

## VIAJANDO SEGUROS

Edición primavera 2022



### SALUDO DEL PRESIDENTE DE CEAV

Estimados agentes de viajes, colaboradores y amigos: Os presento una vez más el nuevo número de la revista Mundo Inédito.



### ENTREVISTA A DANIEL SOLANA

Director de BASQUETOURL.



### DE VISITA EN WOW, EL NUEVO DISTRITO CULTURAL DE OPORTO

CEAV organizó el pasado día 5 de mayo un viaje de prospección a Oporto invitados por WOW.



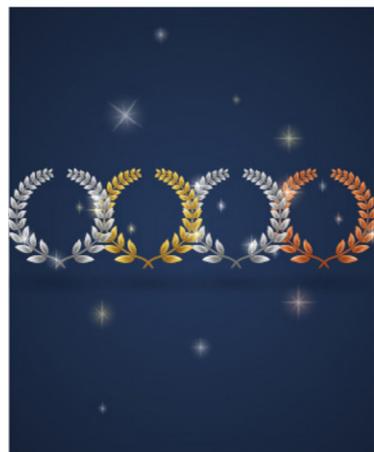
### ENTREVISTA A ULRIKE BONET

Hemos hablado con la directora que lleva más de diez años al frente del mercado ibérico de la Oficina Nacional de Turismo en Alemania.



### ENTREVISTA A KRISTINA BAGATELIYA

Hemos charlado con la Regional Manager de Turismo de Qatar.



### CEAV PARTNERS

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



### AGENDA CEAV

Las últimas citas de CEAV ProTour 2022 con nuestros workshops presenciales en Bilbao y Valladolid.



### LAS ASOCIACIONES NOS INFORMAN

Entrevistamos a Jesús Ángel Herrera, presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de La Rioja.



### HOY DESCANSAMOS EN...

Paradores Nacionales.



### ENTREVISTA A JUANFRAN TRASMONTE

El CEO de LWT (Low World Travel) nos habla sobre CDV.



### NOS VAMOS DE VIAJE

Valencia es Capital Europea del Turismo Inteligente 2022 por su modelo de turismo sostenible.



### NOTICIAS JAPÓN COMIENZA A ABRIR SUS FRONTERAS A LOS TURISTAS ESPAÑOLES

Síguenos en:

Si deseas que te avisemos por mail cuando salgan nuevos números, escribe a [ceav@ceav.info](mailto:ceav@ceav.info) con el asunto "Suscríbime 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.

Tel. 91 838 85 36  
[ceav@ceav.info](mailto:ceav@ceav.info)

Dirección Comercial y contenidos: Cristina Bou, [cristinabou@ceav.info](mailto:cristinabou@ceav.info)  
 Edición gráfica y dirección de arte: [Planilandia.com](http://Planilandia.com)



CEAV NEWS

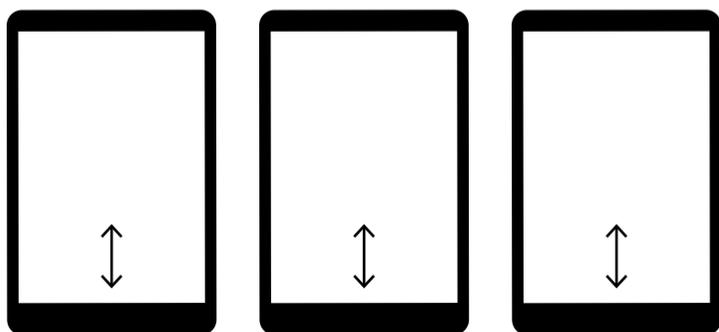
# MUNDO IMEDILO INSTRUCCIONES

PARA DISFRUTAR EN LA APLICACIÓN SIN PROBLEMAS

ESTE MAGAZINE SE LEE EN VERTICAL



## NAVEGACIÓN POR LA APP



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

## INTERACTIVIDAD DENTRO DE LA APP



Pulsa para ver contenido



Pulsa para volver al menú



Arrastra para pasar página



Pulsa para ver vídeo



Pulsa para detener vídeo



# SALUDO DEL PRESIDENTE DE CEAV



**E**stimados agentes de viajes, colaboradores y amigos:

Os presento un nuevo número de la revista Mundo Inédito, que recoge la actividad de CEAV durante estos últimos tiempos. Y ahora que llevamos ya unos meses en 2022, me gustaría hacer un balance.

Creo que no me equivoco si digo que todos pensábamos que el final de 2021 y el comienzo de 2022 iban a ser algo menos negativos. Sin embargo, la llegada de la variante ómicron, con su capacidad de contagio, volvió a dar al traste con nuestras previsiones. Además, la guerra en Ucrania, que CEAV condena de forma contundente, deja, además de millones de vidas destrozadas, una incertidumbre económica que sin duda afectará al sector.

En cualquier caso, aunque todos sabemos que la situación continúa siendo complicada, y que hemos cerrado el año con una caída de la facturación del 50% con respecto a 2019, las perspectivas son esperanzadoras.



Desde CEAV, este año seguimos trabajando en favor de la unidad del sector y de la defensa de las agencias de viajes, para lo que hemos planificado un 2022 con una intensa actividad formativa y comercial. Así, desde CEAV hemos lanzado el proyecto CEAV Profesional Tour 2022, una iniciativa con siete workshops presenciales en España y Portugal con agencias de viajes, destinos y empresas del sector, apoyados por una plataforma online que ofrecerá una mayor visibilidad y difusión a todos los eventos. La gira comenzó en Madrid 3 de marzo y ha continuado en la Comunidad Valenciana, Málaga y Lisboa. Después del verano nos veremos en Bilbao y Valladolid. Con este nuevo proyecto, en CEAV apostamos por la vuelta a la presencialidad, pero sin dejar de lado todas las ventajas que ofrece el apoyo digital.

Asimismo, seguimos llevando a cabo nuestras acciones de formación online: hemos concluido los CEAV Travel Learning Japón, fruto del acuerdo con la Oficina Nacional de Turismo de Japón; hemos renovado nuestra colaboración con Saborea España, por lo que continuaremos convirtiendo a nuestros agentes de viajes en expertos gastronómicos; y, gracias a un acuerdo firmado con Qatar Airways y Turismo de Qatar, estamos realizando diversas actividades formativas sobre este destino. Además, tenemos previstas diferentes acciones con la Oficina Nacional de Turismo de Alemania y Basquetour. Y no hemos cejado en nuestro empeño de trasladar a las administraciones y a los organismos oficiales nuestras reivindicaciones a través de reuniones y encuentros.

## SALUDO DEL PRESIDENTE DE CEAV

Por supuesto, me gustaría dar las gracias a nuestras 28 asociaciones por su apoyo y su trabajo; y dar la bienvenida a la Asociación de Agencias de Viajes de La Rioja, que se ha sumado recientemente a nosotros. Extiendo este agradecimiento a nuestros miembros adheridos, que a partir de ahora llamaremos partners, ya que consideramos que ese término se adapta mejor al momento actual. Muchas gracias por su fidelidad. Esperemos que este año que acaba de comenzar nos traiga buenas noticias y que la recuperación continúe avanzando con ritmo para establecerse cuanto antes en nuestras vidas.

**Carlos Garrido**



# NOTICIAS CEAV

Por primera vez en casi dos años y medio, Japón volverá a recibir a turistas internacionales. Será solo la primera fase de apertura, por lo que si todo va bien, poco a poco el destino irá relajando aún más las condiciones, hasta volver a la situación anterior a la pandemia. Te envió la nota de prensa del anuncio, así como la calificación de países en función de su riesgo.

El primer ministro de Japón ha anunciado que, a partir del 10 de junio, reabrirá fronteras de nuevo para el turismo internacional, solo para viajes combinados acompañados por un guía profesional. Los detalles más concretos se irán conociendo e iremos informando en lo sucesivo.

1) A partir del 10 de junio, Japón comenzará a admitir a los viajes en grupos que estén acompañados de guías profesionales y que haya una agencia de viaje que esté a cargo de la responsabilidad de dicho grupo.

- Estos grupos estarán limitados a aquellos procedentes de países que estén en el listado “azul” (países con baja incidencia del COVID y con una alta tasa de vacunación). España está en esta lista, por lo que los viajeros tendrán solo tendrán que llevar y presentar el resultado de una prueba PCR negativa realizada 72 horas antes del inicio del viaje a Japón. No será necesario realizar ninguna otra prueba a la llegada al aeropuerto en Japón ni otras medidas de cuarentena, aunque habrá que cumplir con los trámites y presentación de documentos que se indiquen en inmigración.

- Todos los viajeros del grupo deberán cumplir escrupulosamente las medidas sanitarias vigentes tales como llevar mascarilla o la higiene de manos, así como otras que figuren en las directrices para este tipo de viajes.

## JAPÓN COMIENZA A ABRIR SUS FRONTERAS A LOS TURISTAS ESPAÑOLES



2) Sobre los aeropuertos de entrada para turistas extranjeros.

Además de los 5 aeropuertos internacionales de Japón, Haneda (HND), Narita (NRT), Kansai (KIX), Chubu (NGO), Fukuoka (FUK), los aeropuertos de Shin-Chitose (CTS) y Naha (OKA) también recibirán vuelos internacionales a lo largo del mes de junio.

Desde CEAV acogemos la noticia con enorme satisfacción, ya que Japón es un colaborador habitual de la confederación.





## JAPÓN COMIENZA A ABRIR SUS FRONTERAS A LOS TURISTAS ESPAÑOLES

El gobierno japonés y la Oficina Nacional de Turismo de Japón (JNTO) acaban de anunciar que, en una primera fase de apertura al turismo, a partir del próximo viernes 10 de junio, el país volverá a recibir a turistas internacionales que podrán acceder al destino mediante tours combinados y en compañía de guías profesionales. En el caso concreto de España, todos los visitantes que ingresen a Japón, estén o no vacunados, no tendrán que realizar cuarentena en el destino.

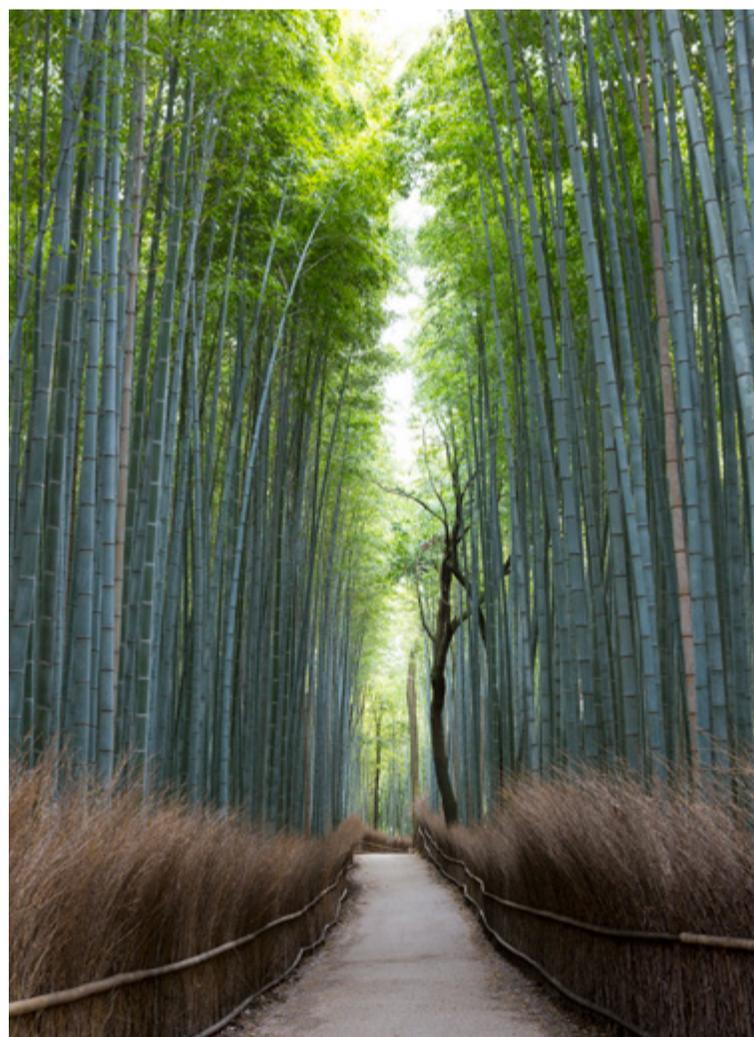
El gobierno de Japón, continuando con su política de flexibilización de las medidas relacionadas con los controles fronterizos, acaba de anunciar que, desde el 10 de junio, los turistas internacionales podrán volver a entrar en el país mediante viajes combinados y en compañía de guías turísticos. Un importante paso para reactivar el turismo receptivo de uno de los destinos más anhelados por los viajeros, que, en el caso de los españoles, podrán volver a acceder al país mediante una prueba PCR negativa realizada 72 horas del inicio del viaje y cumpliendo las normas básicas de prevención obligatorias como el uso de la mascarilla, la higienización de las manos y evitar lugares y espacios concurridos.

Tras el anuncio del gobierno japonés sobre la reanudación de los viajes turísticos tras una pausa de dos años, Hiroshi Yamashita, director ejecutivo de la Oficina Nacional de Turismo de Japón (JNTO) en España, ha afirmado que “A pesar de la pandemia, hemos trabajado con muchas personas dentro del sector del turismo receptivo para avanzar en su recuperación y daremos la bienvenida al regreso de los turistas internacionales a Japón como primer paso para alcanzarla”. Hiroshi también ha declarado: “estoy seguro de que los viajeros han anhelado durante mucho tiempo regresar a Japón



y nosotros también les hemos echado mucho de menos. Nos sentimos muy felices de poder darles la bienvenida de nuevo a los turistas de España.

JNTO ha estado trabajando de forma muy estrecha con los gobiernos regionales y con las oficinas de promoción turística de Japón, así como con las agencias de viajes nacionales y extranjeras, las aerolíneas y otras entidades para prepararse para esta reanudación de los viajes. Además, se prevé la futura organización en Japón de importantes eventos internacionales como el Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en diciembre de 2022, así como la Cumbre Mundial de Viajes de Aventura (ATWS) en 2023, y la Expo 2025, que tendrá lugar en Osaka.





