunidades. Queremos un turismo para los próximos 100 años.



NOS VAMOS DE VIAJE JAPÓN



Oficina Nacional de Turismo de Japón

La Oficina Nacional de Turismo de Japón (JNTO) promociona su destino a través del lema “Enjoy My Japan”, en el que se invita a los viajeros a que conozcan el país a través de “7 pasiones”. Estas pasiones son: arte, tradición, ciudad, gastronomía, naturaleza, aire libre y relax. Todas ellas son experiencias únicas que permiten conocer un Japón diferente, tanto para aquellas personas que viajen por primera vez como para los viajeros más experimentados”. En la web oficial de Enjoy My Japan, los usuarios podrán contestar a un pequeño cuestionario que a su vez generará un vídeo personalizado mostrando las experiencias en Japón que más se ajustan a sus preferencias.

[Abrir vídeo en](#)





Volamos por y para el mundo

En Iberia trabajamos cada día para llevarte alrededor del mundo, pero también para cuidar de él. Por eso renovamos nuestra flota con modelos más silenciosos y eficientes, y ponemos en marcha proyectos que buscan la sostenibilidad del entorno.

Hoy volamos pensando en el mañana.





CONVERSANDO CON BALEÀRIA

1

Baleària empresa fundada en 1998 se ha convertido en líder del transporte marítimo de pasajeros y carga. ¿Podría explicar la evolución de esta trayectoria en cifras y rutas?

Cuando empezamos hace más de 20 años solo cubríamos las rutas desde Ibiza a Palma, Dénia y Formentera, y ahora tenemos 23 líneas operadas por 30 buques en cinco países. Nos hemos convertido en la naviera líder en el transporte de pasajeros, vehículos y mercancías en las Baleares, donde nació nuestra empresa. Pero también operamos en Ceuta (desde 2006) y en Melilla (desde 2016). En cuanto a las rutas internacionales, la primera fue Tánger-Algeciras (2003), pero la que marcó la etapa de la internacionalización fue la apertura de nuestra filial Baleària Caribbean, que opera entre los Estados Unidos y Bahamas. En los últimos años hemos abierto una segunda ruta con Marruecos y otra con Argelia. En cuanto a nuestra aportación a la sociedad, nos definimos como una empresa ciudadana y responsable, que ha asumido la Agenda 2030 de las Naciones Unidas como la hoja de ruta que guía nuestra actividad en los ámbitos de la sostenibilidad económica, social y ambiental. La dimensión de la compañía se puede ver en las cifras del año pasado, en que transportamos más de 4 millones de pasajeros y 6 millones de metros lineales de carga y facturamos 452 millones de euros.

Jorge Raheb Vidal, Responsable de Estrategia de Ventas





CONVERSANDO CON BALEÀRIA

2 **Hablando de rutas, ¿cuáles son las que ofrecen en la actualidad y hasta que fecha del año serán operativas?**

La situación actual de nuestras rutas está condicionada por la pandemia sanitaria, que nos ha afectado gravemente como a todo el sector turístico y a la sociedad en general. Durante el estado de alarma, seguimos operando en todas las rutas (excepto la de Argelia) transportando mercancías, y asumiendo así nuestro compromiso social de garantizar el suministro de bienes de primera necesidad, a pesar de que la situación era complicada. Cuando se levantaron las restricciones a la movilidad empezamos a operar de nuevo con pasajeros en todas las rutas nacionales, y seguiremos haciéndolo en los próximos meses adaptando los horarios y frecuencias en temporada baja. Sin embargo, las rutas internacionales no han podido recuperar la normalidad, debido al cierre de fronteras de Marruecos, Argelia y Bahamas.

3 **Baleària está muy implicada con la sostenibilidad y la implantación del gas natural en sus barcos, ¿nos puede explicar su planificación al respecto?**

Somos una naviera pionera a nivel mundial en el uso de gas natural; el año pasado fuimos los primeros en navegar en buques de nuestra clase en el Mediterráneo, el Estrecho y las Canarias con esta energía más limpia y respetuosa. En Baleària estamos convencidos que el compromiso con el medio ambiente es del todo compatible con la competitividad de la empresa, y por eso tenemos en marcha un plan inversor de 380 millones de euros para una flota de 9 barcos a gas natural, que tenemos prevista completar en 2021. En estos momentos disponemos de dos buques de nueva construcción y cuatro con motores adaptados para que puedan ir propulsados a gas, a los que se sumarán otras dos remotorizaciones y el primer fast ferry del mundo propulsado por motores internos a gas natural. Respecto a la sostenibilidad, tenemos otros proyectos menores, vinculados a recogida selectiva de residuos, a economía circular (construyendo el mobiliario exterior de algunos barcos con plástico reciclado equivalente al recogido a bordo), utensilios de un solo uso biodegradables en los bares de a bordo, o el uso de energías alternativas.