# NOTICIAS CEAV

## JAPÓN COMIENZA A ABRIR SUS FRONTERAS A LOS TURISTAS ESPAÑOLES

### CLASIFICACIÓN DE PAÍSES EN FUNCIÓN DE SU RIESGO

(a partir del 1 de junio de 2022)

	Asia Pacífico	América del Norte	Centroamérica y Sudamérica	Europa	Oriente Medio y África
<b>Rojo (4)</b>	Pakistán, Islas Fiji			Albania	Sierra Leona
<b>Amarillo (99)</b>	India, Corea del Norte, Kiribati, Islas Cook, Samoa, Sri Lanka, Islas Salomón, Tuvalu, Tonga, Nauru, Niue, Nepal, Vanuatu, Bután, Brunéi, Vietnam, Islas Marshall, Macao, Micronesia, Maldivas.		Antigua y Barbuda, Uruguay, Guyana, Cuba, Granada, Surinam, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía, Dominica, Trinidad y Tobago, Nicaragua, Haití, Bahamas, Barbados, Venezuela, Belice, Perú, Honduras.	Andorra, Ucrania, Uzbekistán, Kazajistán, Macedonia del Norte, Chipre, Kosovo, San Marino, Georgia, Tayikistán, Turkmenistán, Estado de la Ciudad del Vaticano, Bielorrusia, Portugal, Malta, Moldavia, Liechtenstein.	Angola, Yemen, Egipto, Eswatini, Eritrea, Omán, Cabo Verde, Gabón, Gambia, Guinea, Guinea-Bissau, Kuwait, Comoras, República del Congo, República Democrática del Congo, Arabia Saudí, Santo Tomé y Príncipe, Siria, Zimbabue, Sudán, Seychelles, Guinea Ecuatorial, Senegal, Somalia, Chad, República Centroafricana, Túnez, Togo, Turquía, Namibia, Sáhara Occidental, Niger, Palestina, Burkina Faso, Burundi, Botsuana, Malí, Mauricio, Mauritania, Libia, Liberia, Lesoto, Líbano.
<b>Azul (98)</b>	Indonesia, Australia, Corea del Sur, Camboya, Singapur, Tailandia, Taiwán, China, Nueva Zelanda, Papúa Nueva Guinea, Palau, Bangladesh, Timor Oriental, Filipinas, Hong Kong, Malasia, Myanmar, Mongolia y Laos.	Canadá, Estados Unidos.	Argentina, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Costa Rica, Colombia, Jamaica, Chile, República Dominicana, Panamá, Paraguay, Brasil, Bolivia y México.	Islandia, Irlanda, Azerbaiyán, Armenia, Italia, Reino Unido, Estonia, Austria, Países Bajos, Grecia, Kirguistán, Croacia, Suiza, Suecia, España, Eslovaquia, Eslovenia, Serbia, República Checa, Dinamarca, Alemania, Noruega, Hungría, Finlandia, Francia, Bulgaria, Bélgica, Polonia, Bosnia y Herzegovina, Mónaco, Montenegro, Letonia, Lituania, Rumanía, Luxemburgo, Rusia.	Afganistán, Emiratos Árabes Unidos, Argelia, Israel, Irak, Irán, Uganda, Etiopía, Ghana, Qatar, Camerún, Kenia, Costa de Marfil, Zambia, Yibuti, Tanzania, Nigeria, Bahrein, Benín, Madagascar, Malawi, Sudáfrica, Sudán, Mozambique, Marruecos, Jordania y Ruanda.

※En verde, los países del G20.

El archipiélago de Japón, formado por más de 7.000 islas que se extienden a lo largo de 3.000 kilómetros de norte a sur, está considerado como uno de los países verdes por excelencia gracias a la concentración de bosques que ocupan alrededor del 70% de su superficie. Ahora es posible volver a disfrutar de su hermosa naturaleza, de su gastronomía diversa, de espectaculares megalópolis como Tokio y de su cultura tradicional, única en el mundo y con una historia de más de 2.000 años de antigüedad.

Clasificación (de los países de procedencia del viajero)	Certificados de vacunación (¿el viajero lleva certificado de vacunación?)	Prueba PCR (realizada 72 horas antes del inicio del viaje)	Prueba PCR (llegada al aeropuerto de destino en Japón)	Período de cuarentena y otras medidas después de entrar en Japón
Países o regiones en el listado "Rojo"	No	Obligatorio	Obligatorio	3 días de cuarentena en un centro específico indicado por el responsable del centro de cuarentena y presentar un test negativo (de la prueba PCR) en dicho centro.
	Sí			3 días de cuarentena en el domicilio de residencia y presentar un test negativo realizado de manera voluntaria y 7 días adicionales de cuarentena en el domicilio sin necesidad de presentar test.
Países o regiones en el listado "Amarillo"	No	Obligatorio	Obligatorio	No será necesario realizar cuarentena en el domicilio de residencia ni otras medidas adicionales (excepto las normas básicas de prevención obligatorias e indicadas en los diferentes lugares tales como llevar mascarilla o la higiene de manos).
	Sí		No obligatorio	
Países o regiones en el listado "Azul"	No	Obligatorio	No obligatorio	
	Sí		No obligatorio	

La página web de JNTO será actualizada permanentemente con todas las novedades sobre las últimas modalidades de turismo receptivo, incluyendo los viajes de lujo, turismo sostenible y viajes de aventura.

Información referente a las medidas:

[Medidas fronterizas para prevenir los contagios de COVID-19 \(Ministerio de Asuntos Exteriores de Japón\)](#)

[COVID-19: Medidas y restricciones actuales de las fronteras de Japón \(Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón\)](#)

[COVID-19: Información práctica para viajar a Japón \(JNTO\)](#)

\*Noticia facilitada y enviada por JNTO Madrid en fecha viernes 27 de mayo 2022.



# NOTICIAS CEAV

CEAV ha estado presente en FITUR 2022, que ha tenido lugar en Madrid del 19 al 23 de enero, con su espacio b2b CEAV para la celebración de reuniones de negocio entre los agentes de viajes y los proveedores de la industria turística presentes en la feria. En nuestro stand hemos ofrecido información sobre la confederación y ha servido como lugar de encuentro para nuestras asociaciones.

CEAV comenzó la feria celebrando su tradicional Welcome to Fitur, en el que, de la mano de sus asociaciones y partners, hizo un repaso de todas las acciones llevadas a cabo en 2021 y presentó las actividades previstas para 2022. Aunque la formación será uno de los pilares esenciales de este año, CEAV también pretende volver a los eventos presenciales con una serie de workshops entre agencias de viajes y empresas turísticas en Madrid, Lisboa, Málaga, Bilbao y Comunidad Valenciana.

Además, durante la feria la confederación ha materializado diversos acuerdos de colaboración. El primero de ellos, con la Oficina de Turismo de Qatar y el apoyo de Qatar Airways, encaminado a promocionar y promover el destino Doha entre los agentes de viajes de toda España.

Asimismo, la confederación ha firmado otro acuerdo con el Grupo Mexicano de Asociaciones de Agencias de Viajes y Empresas con el objetivo de fortalecer los lazos existentes entre las agencias de viajes de ambos países y aumentar la colaboración; y un manifiesto con la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros en España (CLIA), en el que se comprometen a apoyarse mutuamente, así como a llevar a cabo acciones que ayuden a fortalecer tanto a la industria de cruceros como al sector de las agencias de viajes.

## UN AÑO MÁS, CEAV ESTÁ PRESENTE EN FITUR





## UN AÑO MÁS, CEAV ESTÁ PRESENTE EN FITUR

Para finalizar, la confederación y Saborea España han renovado su colaboración con el objetivo de crear expertos agentes de viajes en rutas gastronómicas de nuestro país. Así, durante el primer trimestre del año ambas entidades están organizando acciones comerciales y formativas de manera conjunta. Durante estos días, CEAV ha tenido además presencia en diversos foros y ha llevado a cabo multitud de reuniones.



Por último, CEAV recogió el Premio de Renfe Especial Resiliencia y Reactivación del Sector Turístico en representación de todas las agencias de viajes españolas por su resiliencia y reactivación del sector turístico y todo el esfuerzo llevado a cabo por el sector durante la pandemia.





# NOTICIAS CEAV

## CEAV ORGANIZA EL CEAV PROTOUR 2022

CEAV lanzó a principios de año el proyecto CEAV Profesional Tour 2022, una iniciativa con siete workshops presenciales en España y Portugal con agencias de viajes, destinos y empresas del sector, apoyados por una plataforma online ([ceavprotour.com](https://ceavprotour.com)) que ofrece una mayor visibilidad y difusión a todos los eventos. La gira comenzó el 3 de marzo en Madrid y continuó en la Comunidad Valenciana los días 6 y 7 de abril, Málaga (21 de abril), Lisboa (4 de mayo). Después del verano culminará en Bilbao y Valladolid.



Más de 100 agencias de viajes se reunieron en Madrid con 50 expositores del sector turístico (aseguradoras, cadenas hoteleras, compañías aéreas y de cruceros, destinos nacionales e internacionales, etc.). Al acto acudió Almudena Maillo, concejala del Área de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, que agradeció a CEAV todo el trabajo realizado durante la pandemia en favor de la recuperación del sector y valoró la iniciativa de “volver a encontrarnos cara a cara”.

Por su parte, Carlos Garrido, presidente de CEAV, hizo hincapié en lo novedoso del proyecto CEAV ProTour, “en el que tienen cabida todos los profesionales del sector. Se trata de una apuesta firme por el networking presencial, pero sin perder todas las posibilidades que nos ofrece el medio online”.



En los workshops de Castellón, Valencia y Alicante, CEAV reunió a más de 400 profesionales del sector en las sesiones de trabajo. En Valencia, se celebró además el VI Foro Fly Valencia Meeting, un encuentro organizado por CEAV, AEVAV y Visit Valencia en el que la empresa Forwardkeys facilitó datos y tendencias turísticas, y La Palma y Polonia, destinos que viven momentos complicados, dieron su visión de la actualidad.



Carlos Garrido, presidente de CEAV, quiso aportar un mensaje de esperanza e ilusión ya que, “a pesar de que llevamos dos años muy complicados por la pandemia y ahora además estamos viviendo las consecuencias de la guerra en Ucrania, los datos son positivos y en España vemos cómo las reservas crecen”.

En esa misma línea se expresó Antonio Bernabé, director gerente de Visit Valencia, para el que ese optimismo se refleja en los indicadores como las nuevas conexiones aéreas que tiene Valencia.

Por su parte, Luis Millán, Head of Research en ForwardKeys, señaló que la emisión de billetes para llegadas internacionales a España se mantiene al alza y que nuestro país lidera la lista de destinos preferidos para el segundo trimestre del año.

En Málaga, fueron 150 los asistentes, y en Lisboa contamos con la presencia de 100 profesionales. Además, hay que destacar que la Comunidad Valenciana está muy presente en los workshops de CEAV. Y no solo como destino expositor, que también, sino gastronómicamente hablando, ya que el producto de Valencia nos acompaña en la gira CEAV Protour 2022. Delicius Valencia, la marca que engloba todo el producto gastronómico de la provincia, está presente en los workshops a través de vinos valencianos, cava, quesos, embutidos y otros alimentos para que los agentes de viajes tengan un mayor conocimiento de esta oferta y puedan comercializarla de una forma más afectiva.

## CEAV PROTOUR 2022

En 2019 CEAV quiso dar un impulso a su actividad con acciones comerciales y formativas. Con la llegada de la pandemia, la confederación se adaptó rápidamente llevando a cabo iniciativas online para profesionales del sector: más de 30 e-learnings, webinars y eventos de networking online one-to-one. Ahora, con este nuevo proyecto, CEAV apuesta por la vuelta a la presencialidad, pero sin dejar de lado todas las ventajas que ofrece el apoyo digital.

## CEAV ORGANIZA EL CEAV PROTOUR 2022

En este sentido, una de las novedades es la creación de la plataforma online ceavprotour.com que permitirá, entre otras cosas, digitalizar la operativa de inscripciones, disponer de un canal de información actualizado y ofrecer mucha más visibilidad y contenido sobre los expositores participantes.

También se ha creado un apartado específico desde el que las agencias de viajes podrán acceder a una página para cada expositor a modo de ficha informativa o stand virtual, donde se dispondrá de toda la información y documentación comercial actualizada.

Además, esta herramienta permite convertir un workshop presencial en un workshop online de forma ágil y efectiva si las circunstancias actuales de pandemia imposibilitan la realización de algún evento presencial.



[Abrir vídeo en](#)



# NOTICIAS CEAV

## CEAV PONE EN MARCHA EL QATAR TRAVEL AGENCY GRAND PRIX



CEAV, Turismo de Qatar y Qatar Airways han lanzado el Qatar Travel Agency Grand Prix, un concurso exclusivo para las agencias de viajes cuyo premio, para los cuatro ganadores, será un viaje de familiarización a Doha.

La competición, que fue presentada en febrero en un learning sobre Qatar en el que participaron más de 200 agencias de viajes, está disponible en [ceavqatar.com](http://ceavqatar.com) y se compone de cinco pruebas con un cuestionario de nueve preguntas cada una. Las respuestas pueden encontrarse navegando en las páginas de Turismo de Qatar [www.visitqatar.qa/es](http://www.visitqatar.qa/es) y en la web de Qatar Airways [www.qatarairways.com](http://www.qatarairways.com). Las cinco pruebas irán habilitándose poco a poco hasta el 30 de junio, fecha en la que finalizará el concurso. Posteriormente, se darán a conocer los ganadores.

El Qatar Travel Agency Grand Prix es fruto de un acuerdo marco de colaboración entre CEAV, Turismo de Qatar y Qatar Airways encaminado a promocionar y promover el destino de Doha entre las agencias de viajes, y contempla además otra serie de actividades como la celebración del learning online y la de tres learning presenciales sobre Qatar en Barcelona, Zaragoza y Madrid celebrados en febrero.

Kristina Bagateliya, de Turismo de Qatar, señala: “El Qatar Travel Agency Gran Prix es un paso más en nuestra colaboración con CEAV, un acuerdo con el que las agencias de viaje pueden descubrir Doha, su legendaria hospitalidad y todas las maravillas que Qatar tiene que ofrecer a los viajeros españoles”.



Por su parte, Marimar Laveda, Country Manager Iberian Peninsula de Qatar Airways, añade: “Estamos muy orgullosos de poder formar parte de esta iniciativa para dar a conocer Qatar entre las agencias de viaje. Para Qatar Airways, España es un mercado muy importante y trabajamos para ofrecer la mejor experiencia en vuelo y en cada conexión a los más de 140 destinos de nuestra red global, a través de nuestro hub en Doha, el aeropuerto internacional de Hamad”.

Para Carlos Garrido, presidente de CEAV, “esta iniciativa entra dentro de la labor formativa de CEAV, que tiene como uno de sus objetivos convertir a los agentes de viajes en expertos asesores, en este caso de Doha, un destino clave para España”.

Los ganadores del concurso podrán conocer de primera mano Doha. La capital del Estado de Qatar es uno de los grandes atractivos del país y un lugar por descubrir y explorar. Museos emblemáticos, restaurantes de primera categoría, eventos deportivos y actividades al aire libre conviven en una ciudad donde la mayoría de las experiencias son una combinación única de autenticidad cultural y modernidad.

Un viaje excepcional que completa Qatar Airways. La experiencia de vuelo y el excelente servicio a bordo y en tierra de la aerolínea oficial del Estado de Qatar es el punto y final a un viaje de altura. Premiada en múltiples ocasiones, Qatar Airways ha sido nombrada “Aerolínea del Año” en los Premios World Airline Awards 2021, gestionados por Skytrax. También fue nombrada “Mejor Clase Business”, “Mejor Sala de Clase Business”, “Mejor Asiento de Clase Business”, “Mejor Catering a Bordo de Clase Business” y “Mejor Aerolínea de Oriente Medio”. La aerolínea sigue manteniéndose en solitario en la cima del sector tras haber ganado el premio principal por sexta vez y sin precedentes (2011, 2012, 2015, 2017, 2019 y ahora 2021). Además, el hub de la aerolínea, el Aeropuerto Internacional Hamad (HIA), fue reconocido recientemente como el “Mejor Aeropuerto del Mundo 2021”, por los Premios Skytrax World Airport Awards 2021.

## CEAV PONE EN MARCHA EL QATAR TRAVEL AGENCY GRAND PRIX





# ¡GANA UN FAM TRIP A QATAR!

## ÚLTIMO STAGE 5 DISPONIBLE EL 23 JUNIO

¡UN CONCURSO EXCLUSIVO PARA AGENTES DE VIAJES QUE TE  
CONVERTIRÁ EN UN EXPERTO TURÍSTICO EN QATAR!

TODAS LAS BASES Y FECHA FINAL DE PARTICIPACIÓN EN [WWW.CEAVQATAR.COM](http://WWW.CEAVQATAR.COM)

Organiza:



[CEAVQATAR.COM](http://CEAVQATAR.COM)



# NOTICIAS CEAV

*Artículo de Carlos Garrido,  
presidente de CEAV*

El Consejo de Ministros activó el 29 de marzo el Mecanismo RED para las agencias de viajes gracias al trabajo de CEAV, con el apoyo de la CEOE y SPV, el sindicato mayoritario del sector. Se trata de una herramienta de la nueva Reforma Laboral que facilita la flexibilidad y estabilización del empleo para atender las necesidades excepcionales de naturaleza macroeconómica o sectorial que justifiquen la adopción de medidas de ajuste y protección temporal. De este modo se incentivan, mediante exoneraciones del 40% a la Seguridad Social, las acciones formativas para culminar la recuperación del sector al mismo tiempo que se dota a las empresas de flexibilidad para adaptarse al futuro.

Esta decisión supone una excelente noticia para un sector que lleva meses reivindicando medidas urgentes. A mediados de febrero, y ante la inminente finalización de la vigencia de los expedientes de regulación temporal de empleo aprobados específicamente para la pandemia, CEAV constató que las agencias de viaje no estarían, en esa fecha, en disposición de reanudar su actividad en unas condiciones de normalidad, por lo que solicitó que se incluyera al sector en el Mecanismo RED. De hecho, en enero, 10.792 trabajadores de las agencias de viaje todavía no habían podido dejar atrás el ERTE, el 29% de los trabajadores de un sector cuya facturación descendió casi un 90% en 2020 y un 56% en 2021.

Aun así, hay que dejar muy claro que esta crisis es coyuntural y las agencias se recuperarán en cuanto desaparezcan las restricciones de movilidad a nivel regional, nacional e internacional.

## CEAV LOGRA QUE EL GOBIERNO ACTIVE EL MECANISMO RED PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES



A pesar de los análisis que auguraban un cambio de ciclo en el sector de la intermediación turística, las agencias de viaje en España acumulaban antes de la pandemia una serie ininterrumpida de siete años de crecimiento. Desde 2014, el sector crecía tanto en el parque de agencias como en número de intermediaciones. Y lo hacía también en empleo: de 2013 a 2019, el número de trabajadores afiliados a actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos creció un 32%: mientras que en 2013 estaban dados de alta en la Seguridad Social de media 49.573 trabajadores, ese número se elevó hasta los 65.687 trabajadores de 2019.



Por otro lado, la conversión de España en las últimas décadas en un país esencialmente de servicios ha llevado también a una reducción de la productividad. Sin embargo, las agencias de viajes aportan un valor añadido notablemente superior al del resto de servicios: registraron en 2019 una productividad de 44.998 euros, creciendo en más de mil euros respecto al año anterior. La media del sector servicios, sin embargo, se ubicó en los 37.889 euros.

Con respecto al número de operaciones intermediadas con las aerolíneas y su facturación, los datos de la Asociación Internacional de Líneas Aéreas (IATA) muestran claramente el crecimiento antes de la crisis sanitaria. El volumen total de ventas de billetes aéreos a través de agencias en 2016 fue de 4.597 millones de euros y en 2017 de 4.727 millones, lo que supone un crecimiento interanual del 2,81%. En 2018 se incrementó en un 5,05% hasta los 4.965 millones y creció un 4,17% en 2019 hasta los 5.172 millones de euros. Tan solo la pandemia ha podido frenar este crecimiento.

En esta línea, las intermediaciones de las agencias españolas aumentaron incluso por encima de sus homólogas europeas. Si en 2017 el peso de las agencias españolas representó el 6,42% del total europeo de ventas de viajes aéreos, este peso ha ido creciendo anualmente, incluso durante la crisis sanitaria: ascendió al 6,53% en 2018, al 6,77% en 2019 y, pese a estar ya en pandemia, se incrementó hasta el 6,89% en 2020 de todas las ventas en Europa.

Por último, otra muestra del peso y del crecimiento de las agencias de viajes en España es su aportación del 40% en la distribución de billetes de Renfe. De hecho, antes de la pandemia, las ventas de billetes de AVE a través de las agencias de viajes crecían más que la media de todos los canales de distribución de la compañía ferroviaria. Esto se tradujo también en un aumento del ingreso medio, gracias al peso de la venta presencial de las agencias, que aportan un mayor valor.

## CEAV LOGRA QUE EL GOBIERNO ACTIVE EL MECANISMO RED PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES

En definitiva, con estos datos queda de sobra demostrada la solidez del sector de las agencias de viajes, que se encuentra inmerso en una progresiva recuperación. Esta recuperación será gradual y vendrá marcada por la reapertura de mercados internacionales, la resolución del conflicto bélico en Ucrania y por la flexibilización de las políticas de viajes de las grandes empresas, ya que las agencias dependen fundamentalmente del turismo emisor, el MICE y el Business Travel. Mientras tanto, la inclusión de las agencias en el Mecanismo RED es un paso muy importante para no dejar caer a un sector que tiene que estar situado en una buena posición de partida para ayudar a España a liderar de nuevo el turismo internacional. Desde CEAV queremos por último agradecer la sensibilidad del Ministerio de Trabajo y Economía Social y el apoyo recibido por parte de la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, CEOE y SPV.

Carlos Garrido  
Presidente de CEAV



# NOTICIAS CEAV

## CEAV Y LA OFICINA NACIONAL ALEMANA DE TURISMO FIRMAN UN ACUERDO DE COLABORACIÓN

CEAV y la Oficina Nacional Alemana de Turismo (ONAT) firmaron un acuerdo de colaboración con el objetivo de promover el sector turístico de ambos países y aumentar el número de turistas españoles que visitan Alemania.

La firma, en la que participaron el presidente de CEAV, Carlos Garrido, y Ulrike Bohnet, directora de la ONAT para España y Portugal, incluye un compromiso de difundir entre las agencias las novedades de Alemania como destino turístico a través de la comunicación directa y formación de los agentes de viajes, la presencia de la ONAT en los workshops de CEAV en Málaga, Valencia y Lisboa, así como la colaboración en los propios eventos de la ONAT, y destaca el compromiso de ambas instituciones con el desarrollo sostenible.

Para Carlos Garrido, presidente de CEAV, “este acuerdo es muy importante para nosotros, ya que nos ayuda en uno de nuestros objetivos como confederación: formar a los agentes de viajes en los destinos, en este caso Alemania, para que den a sus clientes un asesoramiento de calidad”.

Para Ulrike Bohnet, directora de la ONAT en Madrid, “estamos muy contentos de firmar este acuerdo con CEAV para poder transmitir a los agentes de viajes de toda España la cercanía de Alemania en momentos de crisis. Queremos mostrar nuestra presencia y apoyo al canal de distribución, ampliando el conocimiento de los agentes en el destino Alemania, transmitir confianza y posicionar nuevos productos turísticos para su venta en las propias agencias”.



La Oficina Nacional Alemana de Turismo (ONAT), en alemán Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (abreviado DZT), es el “Tourist Board” nacional de Alemania. Asume la representación de Alemania como destino turístico por encargo del Ministerio Federal de Economía y Energía. La ONAT coopera con socios del sector turístico alemán, asociaciones y empresas comerciales con los que desarrolla estrategias y campañas de marketing para seguir difundiendo en el extranjero la imagen positiva de los destinos alemanes y fomentar el turismo hacia Alemania.



# NOTICIAS CEAV

## CEAV LOGRA QUE SE ELIMINE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA DE LAS MINORISTAS EN LOS VIAJES COMBINADOS



El pasado mes de febrero se aprobó La nueva Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica que modifica la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, aprobada por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre. En esta nueva ley, se han introducido algunos cambios de aspectos relacionados con los viajes combinados que desde la Confederación Española de Agencias de Viajes se venían reivindicando desde hace tiempo.

Así, en relación con los viajes combinados, se llevan a cabo unas modificaciones teniendo en cuenta la evolución del sector: se modifica el apartado segundo del artículo 150 para concretar qué tipo de viajes quedan al margen de la regulación dada por la normativa a los viajes combinados (viajes combinados que se ofrezcan sin ánimo de lucro, únicamente a un grupo limitado de pasajeros). A petición de CEAV, se ha introducido que, en estos supuestos, se realicen, pero sin reiteración en un mismo año.

Asimismo, se incluye que la falta de conformidad será únicamente respecto del contrato suscrito en

relación con el viaje combinado. Si bien este aspecto ya se encontraba recogido en el espíritu de la norma, cabía la interpretación de falta de conformidad por aspectos subjetivos del viaje, no objetivos como pretende la Directiva en cuestión.

Se modifica también el primer párrafo del apartado 3, del artículo 160, de resolución, cancelación y derecho de desistimiento antes del inicio del viaje, excluyendo al minorista del supuesto de cancelación de contrato. Por último, el principal cambio por el que CEAV abogaba también se ha introducido: pasar de un régimen de garantías solidario por parte de organizadores y minoristas del viaje combinado a un régimen por el cual cada parte será responsable exclusivamente por su ámbito de gestión del viaje. No obstante, y de cara a no disuadir al viajero del ejercicio de sus derechos, tanto los organizadores como los minoristas podrán ser punto focal único al que el viajero dirija sus reclamaciones por el total de los servicios contratados. En estos casos, tanto organizadores como minoristas están obligados a gestionar las reclamaciones presentadas, aun en el supuesto de que versen sobre servicios fuera de su ámbito de gestión. En caso de que no tramiten estas reclamaciones, se volvería al anterior régimen de responsabilidad solidaria.

Los derechos de los viajeros continúan garantizados por la totalidad de los servicios objeto de un viaje combinado, mientras que se eliminan cargas para las pequeñas y medianas empresas que conforman el tejido empresarial en este sector.

Desde CEAV se considera una gran noticia para el sector y se celebra que, tras años de trabajo conjunto y reuniones con la administración, esta norma haya visto la luz.



# NOTICIAS CEAV

## CEAV Y BINTER FIRMAN UN ACUERDO PARA TRABAJAR EN LA RECUPERACIÓN DEL SECTOR

CEAV y Binter llegaron en noviembre a un acuerdo por el que la aerolínea continúa como partner de la confederación. Las dos organizaciones suman así sus fuerzas para trabajar juntos en la reactivación del sector turístico, muy castigado por la pandemia del COVID-19.

El objetivo de esta unión es aunar esfuerzos y llevar a cabo acciones conjuntas que estrechen lazos entre la aerolínea y las agencias de viajes y que ayuden a avanzar hacia la recuperación del sector turístico. Entre estas acciones, destaca la presencia de Binter en los workshops organizados por CEAV o la creación de una newsletter con información relevante para las agencias de viajes.

Para Carlos Garrido, presidente de CEAV, “para CEAV es un orgullo esta incorporación, ya que supone un reconocimiento a la labor que realizamos como patronal y refuerza nuestro objetivo de seguir trabajando en un momento en el que la unión del sector es más importante que nunca”.

Binter es una compañía aérea creada en 1989 que empieza a operar en el archipiélago canario para ofrecer conexiones entre las islas con un claro enfoque de servicio público. También opera fuera de Canarias, donde ha ido incrementando su red, incluso durante la pandemia, hasta establecer once rutas hacia destinos del resto de España, con vuelos directos con once aeropuertos: Vigo, Mallorca, Pamplona, Zaragoza, Murcia, Santander, Vitoria, Asturias, Jerez de la Frontera y, a partir del 1 de diciembre, con San Sebastián y A Coruña.

En el ámbito internacional, en 2021 la aerolínea canaria inauguró conexiones directas entre el Archipiélago y cinco destinos de Francia e Italia, que se unen a las que ya ofrecía con Portugal y África Occidental.

Como resultado de su espíritu constante de renovación y progreso, Binter ha obtenido en seis ocasiones el máximo galardón que concede la Asociación de Aerolíneas Regionales Europeas (ERA). Además, cuenta con una de las flotas más modernas de Europa, siendo la primera compañía aérea en el continente que opera el Embraer E195-E2.





# NOTICIAS CEAV

## CEAV FIRMA UN ACUERDO CON EL GOBIERNO VASCO PARA POTENCIAR LA IMAGEN DE EUSKADI

CEAV y el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco han acordado definir una serie de acciones de cara a 2022 con el objetivo de potenciar la imagen de Euskadi en el mercado nacional. Este acuerdo tiene como meta reforzar la relación de Euskadi con las agencias de viajes españolas, claves en la cadena de valor turística.

El acuerdo se plasmará en acciones de coordinación periódica entre el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo y CEAV y la asistencia de Euskadi a seis workshop multidestino y multiproducto durante el año en mercados prioritarios para Euskadi (Madrid, Castellón, Valencia, Alicante, Málaga y Lisboa), en los que representantes del destino darán a conocer las novedades y los productos turísticos vascos a los agentes de viajes y otros agentes colaboradores de cada mercado.

Además, la Agencia Vasca de Turismo, Basquetour, será la anfitriona del workshop profesional organizado por CEAV en Euskadi que tendrá lugar el próximo 6 de octubre. También impartirá a las agencias de viajes formación online especializada en ecoturismo, desde la amplia experiencia que atesora Euskadi en esta modalidad de turismo. Esta acción formativa permitirá, posteriormente, la planificación conjunta de un viaje de familiarización a Euskadi de ocho agencias de viajes que hayan participado en el seminario online.





# NOTICIAS EN PÍLDORAS

## CEAV CELEBRA SU ASAMBLEA GENERAL EN CAMBRILS

El Patronato de Turismo de Cambrils invitó a CEAV a celebrar su Asamblea General en ese destino de la Costa Dorada. Los presidentes de las asociaciones pertenecientes a CEAV pudieron conocer toda la oferta turística de Cambrils: gastronomía, sol y playa, cicloturismo, turismo de salud...



## FORMACIÓN COLOMBIA

El 16 de marzo CEAV organizó con Procolombia una formación sobre las seis regiones turísticas en las que está dividido el país. Posteriormente, se ofreció a los asistentes una degustación de productos típicos colombianos.

## CEAV TRAVEL LEARNING JAPÓN

Durante el comienzo del año, finalizamos el segundo ciclo CEAV TRAVEL LEARNING JAPÓN con las dos últimas sesiones. Estos seminarios están dirigidos a agencias de viajes españolas, operadores turísticos, compañías aéreas, DMC y otras empresas u organizaciones relacionadas con el turismo y tienen el objetivo de ofrecer información sobre el mercado receptivo japonés, atracciones turísticas y productos turísticos, con el fin de fomentar las ventas a Japón.

El 13 de enero tuvo lugar la sesión Rutas e itinerarios por el occidente de Japón, en la que se trató de las regiones de Chugoku y Shikoku y el turismo al aire libre. El 8 de febrero celebramos el último seminario, en este caso sobre los viajes de luna de miel a Japón. Se habló de la calidez de las tierras del sur del país: Kyushu y Okinawa, paraísos vírgenes y tropicales.



# NOTICIAS EN PÍLDORAS

## CEAV CELEBRA SU CONSEJO DIRECTIVO EN TURQUÍA

CEAV celebró, el pasado día 23 de abril, su Consejo Directivo en la ciudad turca de Estambul invitada por la Agencia de Desarrollo y Promoción Turística de Turquía (TGA). Durante unos días, los miembros del consejo pudieron conocer las principales atracciones turísticas de la ciudad acompañados por dirigentes de TGA y representantes de la Oficina de Turismo de Turquía en Madrid. Asimismo, se reunieron con el presidente de la Asociación Turca de Hoteleros, Müberra Eresin.



## CEAV COLABORA CON UCRANIA

CEAV ha puesto un pequeño granito de arena para intentar ayudar a los miles de damnificados por la guerra en Ucrania. Así, ha colaborado con la Fundación privada CyO en la organización de tres misiones humanitarias con origen en Barcelona y destino al centro de refugiados 'Tesco', situado a las afueras de la ciudad polaca de Przemysl, al que diariamente llegaron a entrar buscando refugio 5.000 personas. En los viajes de ida se transporta material de primera necesidad (pañales, alimentación, medicamentos, ropa de abrigo, pienso animal, artículos de higiene femenina) y en los de regreso a mujeres y niños. Desde CEAV queremos agradecer su colaboración a la compañía Gipsyy que, gracias a la ayuda de nuestro querido Santiago Vallejo, director comercial para España, nos ha dado todas las facilidades para realizar uno de estos viajes.