CONVERSANDO CON BALEÀRIA

4

Ante la situación derivada por las consecuencias del Covid-19, ¿cuáles son las medidas que ha implantado la compañía para garantizar la seguridad en sus barcos?

Desde el inicio de la pandemia, la prioridad de Baleària ha sido garantizar la seguridad sanitaria en todos sus buques e instalaciones, preservando la salud de los clientes y empleados, por eso hemos llevado a cabo distintas acciones. Una de las más relevantes ha sido reducir la capacidad de todos nuestros barcos para poder facilitar en la medida de lo posible la distancia social, a pesar de que la normativa no señala ninguna restricción de plazas en los medios de transporte, así como tomar la temperatura a los pasajeros antes de embarcar. También hemos priorizado las tarjetas de embarque digitales, para evitar aglomeraciones en las taquillas, y en el caso de las rutas con Baleares hemos sido la primera naviera en enviarlas a través de WhatsApp. Además, se realizan limpiezas constantes con productos viricidas certificados para la desinfección del Covid-19, y en algunas zonas comunes se han instalado mamparas de separación. Según la normativa vigente el uso de mascarilla es obligatorio en el transporte público, y así lo vamos recordando mediante megafonía y cartelería. Quiero destacar que para garantizar la seguridad es necesaria la colaboración de todos, y estamos agradecidos de que los pasajeros cumplan las normas implantadas, que nos benefician a todos. Gracias a estos protocolos, Baleària ha sido la primera naviera del mundo en obtener la etiqueta Global Safe Site en el máximo grado (Excellence)

por la certificadora internacional Bureau Veritas. Ha validado nuestros procedimientos, con la garantía añadida de analizar periódicamente la posible presencia del virus, sin que se haya detectado en ninguno de los buques por el momento.

5

Cuáles son los canales de venta principales de Baleària? Importancia del papel de las agencias de viajes. ¿Cómo creen que, en la medida de sus posibilidades, podrían contribuir a su recuperación?

En Baleària apostamos por todos nuestros canales para potenciar las ventas, aunque los clientes se decantan por un canal de compra u otro dependiendo de las rutas. Respecto al canal online, a finales de 2019 lanzamos la nueva web, que se adapta a todos los dispositivos para obtener una correcta visualización. Hemos mejorado la usabilidad, el proceso de reserva de billetes y la búsqueda de información, contribuyendo así a un mayor crecimiento. En cuanto a las agencias de viajes, las consideramos un miembro más de nuestro equipo comercial, forman parte de nuestra fuerza de ventas. Desde el inicio de la crisis sanitaria, reforzamos nuestro equipo de soporte para las agencias de viajes, ubicándolas en el centro, al igual que hemos hecho con el cliente final. Seguimos trabajando en el portal de agencias para mejorar los flujos de información, el diseño de ofertas especiales y la formación de los agentes de viajes, sin olvidarnos en la fidelización del canal, punto clave para contribuir a su recuperación



CONVERSANDO CON BALEÀRIA



6

Valoración del verano 2020 y Planificación de la compañía para el 2021.

Ha habido una demanda considerable para el destino Baleares, donde hemos ofrecido unas frecuencias muy similares a la temporada anterior, y donde se ha concentrado prácticamente el 80% de nuestro tráfico en julio y agosto. En el caso de la ruta con Canarias, creada hace menos de dos años, el crecimiento ha sido positivo. En esta ruta hemos posicionado uno de nuestros smart ships y hemos ajustado la programación a dos rotaciones por semana. En el tráfico internacional, el cierre de fronteras de Marruecos, Argelia y Bahamas, nos ha afectado considerablemente; además, la cancelación de la Operación Paso del Estrecho también ha repercutido la demanda de las rutas de Ceuta y Melilla. La temporada de invierno la planteamos con cautela, pero con la intención de dar el mejor servicio posible que permitan las circunstancias, como llevamos haciendo siempre.

7

En cuanto a servicios a bordo, ¿se ha implantado alguna novedad?