Türkiye  
goturkiye.com



İSTANBUL  
IS THE  
NEW COOL





# ENTREVISTA A

## DANIEL SOLANA

### DIRECTOR DE BASQUETOUR

Daniel Solana es director de Basquetour- Agencia Vasca de Turismo, desde septiembre de 2020. Licenciado en Geografía e Historia y máster en Dirección de Marketing, Solana tiene como objetivo mejorar la competitividad del turismo como actividad económica generadora de riqueza y empleo, así como el posicionamiento de Euskadi en segmentos estratégicos, y consolidar la marca Euskadi como destino turístico en los mercados emisores.

# 1

## ¿Qué es Basquetour? ¿Cuáles son sus objetivos?

Basquetour es la sociedad pública del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco, creada en el 2006 para liderar el impulso e implementación de la estrategia de competitividad del turismo vasco en colaboración con los entes públicos y privados que conforman la industria turística de Euskadi.

Sus objetivos son: mejorar la competitividad del turismo como actividad económica generadora de riqueza y empleo y el posicionamiento de Euskadi en segmentos estratégicos; consolidar la marca Euskadi como destino turístico en los mercados emisores; adaptar la oferta y el desarrollo de productos en materia de gestión y promoción a temáticas y segmentos de público acordes a las necesidades del mercado y potenciar la monitorización del destino a través de análisis y estudios para su correcta gestión.





## 2

### **¿Cómo se está comportando el turismo en Euskadi? ¿Qué ha cambiado tras la pandemia?**

Parece que se está recuperando la actividad turística en Euskadi. Esta Semana Santa se ha cumplido la previsión del 80-90% de ocupación, que el consejero Javier Hurtado valoraba muy positivamente. No obstante, hay que recordar que los mercados internacionales tienen que continuar creciendo para llegar a los datos anteriores a la pandemia.

## 3

### **Centrándonos en las agencias de viajes vascas, después de dos años muy duros, ¿cuál es la situación actual? ¿Y qué previsiones hay para este verano y el conjunto del año?**

Según las previsiones que nos adelanta el sector, existe un cierto retraso en la intención de viajar, sobre todo, en lo que se refiere a turismo MICE. No obstante, mayo y junio serán muy buenos meses, lo mismo que septiembre y octubre. Veremos cómo se comporta el resto del tiempo, que parece ser dependerá en gran medida de la situación internacional derivada de la crisis de Ucrania y de la económica, que hacen que se produzcan cambios y cancelaciones constantes.

Países Bajos, Suiza, Alemania, Francia y UK serán los países de procedencia, en general a nivel de Europa. USA, Canadá y México, los de larga distancia. Y se empieza a pedir cotización desde Asia (Corea), pero la previsión es que este mercado arranque a partir del 2023.

Por lo tanto, en estos momentos el sector afronta la situación con optimismo, pero con prudencia, porque si bien se aprecia cierta recuperación en algunos mercados, en otros de momento queda mucho por hacer. La recuperación de conexiones aéreas es muy importante y el sector está trabajando muy duro para adaptarse a los nuevos perfiles de cliente y a los nuevos hábitos de consumo, como la agilidad a la hora de recibir reservas con poca antelación.

No obstante, estamos muy satisfechos con el reconocimiento de Euskadi como destino, y creemos que el gran trabajo previo a la pandemia dará sus frutos; de hecho, ya empezaban a recogerse, por lo que no partimos desde cero como destino.

Además, también quiero destacar el trabajo realizado por organizaciones como CEAV durante estos meses de pandemia. En este sentido, el sector vasco, y concretamente ATRAE, Agencias Turísticas Receptivas Asociadas de Euskadi, agradece expresamente a CEAV el trabajo realizado con la negociación de los ERTES y con las propuestas de formación, así como la colaboración e información ofrecida durante este tiempo.



# 4

## **Durante estos meses ¿han existido actuaciones de apoyo a las agencias de viajes por parte de la Administración?**

El Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco, al que pertenece Basquetour, puso en marcha el Plan de sostenimiento del turismo vasco 2021, basado en 3 ejes:

- Un primer eje de ayudas directas que provienen de recursos extraordinarios, en este caso 17,7 millones de euros.
- Un segundo eje centrado en la promoción y dinamización del sector turístico, dotado con 3 millones de euros del presupuesto del Departamento.
- Y un tercer eje complementario, basado en la reorientación de la labor de inspección hacia las prácticas irregulares que más reclama el sector vigilar.

El primer eje se refiere al Programa de Ayudas para el Sostenimiento del Sector Turístico Vasco 2021, que viene a complementar el conjunto de medidas de carácter económico adoptadas por las diferentes instituciones, y como tal, es compatible con todas ellas. Estas ayudas se dirigen al conjunto del sector turístico vasco, a las personas trabajadoras por cuenta propia o autónomas, microempresas, pequeñas y medianas empresas.

Enmarcado en el paquete de ayudas a empresas turísticas de mediación durante la pandemia, también quiero mencionar el acuerdo suscrito entre Gobierno Vasco y CEAV para potenciar la imagen de Euskadi en los mercados español y portugués, así como para reforzar la relación de Euskadi con las agencias de viajes españolas, claves en la cadena de valor turística.



# 5

## **¿Cuáles están siendo las líneas de actuación de Basquetour este 2022?**

Entendemos que la conectividad del destino es fundamental para la actividad turística, y por esa razón trabajamos la promoción turística de nuestros aeropuertos, en colaboración con las sociedades de promoción de los tres aeropuertos, el Departamento de Transportes y otras instituciones implicadas. Así, hemos participado en el evento Routes Europe 2022, en Bergen; apoyamos a las sociedades de promoción en acciones promocionales con enfoque turístico para potenciar las rutas existentes o captar rutas no existentes, y apoyamos también a las sociedades de promoción en la detección de oportunidades y vías de promoción turística entre las compañías aéreas.

En lo que al turismo MICE se refiere, este año queremos fomentar la recuperación del sector y seguir apostando de forma coordinada por acciones promocionales que contribuyan a dar visibilidad a nuestros convention bureaux y a nuestras empresas.

Y en lo relativo al turismo de ocio, estamos desarrollando acciones de promoción en mercados objetivos de cara a incrementar el nivel de penetración y notoriedad de la marca e incentivar la atracción a Euskadi de turistas potenciales en mercados de cercanía y media distancia en coche (5h máximo) y con conexiones directas a Euskadi aéreas, ferroviarias y marítimas. La promoción se dirigirá tanto a mercados y públicos objetivo, como asociado a temáticas, intereses o motivaciones principales. También a segmentos de públicos específicos (parejas, familias, singles).



# AGENDA CEA V

## CEAV PROTOUR 2022

Después de verano continuaremos con nuestra gira de workshops presenciales con citas en Bilbao y Valladolid. Una oportunidad única de networking y encuentro para agencias de viajes, destinos y empresas del sector turístico y una ocasión de oro para propiciar negocios y contactos profesionales en un ambiente seguro y distendido.

Sigue todas nuestras novedades a través de nuestras redes sociales:



# CEAV ProTour<sup>2022</sup>

[www.ceavprotour.com](http://www.ceavprotour.com)

¡Tu nueva plataforma de CEAV para el encuentro profesional con los principales proveedores turísticos!



**BILBAO 6 OCTUBRE**

**VALLADOLID 3 NOVIEMBRE**



# ENTREVISTA A ULRIKE BOHNET

DIRECTORA DE LA OFICINA NACIONAL DE TURISMO DE ALEMANIA

Ulrike Bohnet lleva más de diez años dirigiendo el mercado ibérico de la Oficina Nacional de Turismo en Alemania. Experta en marketing, nos cuenta cómo se presenta el verano para Alemania y las campañas que su oficina está llevando a cabo este año.

## 1

**Tras más de dos años de pandemia, ¿se puede decir que el sector turístico ya se ha recuperado en Alemania? ¿Cuáles son los últimos datos?**

Podemos decir que hemos iniciado el camino de la recuperación, pero es demasiado precipitado de decir que el sector se haya recuperado. Lamentablemente, como en todas partes, en la mayoría de los destinos se ha perdido parte de la oferta turística como alojamientos turísticos, restaurantes, etc., que han tenido que cerrar y otros que están funcionando con un contingente de personal muy reducido. Todo esto tiene un impacto teniendo en cuenta que el turismo es una actividad transversal y por lo tanto afecta a muchos otros sectores. Con esta situación tendremos que luchar en los próximos años todos los destinos turísticos para recuperar nuestra oferta y la mano de obra cualificada para hacer frente a la demanda, y sobre todo cumplir con las expectativas de un turismo de calidad que exige la demanda.





# ENTREVISTA A ULRIKE BOHNET

DIRECTORA DE LA OFICINA  
NACIONAL DE TURISMO DE  
ALEMANIA

## 2

**Estamos a las puertas del verano. ¿Cuáles son las perspectivas?**

Actualmente, Alemania como destino turístico está aproximadamente al 50% de sus cifras del turismo internacional respecto al 2019. Esto son los datos hasta marzo del 2022, y las perspectivas de cara al verano siguen muy positivas. Todo ello va muy en función de las conexiones aéreas entre España y Alemania, que están en su conjunto bastante recuperadas, pero en algunos destinos todavía nos quedamos cortos, lo cual encarece el producto.

## 3

**¿Cómo ha transformado la pandemia los hábitos de los turistas? ¿Han cambiado su forma de viajar?**

Muchos estudios a nivel europeo, en concreto el último sondeo de la ETC (European Travel Commission) del mes de abril, constatan que los españoles tienen un elevado interés en viajar, y un 47% quiere viajar dentro de Europa. Esta cifra es mayor que la de los que se quieren quedar en territorio nacional, lo que es realmente llamativo. Esto es el reflejo de las ganas y me atrevo de decir, necesidad, de viajar al extranjero, de vivir una cultura, naturaleza y gastronomía diferente. Además, se suele tratar de estancias más prolongadas durante las vacaciones estivales, y que se reservan con algo más de antelación. Destaca también que el turista español elige con conciencia su destino turístico añadiendo una selección de servicios y actividades que cumplan con los requisitos de la sostenibilidad y, por lo tanto, se trata de productos de calidad.



# 4

**Alemania es un destino con mucha variedad de oferta turística. ¿Cuáles son vuestras principales campañas ahora mismo?**

El destino Alemania es extraordinariamente diverso: pintorescos pueblos antiguos y ciudades urbanas, castillos históricos y monumentos industriales contemporáneos. Talleres, estudios y fábricas, cocinas y bodegas donde se cultiva la tradición y se da un nuevo impulso a lo probado. Además de lugares de interés mundial, Alemania ofrece una gran cantidad de tesoros ocultos y experiencias emocionantes.

Este año llevaremos a cabo tres campañas:

**German.Local.Culture** que va enfocada a las pequeñas y medianas ciudades con sus estilos arquitectónicos, tradiciones y costumbres, su artesanía y gastronomía.

Queremos que se reflejen vivencias locales auténticas en destinos urbanos, incluyendo el entorno natural y sus ofertas turísticas sostenibles.

Otra campaña que acabamos de lanzar se llama **“Embrace German Nature”**.

Como su nombre indica, quiere inspirar a los viajeros de descubrir los espacios de naturaleza casi remotos, o sea bastante desconocidos: se quiere poner en relieve toda la riqueza de la naturaleza alemana con sus 16 Parques Nacionales, 104 Parques Naturales, 16 Reservas de la Biosfera. Un tercio del territorio alemán es declarado espacio protegido y, sin duda, es una faceta que uno no sospecha cuando piensa en Alemania. Estos espacios de pura naturaleza los encontramos en toda la geografía alemana.

La tercera campaña que lanzamos en el mes de junio se llama **“FeelGood”**, y pretende promocionar Alemania como destino de turismo sostenible. La sostenibilidad sin duda es el gran tema y el gran reto que nos ocupa a todos, y tenemos que crear acciones y medidas transversales para conseguir reducir entre todos la huella de carbono y fomentar un turismo sostenible en sus tres vertientes: social, ecológico, y económicamente hablando. En Alemania estamos trabajando desde hace décadas de la oferta turística sostenible: ya son más de 1.500 hoteles dotados del certificado BIO-Hotels, los restaurantes también adquieren certificados por sus productos regionales y de temporada, los medios de transportes públicos también están subvencionados en cuanto al uso de energías renovables. El cliente hoy en día puede calcular su huella de carbono a lo largo de su viaje y realizar la compensación de la misma.

# 5

**Alemania está entre los tres mercados principales para España. ¿Qué buscan los alemanes en nuestro país?**

Para los alemanes España es el primer destino turístico extranjero. Ellos aprecian el buen clima, la variedad de los paisajes de naturaleza, la amabilidad y el carácter alegre, positivo y hospitalario de los españoles. Por supuesto, adjudican un valor particular a la riqueza y autenticidad del patrimonio cultural y la exquisita gastronomía, sin olvidarnos de la costumbre típica de **“las tapas”**.



# 6

## **¿Cómo se trabaja desde la Oficina Nacional de Turismo de Alemania con las agencias de viajes?**

La labor de promoción de Alemania como destino turístico pasa por el canal de distribución tradicional, que es la red de agencias de viajes en España. Para nosotros, la relación con los profesionales de esta red es crucial en nuestro trabajo diario. Además, el papel del agente de viajes ha cobrado una mayor relevancia como resultado de la pandemia, dado que el cliente final requiere asesoramiento, recomendaciones y, sobre todo, seguridad. Para nosotros como destino turístico es importante que los

profesionales, tanto de la touroperación como de las agencias de venta, conozcan nuestro producto, sus novedades, y también los proveedores. El conocimiento es fundamental para poder ofrecer el destino y su producto adecuado para cada cliente. Por lo tanto, lo consideramos como nuestro deber de estar en estrecha relación con las agencias de viajes para tenerlas informadas. De este modo, procuramos cuidar estos vínculos, porque sin duda es una situación que va en beneficio mutuo.





# LAS ASOCIACIONES NOS INFORMAN

La Asamblea General de CEAV aprobó en noviembre la incorporación de la Asociación de Agencias de Viajes de La Rioja como miembro de pleno derecho. De esta forma, CEAV suma ya 28 asociaciones empresariales de distinto ámbito territorial y sectorial, en las que se integran más de 7.000 agencias de viajes de toda España, tanto mayoristas como minoristas. Entrevistamos a Jesús Ángel Herrera, su presidente.

**¿Podrías presentarnos a la Asociación de Agencias de Viajes de La Rioja? Cuándo nació, sus objetivos, etc.**

La Asociación de Agencias de Viajes de La Rioja nació en 1989 para ser un referente en el sector turístico regional y además responder a las necesidades de sus asociados: la defensa de sus intereses en general, el apoyo y asesoramiento en distintos aspectos, así como potenciar la imagen y el prestigio de las agencias de viajes asociadas como empresas intermediarias de servicios turísticos.

**¿Qué valor añadido ofrecen las agencias de viajes a sus clientes?**

Desde sus comienzos, la asociación ha defendido el papel de la agencia tradicional dentro del sector turístico como un elemento fundamental en la difusión, asesoramiento, emisión y gestión de viajes para que el cliente final obtenga unos servicios de calidad verdaderamente profesionales.

El auge de Internet y la venta online han significado un revulsivo para nuestro sector, que no siempre ha buscado mimar al cliente o cubrir verdaderamente sus necesidades y expectativas. Esto ha supuesto un esfuerzo añadido para hacer entender al cliente final que acudir a una agencia de viajes física supone obtener un servicio que asegura la calidad de los viajes contratados y la pronta solución de cuantas incidencias puedan surgir durante su transcurso.

## ENTREVISTA A JESÚS ÁNGEL HERRERA, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES DE LA RIOJA





## ENTREVISTA A JESÚS ÁNGEL HERRERA, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES DE LA RIOJA

**¿Qué puede aportar a la asociación la pertenencia a CEAV?**

Para nosotros es fundamental el ser más fuertes en la defensa de las agencias de viajes, de ahí nuestra entrada en CEAV, de forma que estemos todos representados, ya que consideramos que la unión hace la fuerza. El formar parte de CEAV hace que seamos más fuertes en estos momentos. Nosotros vamos a aportar la experiencia de nuestra asociación de más 30 años de andadura.

**Han sido dos años complicadísimos en la historia del sector, con restricciones, una gran pérdida en la facturación, los ERTE... ¿Cuáles son las perspectivas? ¿Llega la tan ansiada recuperación para las agencias?**

Después de dos años muy complicados en nuestro sector, con importante descenso de facturación, creemos que a partir de este próximo verano la recuperación va a estar en marcha. En el sentido de que el papel de las agencias de viajes se está viendo valorado de forma positiva como asesores, consideramos que vamos a salir reforzadas de esta crisis.

**Trasladándonos a vuestra situación geográfica, ¿qué ofrece La Rioja al visitante?**

Viajar a La Rioja es vivir a través de los sentidos. Somos la región más pequeña de España, pero nuestro territorio esconde paisajes y rincones propios de todo un continente. Tiene algo de mediterráneo, que aúpa los viñedos; algo de alpino, que corona las sierras nevadas en invierno y un secado profundo que crea paisajes lunares. Y sobre todo un protagonista: el agua. Siete ríos nacen en la región y la decoran con diversos paisajes. A cada paso por La Rioja cambiarás de mundo sin salir de esta tierra.



# LAS ASOCIACIONES NOS INFORMAN

La primera edición de los premios de la Federación Andaluza de Agencias de Viajes reconoció a finales de abril la labor de diferentes empresas, instituciones y personas que a criterio de un jurado compuesto por miembros de la propia FAAV, de la CEAV y de la CEA, han sido merecedores de estas distinciones. “Todas las agencias de viajes andaluzas merecerían este año tener este premio, dadas las especiales dificultades con las que venimos trabajando en los últimos dos años” afirmó Luis Arroyo, presidente de la federación. El evento fue organizado por la FAAV y por la Asociación de Agencias de Viajes de Almería (ASAVAL), y contó con el patrocinio de CAJAMAR, Diputación Provincial de Almería, Costa de Almería, Ayuntamiento de Almería y Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía S.A. (Turismo Andaluz).

El premio a la trayectoria recayó en Viajes Pino, agencia de viajes sevillana con más de 30 años de andadura y de la que se valoró no solo su intachable recorrido, sino también su disposición a ayudar, orientar e informar al sector a través de la actividad que su grupo de empresas realiza en materia de asesoramiento. Recogió el premio su director Manuel Pino.

En el ámbito de receptivo se premió a la empresa radicada en Cartaya Huelva Tour Visión, que viene prestando sus servicios desde 1997 ofertando rutas por la provincia onubense, así como por otros territorios de Andalucía. Subió al estrado para recoger el premio su gerente, Rafael Borrego.

En el apartado de proveedor el premio recayó en Opentours, agencia de viajes mayorista establecida en la Costa del Sol desde 1966 y que ofrece sus servicios a las agencias a través principalmente de su especialización en la distribución de hoteles en toda España, con especial acción en Andalucía. Su director, Ángel Martín fue el encargado de recoger la distinción.

## ALMERÍA ACOGE LA ENTREGA DE PREMIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES ANDALUZAS



Y en cuanto a institución, el jurado decidió premiar a Turismo Andaluz, por su colaboración con las agencias de viajes para promocionar el destino Andalucía. Alberto Ortiz, director-gerente del organismo, recibió el premio.

Además de los premiados en estas cuatro categorías, se entregaron merecidas distinciones a Marcial Corrales, de Radio Marca, por su constante apoyo al sector desde su programa radiofónico Paralelo 20, y a título póstumo a Luis Pérez Gascón, profesional de amplísima trayectoria que jugó un importante papel en el ámbito asociativo andaluz.

El acto estuvo conducido por la periodista Belén Nieto y contó con la presencia de M<sup>a</sup> del Mar Vázquez, primera teniente alcalde del Ayuntamiento de Almería, Fernando Giménez, diputado de turismo de la Diputación Provincial de Almería, Vicente García Egea, delegado de turismo de la Junta de Andalucía, Carlos Garrido, presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, así como los presidentes de las diferentes asociaciones territoriales que componen la FAAV.



# LAS ASOCIACIONES NOS INFORMAN

Luis Arroyo y Antonio Caño, presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Córdoba y secretario de la FAAV, mantuvieron en marzo un encuentro al más alto nivel con la Asociación Portuguesa de Agencias de Viajes y Turismo (APAVT) en el que participó su presidente Pedro Costa.

Durante el mismo se avanzó en la realización de acciones y encuentros para incrementar la colaboración entre las agencias de viajes andaluzas y las portuguesas, así como la promoción de ambos destinos junto a los organismos públicos competentes en materia de turismo.

En septiembre de 2021 se celebró la III Cumbre Hispanolusa de Agencias de Viajes, congregando en la provincia de Huelva a más de setenta directivos del sector de uno y otro lado de la frontera. En dicho encuentro se visibilizaron muchas oportunidades de colaboración que permitirían la dinamización turística de ambos territorios a través de un sector, el de las agencias de viajes, que vertebraba a los diferentes actores de la industria de los viajes y el turismo.

“Las agencias de viajes tenemos mucho que decir en una actividad económica tan potente que genera en nuestro país vecino más del 15% del PIB y en Andalucía casi el 14%”, señaló Luis Arroyo, “y es por ello que tenemos un especial interés en que la FAAV y la APAVT incrementen sus relaciones, sabiendo que ello será bueno para nuestros territorios y por supuesto para las propias agencias de viajes”.

La delegación andaluza constató la pujanza de esta edición de la BTL, que ha vuelto con fuerza tras dos años sin poder llevarse a cabo a causa de la Covid19. Se ha celebrado del 16 al 20 de marzo en la capital portuguesa, con la participación de 60 países y unas expectativas de visitantes que rozan los 70.000.

## ANDALUCÍA Y PORTUGAL, MÁS UNIDAS QUE NUNCA A TRAVÉS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES





## LA FEDERACIÓN ANDALUZA DE AGENCIAS DE VIAJES SE REÚNE EN SEVILLA PARA CELEBRAR SU ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA



Con la presencia de los presidentes de las asociaciones provinciales, hicieron un repaso de lo acontecido durante el pasado año y de las expectativas para 2022, abordando y poniendo lugar y fecha a proyectos como los premios de la FAAV y el I Foro de las Agencias de Viajes Andaluzas.

Durante la Asamblea se trataron otras cuestiones como la evolución del sector y la posible afección que el conflicto de Ucrania pueda tener sobre la industria de los viajes y el turismo. “El debilitamiento de la pandemia nos hacía ser optimistas, pero estos tambores de guerra vuelven a generar incertidumbre”, ha asegurado Luis Arroyo, presidente de la Federación Andaluza de Agencias de Viajes. La reunión se inició con un minuto de silencio en reconocimiento y apoyo a las víctimas. Sobre los cambios normativos que afectan al sector, se valoró positivamente la modificación en la regulación que afecta a los viajes combinados, publicada en BOE de 1 de marzo, y que pone fin a la responsabilidad solidaria, respondiendo cada parte del correcto cumplimiento de los servicios.

De igual manera se apreciaron los avances que se están dando a nivel europeo con la revisión de la Directiva Europea, en la que está participando la Confederación Española de Agencias de Viajes, de la que la FAAV forma parte.

Se rindieron cuentas de las diferentes reuniones que la Federación ha mantenido con la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía respecto al proyecto de decreto que regula a las empresas de intermediación turística en la comunidad autónoma andaluza.

La Asamblea se celebró en el recién inaugurado hotel Abba Sevilla y fue precedida de un almuerzo en el que participó la responsable de Promoción, Información Turística y MICE de CONTURSA-Turismo de Sevilla, Beatriz Arilla. A la cena posterior asistieron la vicepresidenta de PRODETUR, Manuela Cabello, así como su director-gerente, Amador Sánchez. El presidente de la Confederación Empresarial Sevillana, Miguel Rus, también acudió a saludar a los participantes y a trasladarles el apoyo de la CES y de la CEA.



# LAS ASOCIACIONES NOS INFORMAN

## EL II SALÓN DEL VIAJE DE SEVILLA SE CELEBRARÁ DEL 8 AL 10 DE SEPTIEMBRE

La Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla (AEVISE) anunció en FITUR que, tras dos años de parón por la pandemia, vuelve a organizar el Salón del Viaje de Sevilla. En esta ocasión el slogan elegido es “La herencia de Magallanes y Elcano: ¡estamos de vuelta!” en una doble alusión al regreso a Sevilla de los marineros que pudieron culminar la primera vuelta al mundo y al esperado regreso a la normalidad de las actividades ligadas a los viajes y el turismo.

Constará de tres jornadas bien diferenciadas: una primera que servirá de homenaje a la gesta de la primera circunnavegación, de cuyo fin se cumplen 500 años precisamente el 8 de septiembre, una segunda dirigida a profesionales de los viajes y el turismo y una tercera abierta al público, con exposiciones y presentaciones de productos y destinos.

El presidente de AEVISE, José Manuel Lastra, explicó que “la intención es poner en valor la importancia que Sevilla tuvo y sigue teniendo en el mundo de los viajes, a la vez que relanzar la actividad de las agencias, tras unos tiempos especialmente complejos en los que la merma en nuestros negocios ha sido de altísimo impacto, debido a las especiales circunstancias que la Covid19 ha impuesto”. Ha recordado el gran valor que el sector de las agencias de viajes aporta a la industria turística en general y las oportunidades que se abren ante un escenario en el que se constata que “el viajero busca más que nunca asesoramiento, seguridad y calidad. Todo ello lo aportan los agentes de viajes”.





## LAS ASOCIACIONES NOS INFORMAN

### **AEVISE SEÑALA QUE LOS EXPEDIENTES DE REGULACIÓN TEMPORAL DE EMPLEO ARROJAN UNA IMPORTANTE BRECHA DE GÉNERO**



El pasado 8 de marzo, la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla denunció que en el sector de las agencias de viajes, el que mayor porcentaje de trabajadores mantenía en situación de ERTE, el 76,3% de las personas afectadas eran mujeres.

“Mientras que en la globalidad de todos los sectores la brecha es de 7 puntos (53,5% de mujeres y 46,5% de hombres) en las agencias de viajes el diferencial se eleva hasta más de 50 puntos (76,3% frente 23,7%)” afirmó Lina Fuentes, vicepresidenta de AEVISE.

La asociación reafirmó su compromiso en la lucha por la igualdad de género en el sector del viaje al crear una vocalía específica en su última junta directiva, desde donde tratan de identificar los déficits existentes en esta materia y aportar soluciones para conseguir erradicarla. Se han realizado encuentros para abordar el problema y está previsto seguir trabajando en esa dirección.

“En un día tan especial como el 8 de marzo, desde AEVISE queremos mandar un mensaje de compromiso en la lucha contra las desigualdades en materia de género. Se ha avanzado, pero queda mucho por hacer y las asociaciones debemos trabajar activamente para que las empresas hagan una apuesta inequívoca en favor de las políticas de igualdad”, afirmó su presidente, José Manuel Lastra.

### **AVIPO ENTREGA DOS PREMIOS EN LA GALA DE TURISMO Y HOSTELERÍA DE PONTEVEDRA**

La Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Pontevedra entregó dos premios en la Gala de Turismo y Hostelería de la provincia de Pontevedra celebrada en Sanxenxo el 30 de marzo. Mar Rodríguez Meseguer, presidenta de AVIPO, hizo entrega del premio a la trayectoria profesional a José Ángel Espada Barros, de Viajes All Tour.

Por su parte, Diego Otero Villaraviz, vicepresidente de AVIPO, entregó el premio a la trayectoria profesional a José Manuel Maciñeiras Corral de Viajes Ultratur/Viajes Vincit.





# LAS ASOCIACIONES NOS INFORMAN

El pasado marzo, después de dos años difíciles, en los que el sector de las agencias de viajes ha mostrado su resiliencia ante la pandemia, la Federación Castellano Leonesa de Agencias de Viajes (FECLAV), con el apoyo de la Asociación Salmantina de Agencias de Viajes (ASAV), celebró en Salamanca el VI Congreso de Agencias de Viaje de Castilla y León.

La sede de la Confederación CEOE CEPYME Salamanca reunió a 60 agencias de viajes de Castilla y León en un encuentro profesional al que asistieron el vicepresidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Pablo Parrilla; el presidente de FECLAV, Jerónimo Fernández; el miembro de la junta directiva de ASAV, Ricardo Criado; el presidente de la patronal salmantina, Diego García y el concejal de Turismo del Ayuntamiento de Salamanca, Fernando Castaño.

Entre las reivindicaciones solicitadas por los profesionales castellanoleoneses del sector en la sexta edición de este congreso autonómico destacó la petición a las Administraciones de un ERTE especial para el sector, así como una prórroga en la devolución de los préstamos ICO, en atención a la especial virulencia que ha tenido el COVID-19 en el normal funcionamiento de las agencias de viajes.

“Nuestro sector ha sido el más afectado de largo por la pandemia y pedimos ser tenidos en cuenta. Queremos volver cuanto antes a las cifras previas al COVID, pero la guerra ha parado la gran afluencia de clientes interesados en viajar que habíamos conseguido a principios de año. Prevemos que el sector en Castilla y León facture en 2022 entre un 50-60% de lo conseguido en el último año antes del COVID, el 2019”, recordó Jerónimo Fernández, presidente de FECLAV.

## LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CASTILLA Y LEÓN

### SE REÚNEN EN SALAMANCA PARA PRESENTAR EL SELLO DE CALIDAD ‘VIAJA FACYL’



Además, FECLAV presentó en Salamanca el sello ‘Viaja Fácil’, en el que sus agencias participantes ofrecerán a los viajeros con más de 50 años una amplia oferta de destinos nacionales e internacionales con salida desde las nueve provincias de Castilla y León. Los viajes con este sello destacan por sus altos estándares de calidad y un precio cerrado en el que están incluidas las excursiones, el acompañamiento de guías expertos en el destino y la pensión completa en hoteles, mínimo de cuatro estrellas.

“El sello de calidad ‘Viaja Fácil’ contiene todo lo que las agencias de FECLAV ofrecemos a diario: variedad de destinos, calidad en el servicio contratado y el compromiso con nuestro cliente para que solo se tenga que preocupar de disfrutar de su viaje”, destacó Jerónimo Fernández.



## AENOR, ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE INCENTIVO IDEMICE Y EVENTSOST FIRMAN UN ACUERDO DE COLABORACIÓN



AENOR, I'M+ y EVENTSOST han firmado un acuerdo de colaboración para desarrollar un ambicioso proyecto conjunto de sostenibilidad en los viajes de incentivo.

El proyecto, novedoso y pionero a nivel internacional, conseguirá a lo largo de este año marcar cuáles son las pautas que todo organizador de viajes de incentivo debe tener en cuenta para garantizar a los clientes un impacto ambiental mínimo y un impacto social y económico positivo.

Para ello, crearán un grupo de trabajo conjunto e integrado por técnicos de cada entidad, que definirá la estrategia de sostenibilidad para la organización de viajes de incentivos con la siguiente hoja de ruta:

- A. Análisis de los criterios de sostenibilidad que afectan de manera específica al diseño, contratación y gestión operacional de viajes de incentivo, y más en concreto a la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.
- B. Tras este análisis se elaborará de una “Guía de Buenas Prácticas Sostenibles para viajes de incentivo” que cumpla con los requisitos de la certificación conjunta para eventos sostenibles de “Certificate of Compliance” por parte de Eventsost , ISO 20121 por parte de AENOR y las especificaciones técnicas de los profesionales de los viajes de incentivo que servirá para que la asociación IM+ IdeMICE pueda construir su posicionamiento y discurso como asociación para todo lo referente a temas relacionados con la sostenibilidad.
- C. Para facilitar la puesta en marcha del esquema de certificación conjunto, Eventsost trabajará en la adaptación de su plataforma de diseño de eventos más sostenibles EventsostKEY, cuyo resultado final será validado en un proyecto piloto por las tres entidades.