Las principales novedades se centran en los servicios digitales y las mascotas. Así, hemos seguido convirtiendo algunos de nuestros barcos en smart ships, que ofrecen una experiencia tecnológica completa a nuestros pasajeros. Estos barcos inteligentes ofrecen servicios como acceso a bordo y a las acomodaciones mediante código QR; una plataforma de entretenimiento online gratuita donde los pasajeros pueden ver series, películas o juegos; acceso a Internet y cobertura de WhatsApp durante toda la travesía para mensaje de texto, y en algunos buques, videovigilancia de las mascotas. Es decir, tenemos webcams en algunas jaulas para que los clientes que viajan con su mascota puedan ver en todo momento cómo está a través de su móvil. Y es que este target, el de pasajeros con animales de compañía, tiene mucho interés para nosotros. El año pasado viajaron 57.000 perros a bordo, y estamos dando respuesta a una demanda existente implantando en diez de nuestros barcos los camarotes adaptados para viajar junto con los animales. Es un servicio muy demandado y que está teniendo mucho éxito.





COLOMBIA 

BAILA Y VIVE LAS EXPRESIONES CULTURALES DE NUESTRAS CIUDADES



COLOMBIA.TRAVEL



HOY DESCANSAMOS EN...

PALLADIUM
HOTEL GROUP



[Abrir vídeo en](#) 

Palladium Hotel Group nace a finales de los 60 en Ibiza con la intención de acercar el paraíso a los viajeros y ofrecerles experiencias increíbles. Hoy en día, cuenta con 50 hoteles ubicados en los destinos de España, México, República Dominicana, Jamaica, Italia y Brasil. Con el fin de personalizar la experiencia de nuestros clientes, Palladium Hotel Group opera bajo distintas marcas y submarcas.

De Ibiza al mundo entero: We Have It All.



SE CONVIERTE EN LA PRIMERA AEROLÍNEA DEL MUNDO EN OPERAR LA TECNOLOGÍA HONEYWELL DE LIMPIEZA DE CABINA POR RAYOS ULTRAVIOLETA

Qatar Airways se convierte en la primera aerolínea del mundo en operar el sistema de cabina de Honeywell de rayos ultravioleta (UV), avanzando aún más en sus medidas de higiene a bordo. En pruebas clínicas, se ha demostrado que la luz UV es capaz de inactivar varios virus y bacterias cuando se aplica correctamente. De un tamaño aproximado al de un carrito de bebidas, el sistema de cabina Honeywell, operado por los Servicios de Aviación de Qatar (QAS), tiene brazos UV extensibles que tratan los asientos, las superficies y las cabinas de los aviones sin utilizar productos químicos de limpieza.

Habiendo recibido ya seis de los sistemas de cabina UV Honeywell, los dispositivos han sido sometidos a exhaustivas pruebas a bordo de los aviones de Qatar Airways, antes de entrar en servicio. La aerolínea tiene previsto adquirir unidades adicionales en un futuro próximo, para poder operarlas a bordo de todos los aviones durante el tiempo que pasan en el Aeropuerto Internacional de Hamad (HIA).

[Abrir vídeo en](#)