# LAS ASOCIACIONES NOS INFORMAN





# CEAV PARTNERS



## PLATINO

---

amadeus



## ORO

---

Allianz Partners



renfe



## PLATA

---



## BRONCE

---

Binter



mundicover





# CEAV PARTNERS: EUROP ASSISTANCE

## CONSEJOS PARA VIAJAR DE EUROP ASSISTANCE

Tu campaña comercial no puede quedarse congelada por el frío. Si a tus clientes son frioleros, pueden optar por un destino cálido. Hablando del frío, para los nórdicos no existe, lo que hay son personas mal abrigadas. Esta idea nos lleva a una importante conclusión: no hay excusas para dejar de viajar. Lo que necesitas para convencer a tus clientes son soluciones para que puedan viajar seguros.



## Consejos para viajar

La única premisa para viajar en invierno es una buena planificación. De hecho, lo ideal es disfrutar del viaje antes de iniciarlo, deleitándose con todo lo que se hará en él, preparando todos los detalles y soñando con los lugares que se visitarán. Tus clientes agradecerán estos consejos, que servirán para disipar todas sus dudas y lanzarse a la aventura. ¡Comenzamos!



### Previsión médica

En algunos destinos hay que estar vacunado de enfermedades locales. Tampoco está de más llevar siempre consigo un botiquín. En este [enlace](#) encontrarán toda la información oficial al respecto.



### Pasaporte COVID

En estos tiempos de pandemia no hay que dejar de viajar. Disponer del pasaporte COVID es una gran idea para evitar contratiempos. [Aquí](#) encontrarán ayuda oficial para que tus clientes viajen con garantías.



### No viajar sin seguro

La mejor decisión que pueden tomar tus clientes. Elegir un seguro que les cubra y les proteja de cualquier eventualidad. **Europ Assistance** dispone de la modalidad adecuada de seguro para cada tipo de viaje.



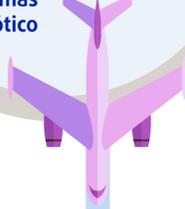
### Rumbo al norte

Gran elección. De hecho, hay viajes que no tendría sentido realizar si no es en invierno. Visitar las grandes capitales, disfrutar de la época navideña más auténtica, practicar deportes de invierno... En **Europ Assistance** siempre encontrarán un seguro que les proteja. Recomendamos a tus clientes que, este invierno, no pierdan el norte.



La otra opción es huir del frío. Según se van abriendo y reactivando destinos, surgen grandes ofertas de viajes que tus clientes pueden investigar y aprovechar. Fuera de temporada, sin prisas y sin masificación, es un excelente momento para disfrutar contracorriente.

### El sur más exótico



### ¿Asia o América?

Viajes fascinantes que hay que hacer al menos una vez en la vida. El invierno es una época ideal. Nada estropeará el viaje si se cuenta con un seguro de viaje de **Europ Assistance**. Ahí van algunas propuestas para soñar: India, Indonesia, Japón, Tailandia o China. EE.UU., Canadá, Costa Rica, Perú, Guatemala... La lista es interminable.

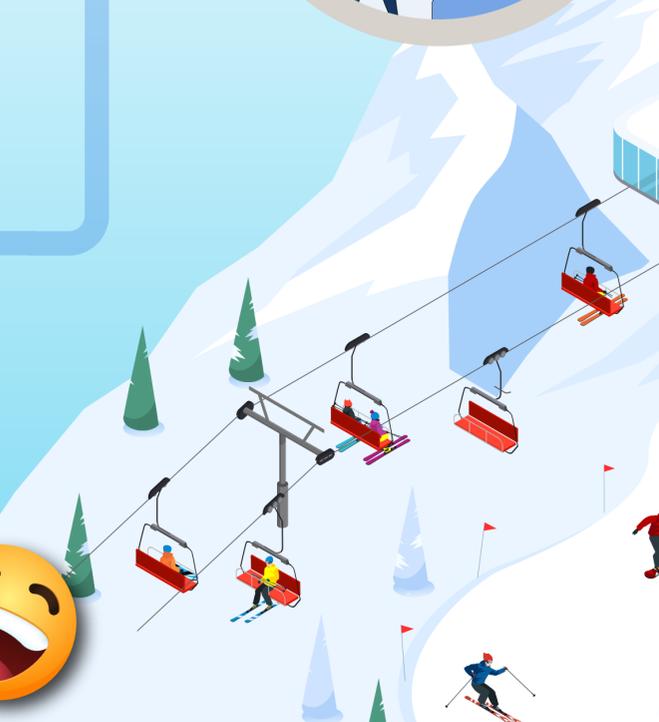


### Viajar seguro con Europ Assistance

Vayan donde vayan lo más importante es contar con un seguro que aporte tranquilidad y confianza. **Europ Assistance** dispone de seguros sea cual sea la naturaleza del viaje: turístico, cultural urbano, de sol y playa, deportivo, a la nieve, en grupo, individual... Da igual que el viaje sea muy cerca o muy lejos, de corta o de larga duración, tus clientes siempre encontrarán un seguro hecho a su medida como el **Anual, Viajero Plus, Nieve...** ¡Bon voyage!



Y por encima de todo, que disfruten.





SEGUROS EUROP ASSISTANCE

# Únete al mejor equipo y gana

¡Tenemos mucho que ofrecerte!



No dejes pasar esta oportunidad

Déjanos tu tarjeta de visita y nos ponemos en contacto contigo para contarte todos los beneficios que Europ Assistance puede ofrecer a tus clientes.

[¿Empezamos?](#)



Excelencia en asistencia mundial 24/7



Catálogo de seguros flexible



Alta rentabilidad



Soluciones digitales de venta a tu medida



Soporte comercial y marketing personalizado



# CEAV PARTNERS: CDV

## 1

**¿Podrías presentar CDV? ¿Cómo ha evolucionado en el tiempo?**

CDV es un mayorista de hoteles y consolidador aéreo que bajo una plataforma tecnológica de última generación facilita el día a día a las agencias de viaje ofreciéndoles sin ningún coste una herramienta que les da la posibilidad de competir y obtener mayor productividad y rentabilidad.

Somos uno de los principales consolidadores aéreos del mercado español. Desde nuestros inicios hemos hecho las cosas diferentes: fuimos pioneros en la implementación del “o” fee de emisión en España, así como siendo el único consolidador aéreo con un equipo comercial en la calle cerca de las agencias de viajes.

CDV es la fórmula que combina tecnología y personas. Desarrollamos tecnología propia de última generación y siempre en continua actualización y lo combinamos con personas que están cerca de las agencias junto un soporte de primer nivel con nuestro departamento de booking.

Creemos en la inversión como palanca de crecimiento y desarrollo para posicionarnos en los próximos años como el primer consolidador aéreo del mercado español (más de 7 millones de euros aportaciones de socios).

Hemos evolucionado en resultados y crecido de una forma sorprendente desde nuestros inicios pasando de 34 empleados en 2019 a 70 en 2022.

## ENTREVISTA A

## JUANFRAN

## TRASMONTE

### CEO DE LWT (LOW WORLD TRAVEL)

Nuestra voluntad y nuestro objetivo es conseguir que se nos identifique con nuestro lema “*personas y tecnología Cerca De Vosotros*”.

## 2

**¿En qué medida os ha afectado la crisis provocada por la pandemia? ¿Cómo os habéis adaptado?**

La crisis para nosotros ha sido una oportunidad, ya que hemos realizado una fuerte inversión (más de 4 millones de euros) para seguir mejorando procesos y tecnología, lo que nos ha permitido estar más cerca y conectar con las agencias. Esto nos ha llevado a posicionarnos de una forma clara y contundente.

Hemos contratado mucho talento y un equipo de primer nivel en el que combinamos juventud y experiencia para seguir creciendo en los próximos años creando la estructura y pilares necesarios.



# 3

## ¿Cómo trabajáis con las agencias de viajes?

Trabajamos con el equipo comercial que visita las agencias de viaje, entiende las necesidades del cliente que luego se trasladan a la plataforma tecnológica que acceden las agencias en su día a día. También apoyando el asociacionismo y aportando nuestra colaboración a las asociaciones profesionales.

# 5

## ¿Qué previsiones barajáis a corto plazo en cuanto a la situación general del sector y a vuestra situación concreta?

Creemos que el sector, aunque con incertidumbres, se terminará de recuperar el próximo año y por parte de CDV pasar de los 60 millones de euros para este 2022 a una previsión de 110 millones de euros en 2023. Es decir, un crecimiento muy importante.



# 4

## ¿Cómo converge en CDV la parte online y la offline?

En CDV, como ya he comentado, somos tecnología y personas. Ofrecemos una de las plataformas tecnológicas más innovadoras del sector y en constante evolución. Pero a su vez contamos con uno de los mayores y mejores equipos comerciales al servicio de las agencias del mercado español, junto a un equipo de personas en un departamento de booking propio cercano y muy valorado por las agencias de viaje.

El servicio y la tecnología son nuestros principales valores diferenciales en la parte “OFF Y ON LINE” en su justo equilibrio.

# 6

## ¿Cuáles son vuestros proyectos de futuro?

Actualmente estamos preparando el lanzamiento de CDV INTERNACIONAL, llegando a los principales países del mundo con nuestra tecnología. Queremos también seguir reforzando nuestro músculo financiero con una importante ampliación de capital en 2023 además de continuar ofreciendo a las agencias un servicio de booking 24x7. Es decir, seguir creciendo e invirtiendo en personas y tecnología al servicio del sector.



**Binter**  
Líneas aéreas de Canarias

ESTE VERANO ACTIVA  
EL MODO AVIÓN 

Vuelos directos a  
**CANARIAS**



BOLSO  
DE MANO



EQUIPAJE  
DE MANO



APERITIVO GOURMET  
A BORDO



ENTRETENIMIENTO  
A BORDO



MAYOR ESPACIO  
ENTRE ASIENTOS

\*Servicios incluidos en todas nuestras tarifas

Salidas desde A CORUÑA, ASTURIAS, JEREZ DE LA FRONTERA, MALLORCA, MURCIA,  
PAMPLONA, SAN SEBASTIÁN, SANTANDER, VIGO, VITORIA-GASTEIZ Y ZARAGOZA



# CEAV PARTNERS: ALLIANZ PARTNERS Y MUNDICOVER

## ALLIANZ PARTNERS Y MUNDICOVER

### SE INCORPORAN A CEAV COMO NUEVOS PARTNERS

El Consejo Directivo de CEAV del pasado 11 de mayo aprobó la incorporación de Allianz Partners como nuevo partner oro y de Mundicover como nuevo partner bronce.

Allianz Partners es una compañía del Grupo Allianz y líder mundial en asistencia y seguros de viaje cuya misión es la de facilitar la vida a millones de personas en todo el mundo cuando más lo necesitan a través de soluciones innovadoras, rápidas y seguras.

Con una presencia internacional de más de 20.000 colaboradores en 78 países, ofrece respuestas en los ámbitos de la movilidad, el cuidado de las personas, los viajes y el hogar.

Por su parte, Mundicover es un bróker asegurador especializado en la distribución de seguros en el canal de agencias de viaje. Dispone de una plataforma de distribución de seguros de viaje pensada y diseñada especialmente para las agencias de viajes. Una web muy intuitiva, con una amplia gama de seguros exclusivos, muy competitivos, tanto en precios como en coberturas, y diseñados para cubrir todo tipo de situaciones, incluyendo cobertura Covid-19 en todos sus productos.

Estos acuerdos incluyen la posible participación de ambas empresas en los workshops y eventos organizados por CEAV, formación personalizada, apoyo institucional y asesoramiento sobre cuestiones específicas del ámbito turístico, entre otras colaboraciones. Asimismo, las agencias de viajes pertenecientes a CEAV contarán con un nuevo recurso más para ofrecer a sus clientes todas las garantías de viaje.

**Allianz**  **Partners**

**mundicover**



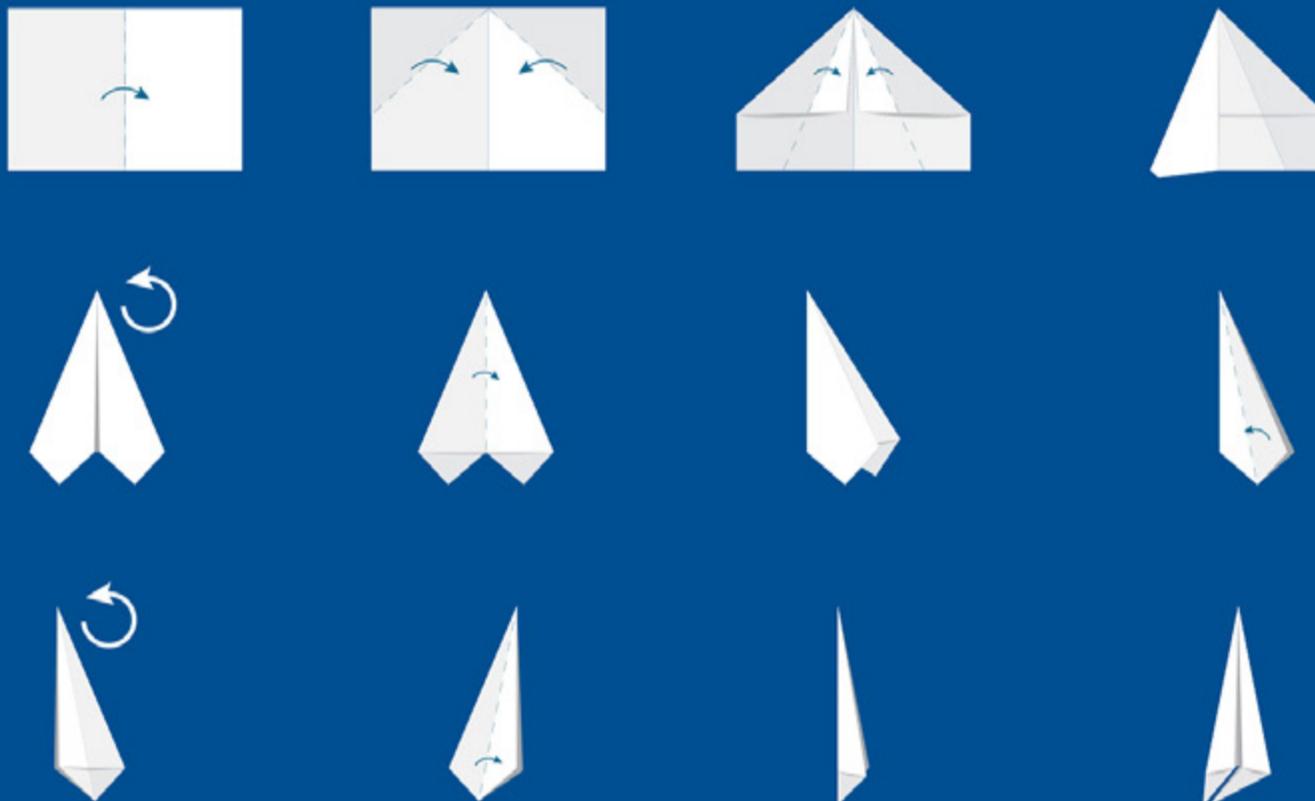
# CEAV PARTNERS: SABOREA ESPAÑA

Del 28 al 30 de marzo, durante la celebración de Madrid Fusión, CEAV, de la mano de su partner Saborea España, ofreció a sus agencias de viajes la posibilidad de asistir a la feria gastronómica y contactar con los destinos de Saborea España para cerrar citas de trabajo. Al margen de estas reuniones, los agentes de viajes pudieron acceder al certamen y disfrutar de show cookings, talleres de producto, degustaciones.