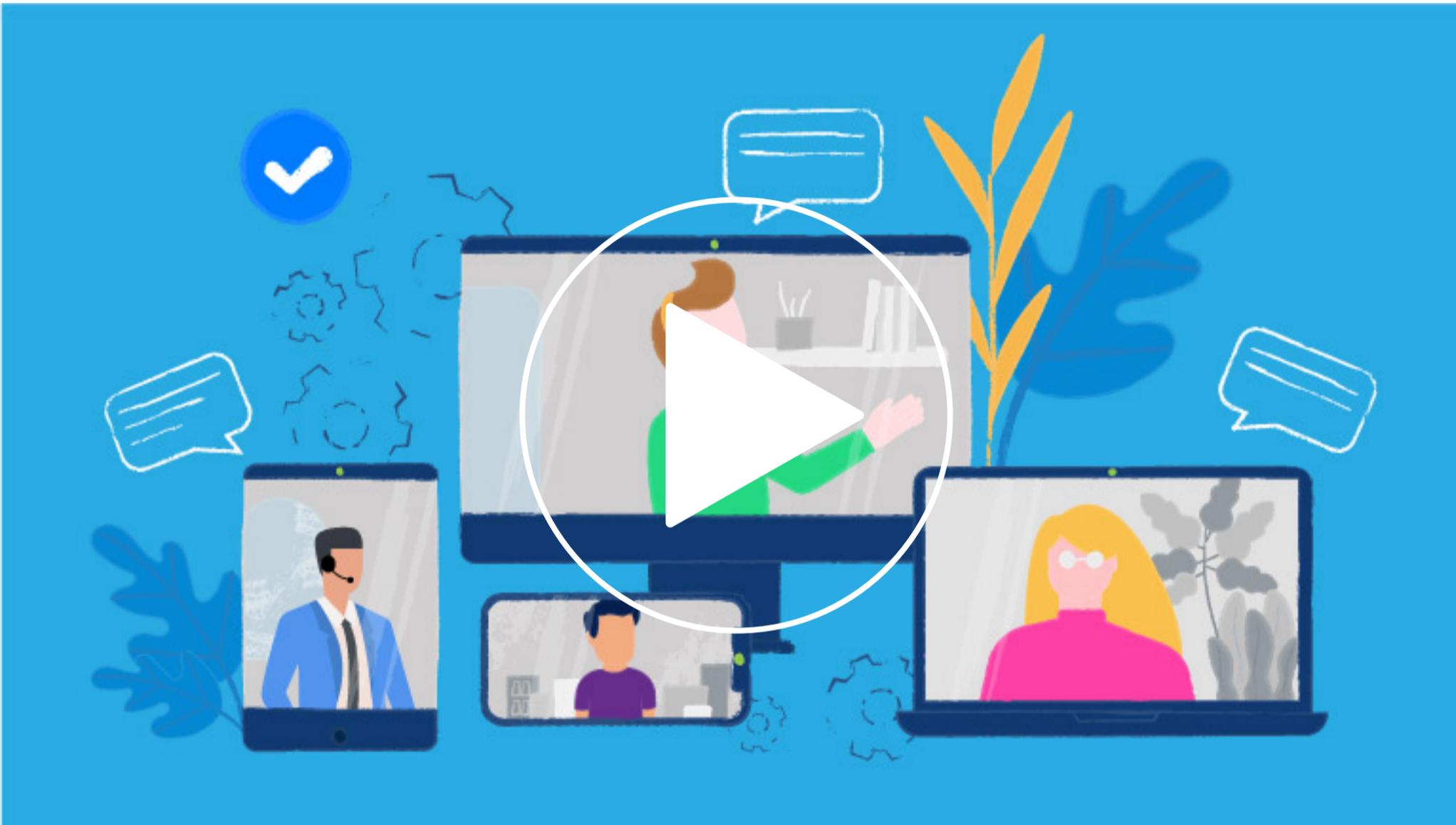
Los aviones de Qatar Airways seguirán siendo desinfectados periódicamente con productos de limpieza recomendados por la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) y la Organización Mundial de la Salud (OMS). El Sistema de Cabina UV de Honeywell se utilizará como un elemento adicional tras la desinfección manual, para asegurar los más altos estándares de limpieza. Además, los aviones cuentan con los sistemas de filtración de aire más avanzados, equipados con filtros HEPA de tamaño industrial que eliminan el 99,97% de los contaminantes virales y bacterianos del aire circulante, proporcionando la protección más eficaz contra las infecciones.

Desde el comienzo de la crisis de la COVID-19, la aerolínea también ha aplicado otras medidas adicionales sanitarias y de seguridad a bordo de sus vuelos. Todos los pasajeros reciben una pantalla de protección facial además de una bolsa con materiales de protección de cortesía, que incluye: mascarilla facial de un solo uso, guantes desechables sin talco y gel desinfectante. Los pasajeros de Clase

Business también reciben un frasco adicional de gel desinfectante de 75ml. En cuanto a la tripulación de cabina, esta cuenta con una bata protectora desechable, que se coloca sobre sus uniformes, además de gafas de seguridad, guantes y una mascarilla.

Además, las comidas en Clase Business se sirven cubiertas en una bandeja en lugar de en la mesa, y se ofrece a los pasajeros un servicio de cubiertos hermético como alternativa al servicio de cubiertos individuales, en un esfuerzo por minimizar el contacto entre la tripulación y los pasajeros. Qatar Airways también ha introducido cartas de menú de un solo uso y toallitas húmedas selladas. Las comidas y los cubiertos de la Clase Turista se sirven sellados como de costumbre, y las cartas de menú se han suspendido temporalmente. Todas las áreas sociales a bordo del avión han sido cerradas adhiriéndose a las medidas de distanciamiento social.

Durante estos tiempos sin precedentes, para Qatar Airways la salud y seguridad de la tripulación y los pasajeros sigue siendo la prioridad.





Sumérgete en el placer de disfrutar la vida, a tu manera.

Da rienda suelta a tus deseos más sofisticados en **TRS Hotels**. Servicios personalizados, Zentropia Palladium Spa & Wellness, restaurantes internacionales a la carta, mayordomo, impresionantes piscinas y Chic Cabaret & Restaurant te esperan en tus vacaciones de lujo en el Caribe, solo para adultos.

Con Infinite Indulgence[®], todo está incluido.



TRS
HOTELS

RESERVE EN [TRSHOTELS.COM](https://www.trshotels.com) O LLAME AL TELÉFONO +34 971 926 486

TRS Hotels también en PUNTA CANA, CAP CANA (REPÚBLICA DOMINICANA), RIVIERA MAYA y COSTA MUJERES, CANCÚN (MÉXICO).