## SABOREA ESPAÑA EN MADRID FUSIÓN

Además, el presidente de CEAV moderó la mesa redonda *Destinos a la vanguardia del turismo gastronómico* en una jornada organizada por Saborea España e inaugurada por la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto.





## MÓNTATELO TAN BIEN COMO TUS CLIENTES

CUANDO DECIDEN IRSE DE VIAJE.

Porque los Seguros de Viaje RACE están hechos para que tus clientes tengan la máxima tranquilidad y tú, los mejores beneficios.



Miembro adherido a:





# CEAV PARTNERS: RECLAMATRAVEL



## RECLAMATRAVEL APUESTA POR LA DIGITALIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN DE LOS PROCESOS

ReclamaTravel, compañía líder en el segmento de las reclamaciones aéreas y partner estratégico para las agencias de viajes, a las cuales les dota de una herramienta de fidelización y post venta única en el mercado, ha dado un paso más hacia la digitalización y automatización de sus procesos.

Según palabras de Fernando Oñiga, CEO de ReclamaTravel: “Hay que tener en cuenta que ReclamaTravel la formamos agentes de viajes, que entendemos lo importante que es ofrecer un buen servicio post venta al cliente. Desde nuestro inicio, nos pusimos como objetivo proporcionar a las agencias un sistema que les permitiese saber qué sucede con sus clientes por el mundo y que, si alguno de ellos tiene una incidencia reclamable, puedan interactuar con él, ofreciéndole una solución.

Esta interacción requiere un pequeño paso por parte del agente de viajes, que le ocupa unos pocos

segundos y que le permite enviar una comunicación a su cliente, en un plazo medio de 36 horas después del aterrizaje del avión, cuyo vuelo haya generado la incidencia reclamable.

Ahora y gracias a los acuerdos alcanzados con nuestros partners tecnológicos, las empresas proveedoras de software más importantes del mercado, hemos desarrollado una automatización del proceso, que le permite a la agencia interactuar con su cliente sin necesidad de hacer nada. El envío de la comunicación se realiza de manera desatendida, por email o por sms.

Hoy en día una agencia puede ofrecer el mejor servicio de fidelización, cuidando al máximo a su cliente, proporcionándole la solución a su problema, sin necesidad de hacer nada y además conseguir un ingreso. La agencia de viajes nunca pierde el control gracias a su panel y a las comunicaciones que recibe, todo en un entorno digitalizado y seguro”.



***¿ Han tenido tus clientes alguna incidencia con su vuelo ?***

Sin riesgo. Si no se gana no se paga.  
Fácil. Reclama en un click.  
Expertos. 98% éxito.  
Máxima compensación económica.



**960 660 283 || [comercial@reclamatravel.com](mailto:comercial@reclamatravel.com)  
[www.reclamatravel.com](http://www.reclamatravel.com)**



# SUMMERWIND, COLABORADOR DE CEAV



## SUMMERWIND ESTUVO PRESENTE EN FITUR 2022

Una vez más, SUMMERWIND estuvo presente en la edición No. 42 de la Feria Internacional de Turismo más importante a nivel mundial, FITUR 2022, la cual tuvo lugar en Madrid del 19 al 23 de enero.

Con un impresionante stand ubicado en el pabellón 8, dimos acogida a diversos visitantes del medio: agentes de viajes y proveedores de la industria, ofreciendo información sobre los servicios de nuestras tres áreas: Pasaje, Cargo y Destinations.

Para Summerwind, las reuniones concretadas durante FITUR crearon oportunidades de negocio con nuevas compañías y demás aliados interesados en levantar nuevamente el turismo tras años difíciles de pandemia.

Nuestro compromiso con cada uno de los socios, colaboradores y compañías representadas es tan solo una muestra del sólido liderazgo en materia de turismo que poseemos y que reflejamos en cada una de nuestras acciones. Con nuestro trabajo apostamos incansablemente por el sector, dejando atrás malos presagios, continuando convencidos de que lo que se viene es éxito asegurado.



# camerfirma

AN INFOCERT COMPANY

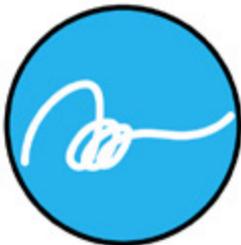


Agente  
Digitalizador del

 **KIT**  
DIGITAL

## Prestador de Servicios de Confianza Cualificados

Ayudamos a las **Agencias de Viajes**  
en la Transformación Digital de sus Procesos



**Plataforma  
de Firma**

GoSign  
Business



**Certificados  
Digitales**

Empresas, AAPP,  
Ciudadanos...



**Firma  
Centralizada**

Centralización  
Certificados  
en Nube

 **GoSign** By *Sike*  
  
BUSINESS

- Contratos de Viajes Combinados**
- Descargos de Responsabilidad**
- Itinerarios, Presupuestos, Seguros, Otros Procesos...**

Ya somos **AGENTE DIGITALIZADOR**

Descubre nuestras soluciones en [www.camerfirma.com/kit-digital/](http://www.camerfirma.com/kit-digital/)

No te pierdas nuestros **Webinars** en [webinars.camerfirma.com](http://webinars.camerfirma.com)



# DE VISITA EN WOW, EL NUEVO DISTRITO CULTURAL DE OPORTO

CEAV organizó el pasado día 5 de mayo un viaje de prospección a Oporto invitados por WOW. Una oportunidad excepcional para conocer el nuevo barrio gastronómico que la ciudad ofrece, repleto de espacios elegantes que invitan a saborear los mejores vinos. Sin duda la gastronomía es uno de los principales motivos que dinamizan el turismo. Portugal ofrece un gran interés turístico por su cocina y ahora WOW añade un plus único.



*Carlos Garrido con Adrian Bridge, CEO de WOW*

En este viaje, CEAV reunió a 20 directores comerciales de las diferentes empresas turísticas que colaboraron en el workshop de Lisboa. Durante dos jornadas muy interesantes, los asistentes estuvieron alojados en el mejor hotel de Vila Nova de Gaia, el magnífico THE YEATMAN OPORTO, un Relais Chateaux con las mejores vistas sobre la ciudad.

Durante las jornadas, se mantuvo un encuentro profesional con empresarios turísticos locales para establecer un networking muy interesante entre todos. Esta recepción fue encabezada por Adrian Bridge, CEO de The Fladgate Partnership, quien tuvo unas cordiales palabras de bienvenida con todos los presentes y en especial con el presidente de CEAV.

WOW ofrece a los viajeros un barrio nuevo para los amantes de Portugal y de la ciudad costera conocida por sus imponentes puentes y distrito medieval de la Ribeira con sus calles angostas de adoquines. Oporto siempre es un destino de interés para el turista, pero sin duda la creación de WOW aporta un valor añadido en la visita y creemos desde CEAV que los agentes de viajes deben conocerlo de primera mano para entender el conjunto de interés turístico que representa. Por ello, entre CEAV y WOW se desarrollarán unas acciones comerciales y de colaboración que iremos explicando en esta páginas de nuestra revista digital. En nombre de CEAV y su equipo estamos muy agradecidos a WOW por su cordialidad y profesionalidad.



## WOW, EL NUEVO DISTRITO CULTURAL DE OPORTO

Un nuevo barrio cultural y turístico ha nacido en Oporto. World of Wine (WOW) cuenta con siete experiencias diferentes y 12 restaurantes, bares y cafeterías. También incluye la escuela del vino, múltiples tiendas, una sala de exhibiciones y muchos espacios para eventos. Se encuentra en la orilla sur del Duero y tiene una vista espectacular sobre el río y el puente D. Luís I. Destaca por la restauración y rehabilitación de las antiguas bodegas de Oporto que, de este modo, cobran vida al servicio de la ciudad y la región norte de Portugal.

WOW recopila la historia y las emociones que se esconden detrás del vino portugués, el ritual en torno a esta bebida y la industria del corcho. Pero

va mucho más allá del vino, sumergiéndose en el patrimonio histórico de Oporto y revelando los secretos de algunas de las principales industrias de la región, como el textil y la moda. Para redondear la experiencia, contará también con la magia que aporta la fábrica de chocolate.

El proyecto, clasificado como Interés Nacional Potencial (PIN), tiene la misión de reforzar la oferta cultural de la ciudad de Oporto, así como mejorar el potencial de la región en sectores estratégicos como el vino, la industria y el patrimonio. Además, nace con la misión de aumentar el atractivo turístico de la zona, siempre bajo criterios de sostenibilidad, para así incrementar la estancia media en el norte del país.





En total, sus 55 mil metros cuadrados mezclan cultura, tradición y arte, en un viaje tan divertido como educativo, atractivo para todas las edades. El proyecto ha sido impulsado por el grupo The Fladgate Partnership, propietarios de importantes marcas de vinos de Oporto, hoteles, restaurantes y empresas de distribución y sostenibilidad.

Para llevar a cabo un proyecto tan ambicioso, WOW generará 350 empleos directos, que se incorporarán al equipo después de un exigente proceso de selección. Para facilitar la integración de los empleados y dada la realidad del mercado inmobiliario, Adrian Bridge, CEO de The Fladgate Partnership, proporcionará soluciones de alojamiento para alojar temporalmente a los empleados.





El proyecto arquitectónico fue diseñado por Broadway Malayan, con el objetivo de respetar el contexto histórico local y poner en valor el espacio, aprovechando las magníficas vistas sobre el río Duero y su ubicación en la ribera del río de Oporto.

Con el objetivo de mantener la integridad y el espíritu de los antiguos almacenes, siempre vinculados al vino y a la propia historia de la ciudad, el proyecto mezcló lo antiguo y lo nuevo en una continua experiencia de autenticidad y descubrimiento.

En la renovación de los diferentes almacenes históricos se mantuvieron algunas de las estructuras de madera originales, y la estructura se recubrió con mampostería de granito. Se realizaron también algunos refuerzos, reemplazando algunas estructuras con escaso valor histórico, a la vez que se utilizaban los mismos materiales y técnicas originales para mantener una coherencia estética.

Además, se agregaron otros elementos necesarios para salvar la pendiente natural, igualar el terreno y crear toda la infraestructura necesaria, incluidas las zonas de estacionamiento, las áreas de servicio y las salas de máquinas, todo sin afectar a la experiencia de los visitantes.

El resultado final continúa respetando el contexto histórico prestando especial atención a los detalles, uniendo sutilmente el patrimonio a los nuevos elementos y dando lugar a una ventana única a Oporto y, en última instancia, a Portugal.

La segunda y tercera fase del proyecto, que incluyen los edificios de The Chocolate Story y Porto Fashion & Fabric Museum, fueron conceptualizadas y creadas por el equipo de arquitectura de The Fladgate Partnership Group. El edificio de la experiencia de Moda y Diseño es una renovación cuidadosa de un edificio que data del siglo XVIII e incluye una capilla del arquitecto Nicolau Nasoni.

Para los amantes del vino, los conocedores curiosos y los profesionales del sector, la Escuela del Vino de WOW ofrecerá cursos de vino para todos los grados de interés y conocimiento. Con tres salas de formación, dos con sala de catas y otra con cocina, es el lugar ideal para aprender todo sobre el vino portugués, incluyendo: cómo diferenciar y elegir el vino, cómo maridar con platos y aperitivos, etc.

El programa incluirá cursos introductorios al vino portugués, con una duración de 90 minutos. Estos cursos se impartirán por la mañana o por la tarde, y constituirán un recuerdo práctico que cada uno podrá llevarse de Oporto, así como una excelente manera de crear nuevos embajadores para el vino portugués. The Wine School también presenta diferentes oportunidades de cursos personalizados, incluidas visitas a los viñedos de algunos productores de vino de la región.

Situado en una ubicación privilegiada de Oporto, WOW sirve como un lugar estratégico para eventos, ya sean personales, institucionales o corporativos. WOW dispone de un espacio para diversos usos, con capacidad para 250 personas, totalmente cubierto por una cristalera, con magníficas vistas de la ciudad. El lugar es idóneo para lanzamientos de productos y fiestas, ofrece elementos divertidos para cualquier celebración, como una pista de baile y un bar, así como calefacción en la terraza.

Mientras que la plaza al aire libre sigue siendo el punto central del complejo, el “factor WOW” proviene de las vistas que ofrece, ya que es el punto de partida obligatorio para los visitantes de Oporto: la orilla del río, la Torre Clérigos, el río Duero y el puente de Don Luis I.



La plaza está formada por varios restaurantes y bares que ofrecen una cuidada selección de vinos, café portugués, ensaladas frescas y nutritivas, deliciosos aperitivos, opciones de comidas rápidas y restaurantes para sentarse. Lo que deseen los visitantes, lo pueden encontrar en uno de los bares o restaurantes de WOW.

WOW se encuentra en la Rua do Choupelo, en Vila Nova de Gaia. Hay cuatro formas de acceder a él. Tres de las entradas están situadas en la Rua do Choupelo, una más cercana al hotel, The Yeatman y donde los autobuses deben dejar a los visitantes, otra entrada que está más alejada del hotel, pero todavía en la Rua do Choupelo y otra que está situada exactamente al principio de la calle para los que suben desde el muelle de Vila Nova de Gaia.

La cuarta entrada es útil para los que quieran utilizar el transporte público. Se encuentra en la Rua Cândido dos Reis y está a menos de 10 minutos a pie de la estación de tren General Torres o de la estación de metro Jardim do Morro.

La entrada a las zonas exteriores de WOW es gratuita, incluyendo el acceso a restaurantes, cafeterías y tiendas. Las experiencias, las actividades de la escuela del vino, los eventos y las exposiciones son de pago.

Además, y en un nivel más exigente, The Wine School ofrecerá una formación más experta proporcionada por el reconocido Wine & Spirit Education Trust (WSET).

Para mas infomacion sobre WOW y sus museos y restaurantes, contacta en [info@wow.pt](mailto:info@wow.pt)



[Abrir vídeo en](#)



  
puente<sup>aéreo</sup>

Madrid ↔ Lisboa

# Máxima comodidad, rapidez y flexibilidad

- ✓ 7 vuelos diarios a partir de Junio
- ✓ Máxima flexibilidad para cambiar de vuelo en el mismo día sin coste
- ✓ Fast Track en el Aeropuerto de Lisboa (excepto tarifa Discount)

Condiciones en

 tapagents.com



# ENTREVISTA A

## KRISTINA BAGATELIYA REGIONAL MANAGER DE TURISMO DE QATAR

Kristina Bagateliya es Regional Manager de Turismo de Qatar. Hemos charlado con ella y nos ha hecho un recorrido por todas las cuestiones de actualidad relacionadas con Qatar.

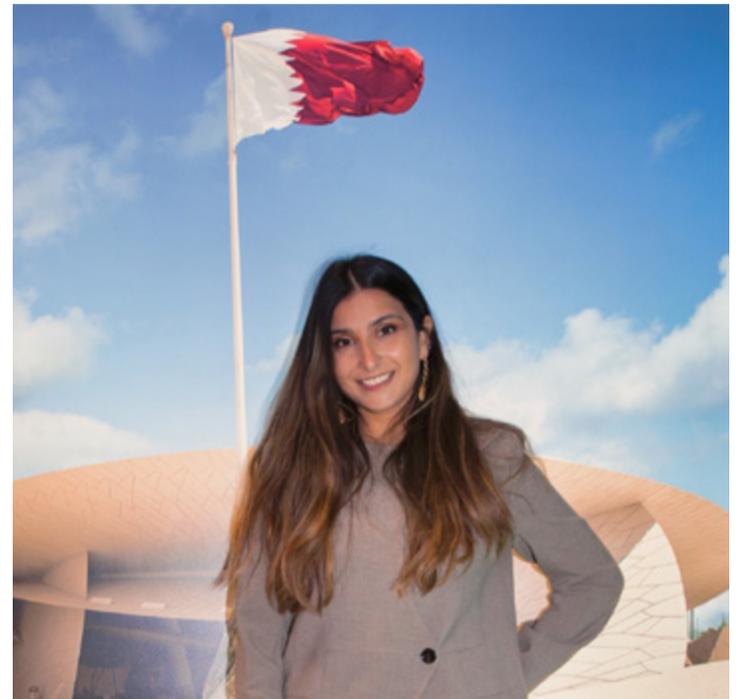
# 1

**Tras más de dos años de pandemia, ¿cuál es la situación del sector turístico en Qatar? ¿Cuáles son los requisitos de entrada?**

Desde la reapertura de las fronteras para los viajeros internacionales en julio del año pasado, el sector turístico de Qatar se está recuperando y atrayendo a los visitantes internacionales con una amplia gama de ofertas turísticas, que no deja de crecer, al tiempo que aplica medidas de salud y seguridad que tranquilizan a los viajeros.

Para Qatar es una prioridad implementar los mayores estándares de calidad y mantener la seguridad de todos los viajeros que nos visitan. Por ello, Qatar ha aplicado medidas sanitarias y de seguridad líderes en el mundo, como el programa “Qatar clean”, lanzado en colaboración con el Ministerio de Sanidad, que aplica las normas más estrictas de higiene y limpieza, e incluye rigurosos protocolos para garantizar la seguridad de los clientes. El 100% de los hoteles de Qatar cuentan con la certificación “Qatar clean” de este programa.

Además, el porcentaje de vacunación de Qatar está por encima del 90%, y el país



fue reconocido en 2021 como el tercer país más seguro del mundo por la revista Global Finance, que basó su análisis principalmente en cómo los países han gestionado la COVID-19.

Ya hablando de lo específico, los requisitos de entrada para los viajeros que visiten el país, contamos con un protocolo establecido y de fácil acceso. Por un lado, es necesario descargar la aplicación Ehteraz, que funciona como los green pass o pasaportes COVID europeos, utilizando un sistema de colores a través de su código QR para posibles rastreos en caso de notificarse casos positivos. Además, la realización de una prueba PCR 48 horas antes de la llegada a Doha es opcional si se cuenta con las dos dosis de vacunación con una validez de nueve meses, pero en este caso se deberá realizar una prueba de antígenos a la llegada.

Por último, no es necesario la tramitación del visado, ya que España es uno de los 95 países del mundo que no necesitan este trámite.



## 2

### ¿Cuáles son objetivos y perspectivas Qatar?

El objetivo de Turismo de Qatar es convertir al país en un destino turístico líder mundial y para ello se ha desarrollado un ambicioso plan, Qatar Tourism Strategy 2030, con el objetivo de recibir a más de seis millones de visitantes para ese año. Esto implica triplicar el número de visitantes internacionales actuales, lo que convertiría al país en el destino de Oriente Medio con mayor crecimiento de turistas internacionales hasta esa fecha y que el sector suponga el 12% del PIB de Qatar.

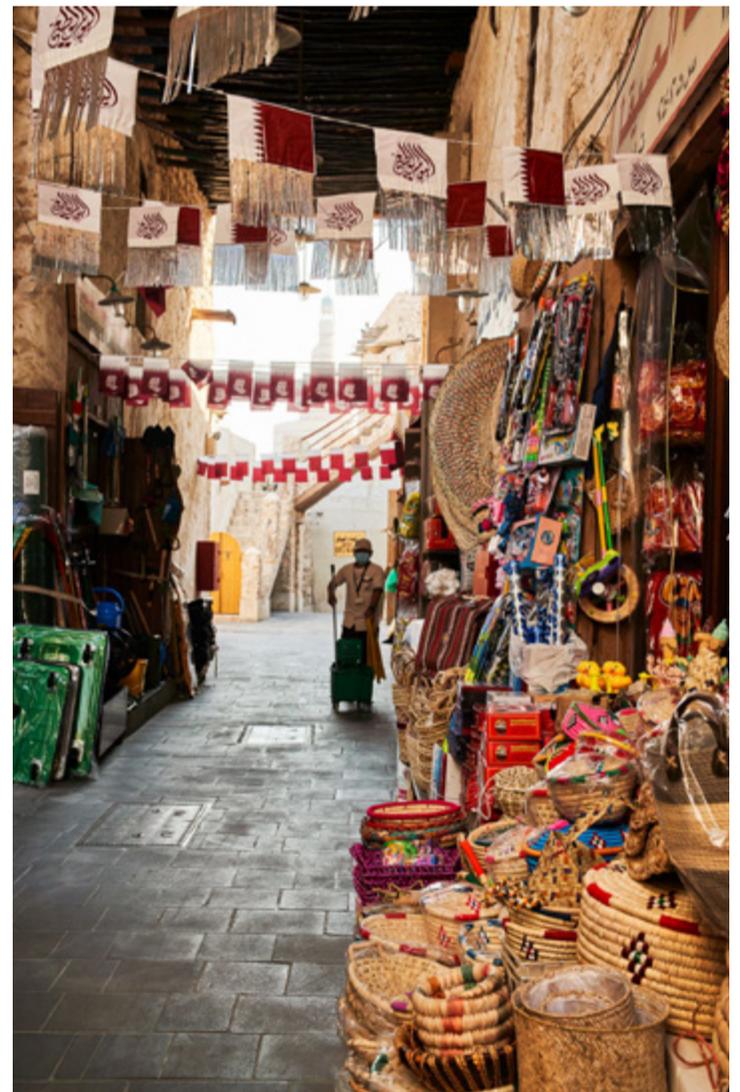
Para ello se están impulsando una serie de activos turísticos, tanto existentes como proyectos futuros, y una serie de nuevas iniciativas que pasan por una cuidada oferta turística: una infraestructura hotelera variada y de calidad, una gran diversidad de planes de ocio, deportes y culturales, altos estándares en la hospitalidad y servicios, una red de transportes eficaz o una restauración que abarque todos los gustos y bolsillos.

De esta manera, somos optimistas en cumplir con nuestros objetivos de cara a 2030, cuando se impulse el aumento del gasto de los visitantes entre tres y cuatro veces con respecto a los niveles prepandemia, que el turismo contribuya al 12% del PIB, posicionar a Doha como una de las 20 principales ciudades con mayor gasto por turista y, sobre todo, convertir a Qatar en un líder mundial en la excelencia de servicios.

## 3

### ¿Cómo ha transformado la pandemia los hábitos de los turistas que os visitan? ¿Han cambiado su forma de viajar?

La pandemia ha cambiado el comportamiento y las preferencias del viajero, algo que se ha visto de forma generalizada y que ha hecho que muchos destinos replanteen sus estrategias de promoción, adaptándose a las necesidades y nuevos deseos del turista. En el caso de Qatar, tenemos la suerte de que con nuestro plan estratégico de cara a 2030 nos estábamos adelantando a cómo podría ser el nuevo viajero, el del futuro, desarrollando una oferta turística sostenible, amplia y que fuera accesible para cualquier tipo de viajero: desde hoteles y oferta de lujo hasta turismo activo y de naturaleza, cultural y de compras.





## 4

### ¿Qué ofrece al viajero el destino Qatar?

Qatar es un destino que lo tiene todo y se adapta a las necesidades del viajero. El país es famoso por su hospitalidad y la unión de sus tradiciones más antiguas con la modernidad más innovadora.

Para los viajeros que busquen cultura, se trata de un destino perfecto para sumergirse en la historia del país y todo lo que tiene que ofrecer. Los museos como el Museo Nacional de Qatar o el Museo de Arte Islámico, que volverá a abrir sus puertas próximamente tras un período de reforma, son algunas de las paradas obligadas en cualquier visita a Doha, pero también Katara Cultural Village, que alberga galerías de arte, mezquitas y parques.

Los viajeros que se decanten más por las compras estarán encantados de visitar The Pearl, una isla artificial llena de lujo y sofisticación, o Souq Waqif, el increíble zoco de Doha donde la tradición se funde con la modernidad. Y para los que busquen aventura, un trayecto en boogie por el desierto, un tour en jet ski por Doha o una visita al Quest Park son solo algunas opciones.

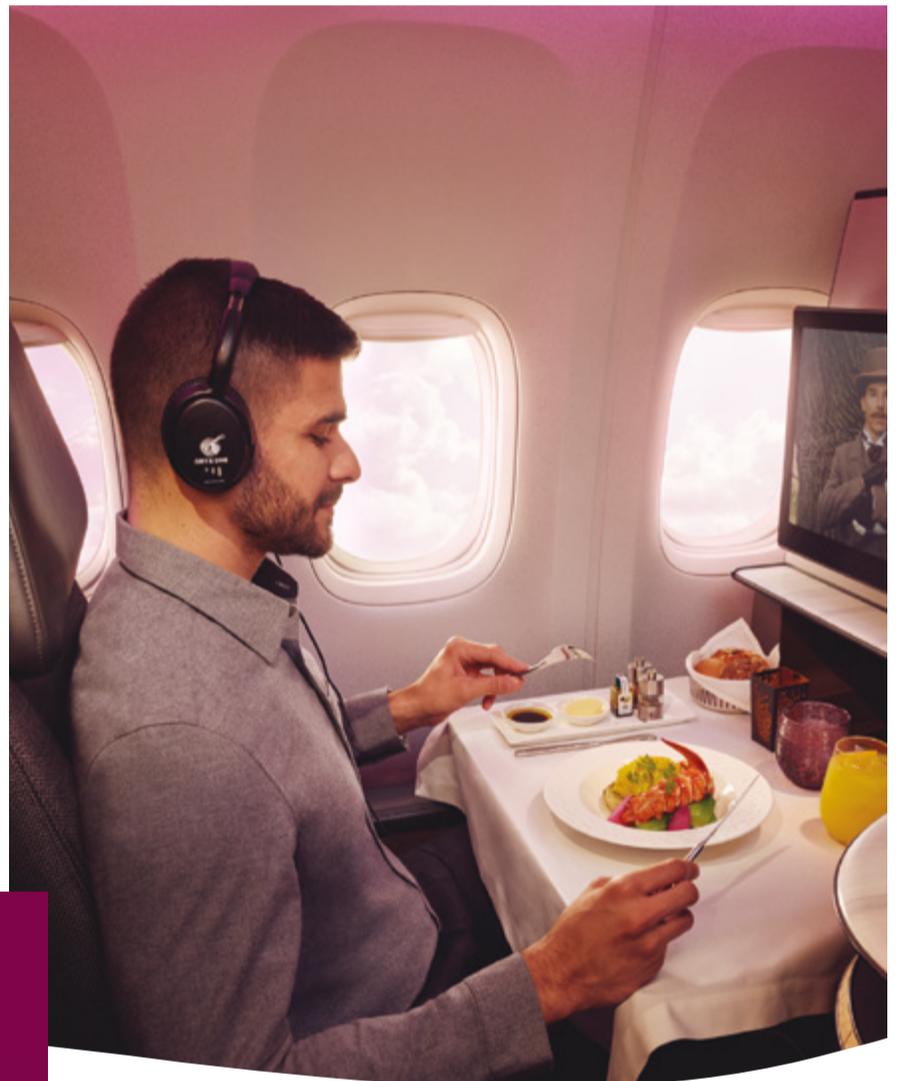
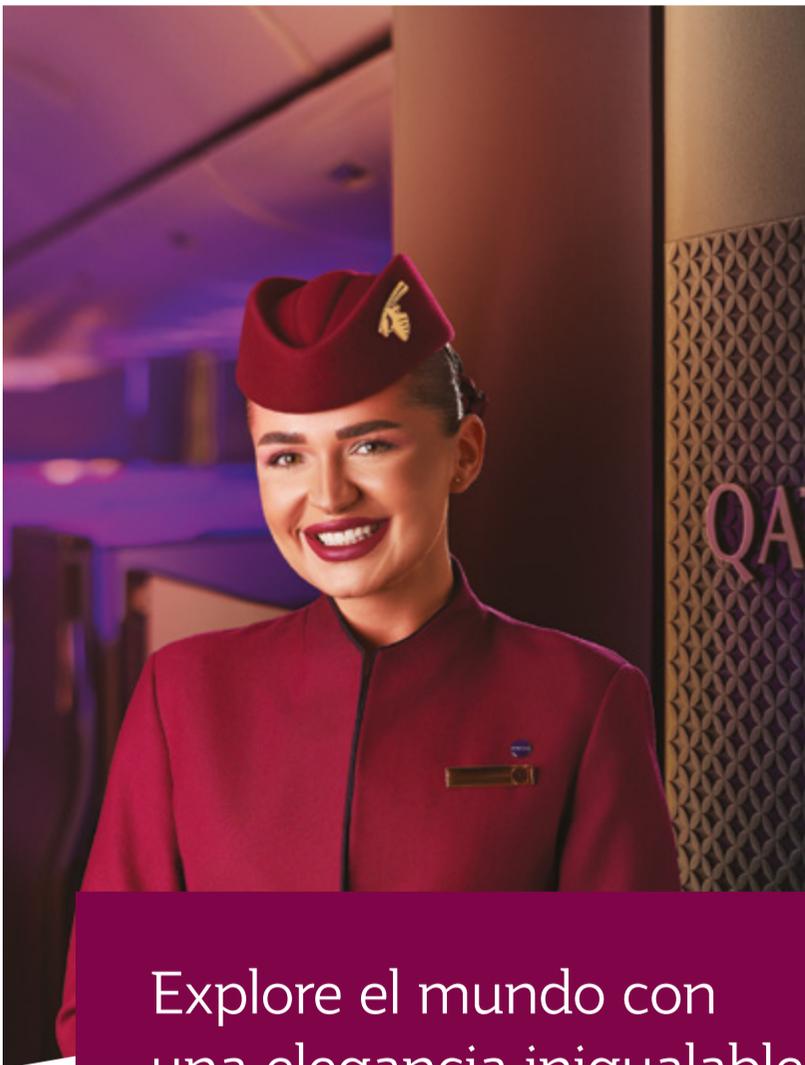
Qatar, como se puede ver, tiene opciones para todos, desde los más aventureros a los que busquen conocer la historia del país, viajando en pareja, familia o con amigos, siempre hay una y mil opciones para disfrutar de una visita. Además, estamos muy orgullosos de contar con una infraestructura hotelera inmejorable y una oferta gastronómica con la que poder saborear tanto las creaciones de los mejores chefs internacionales como los sabores más tradicionales de Qatar.

## 5

### ¿Cómo trabajáis con las agencias de viajes?

Nuestra apuesta por el mercado español se materializó a finales de 2021, donde las agencias de viajes juegan un papel clave en nuestra estrategia de marketing. Queremos seguir trabajando de la mano con ellas e, incluso, incrementar nuestras relaciones para que los agentes puedan presentar a Qatar como un destino que el viajero no se puede perder, donde se pueden realizar todo tipo de actividades, personalizando las experiencias al gusto y los deseos de este. Para ello, es fundamental la formación y conocimiento del destino, por lo que estamos organizando, de la mano de CEAV y Qatar Airways, una serie de workshops, así como otro tipo de actividades en los próximos meses.





## Explore el mundo con una elegancia inigualable

Donde quiera que vaya por el mundo, hay una aerolínea que va más allá para que su viaje sea inolvidable. Vuele con la Mejor Aerolínea del Mundo y experimente lo excepcional.

[qatarairways.com](http://qatarairways.com)





PARADORES

Hoteles & Restaurantes 1928

# TU NUEVO DESTINO ES PARADORES





# VALÈNCIA ES AHORA

DESCÚBRELA AQUÍ



VLC VISIT VALÈNCIA

VALÈNCIA  
TURISME

COMUNITAT  
VALENCIANA

# EUROPEAN  
CAPITAL  
OF SMART  
TOURISM

VALÈNCIA 2022



WORLD DESIGN  
CAPITAL  
VALENCIA 2022



**IBERIA**   
*Cada día es el primer día*

## Explora más destinos en Estados Unidos

Queremos seguir llevándote muy lejos. Por eso, a partir de junio volamos a Washington, Dallas y San Francisco para que vivas tu propio sueño americano.

