

Núm. 33 / JUNIO 2016

Mundo inédito

LA REVISTA VIAJERA DE LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE VIAJES

GUATEMALA:
la joya de Centroamérica

GROENLANDIA: la isla más
grande del mundo

ceav
Confederación Española
de Agencias de Viajes

NOTICIAS CEAV · LAS ASOCIACIONES INFORMAN

COSTA CÁLIDA REGIÓN DE MURCIA

el verano que
Te hace feliz

Entra en www.murciaturistica.es y descubre todo lo que puedes hacer en verano en la Costa Cálida. Elige tu actividad favorita y haz tu reserva online.



murciaturistica.es



Costa Cálida
Región de Murcia

Editorial



ceav Confederación Española
de Agencias de Viajes

CEAV
Confederación Española
de Agencias de Viajes

Diego de León, 47 - Despacho 27
28006 Madrid
Tel. 91 838 85 36
Fax 91 838 85 34
e-mail: ceav@ceav.info
web: ceav.info

Presidente: Rafael Gallego Nadal

Dirección Editorial: Marti Sarrate, Antonio Caño, Tomás Komuda, Rafael Serra

Directora comercial: Cristina Bou

Coordinación de contenidos: Mercedes Tejero, Román Hereter

Dirección periodística: Román Hereter

Directora de arte: Raquel Pérez

Edición gráfica: r&p asociados
Imprenta: Cevagraf, s.c.c.l.

Depósito Legal: B-19.287-2004

Junio 2016



Foto portada:

Muchacha polaca.
Fotografía: Román Hereter

Hace tan solo un par de meses me dirigía a todos vosotros en la revista del mes de abril en cuyo editorial acababa lanzando un mensaje positivo respecto a la recuperación del área emisora que se está confirmando a medida que avanza este año 2016. Y es que una de las novedades del mismo es que en CEAV hemos pasado de publicar tres ediciones de Mundo Inédito a cuatro, por lo que nos encontramos nuevamente a través de estas páginas poco después de celebrar las Jornadas Técnicas celebradas en La Champagne, que una vez más han significado un rotundo éxito, tanto de asistencia como de participación. Quiero aprovechar así mismo esta ocasión para agradecer a todos los anunciantes y colaboradores el soporte que nos prestan tanto para nuestros encuentros y workshops como para la realización de la revista, que como habéis podido comprobar va creciendo tanto en contenidos como en periodicidad.

En el mundo de los viajes, y sigo refiriéndome al emisor, estamos asistiendo a un fenómeno que nos empieza a recordar a épocas pasadas en el buen sentido de la palabra, y es que en algunos destinos hay más demanda que oferta al contrario que en los últimos años, por lo que ya no resulta tan fácil encontrar todas las plazas que quisiéramos, como antaño sucedía. Esto es debido a la combinación de dos realidades. Por un lado la recuperación a la que aludía y por otro a la inestabilidad política que sigue afectando a algunos destinos tradicionales, lo que conlleva que se reduzcan las opciones viajeras y por tanto que personas de todo el mundo elijan los mismos lugares que se llenan más rápidamente, especialmente los de un mayor nivel de calidad y precio.

Nos complace constatar el aumento de la conectividad aérea con Washington, Lima, Sao Paulo y Santo Domingo, por sólo poner algunos ejemplos, lo que demuestra que tanto América del Norte, como la del Sur y el Caribe, resultan opciones muy válidas para las próximas vacaciones, así como las rutas europeas, donde también han aumentado las frecuencias aéreas.

Respecto al receptivo, que voy a deciros que no sepáis. La inestabilidad de parte del Mediterráneo sigue beneficiando tanto a nuestras islas como a nuestro litoral peninsular y por consecuencia a todo nuestro sector.

Pero hay otra buena noticia que no debería pasarnos desapercibida. El aumento de las pernoctaciones en Madrid por un lado y en los distintos destinos de interior por otro, tanto urbanos como rurales, son claras muestras de la recuperación económica interna de nuestro país, cosa de la que sin duda debemos congratularnos sobremanera.

En esta edición de verano os ofrecemos cumplida cuenta de las actividades de la Confederación así como de las Asociaciones que la integran, algunas de las noticias que consideramos más relevantes, diversos artículos de opinión y un reportaje sobre Guatemala, uno de los países más interesantes de Centroamérica. Os deseo a todos unos magníficos meses estivales, tanto a nivel personal como profesional, y nos volvemos a reencontrar a través de estas páginas en otoño.

Un fuerte abrazo a todos

Rafael Gallego Nadal

**Presidente de la Confederación
Española de Agencias de Viajes**

vueling



VERANO EN MODO AVIÓN:

QUE TUS CLIENTES
LLEGUEN LOS PRIMEROS
Y SE VAYAN LOS ÚLTIMOS.
PERO DEL CHIRINGUITO.



Volar a Canarias y Baleares,

POSSIBLE by **vueling**

PARA MAS INFORMACIÓN CONSULTA EN WWW.VUELING.COM/AGENCIAS O EN TU AGENCIA DE VIAJES.



Sumario

- 06** NOTICIAS breves
- 30** ENTREVISTA: **Jordi Porcel**, Director General de Etihad Airways en España.
- 34** TECNOLOGÍA: **la tecnología renueva el concepto de “experiencias turísticas”.**
- 36** **LA RUTA ROMANA DE ASTORGA**, una verdadera propuesta de turismo experiencial.
- 40** ENTREVISTA: **Cristina Castro Bermejo**, Directora de Formación OnLine de ADAMS Formación.
- 44** **GUATEMALA, la joya de Centroamérica. Un periplo desde la colonial Antigua hasta las ruinas mayas de Tikal.** Texto y fotografías: Román Hereter. Guatemala ofrece todo un caleidoscopio de imágenes y sensaciones capaces de satisfacer al viajero.
- 60** **¿QUÉ OPINAS?: a vueltas con la especialización en el sector de las AAVV** Por Sergio García Ferreira, Presidente de AEDAV, Agencias de Viajes Asociadas de Andalucía.
- 62** ENTREVISTA: **Georg Kapus**, Director de la Oficina Nacional Austriaca de Turismo para España y Brasil.
- 67** REFLEXIÓN Tamaño de nuestras **empresas** - Necesidad de **crecer - Renovarse** o morir - Crecimiento generador de **confianza - Buenos equipos** directivos - **Liderazgo - Cambiar** para mejorar... miedo al cambio. Por Martin Sarrate, Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVE.
- 70** **LAS ASOCIACIONES INFORMAN**
- 82** ENTREVISTA: **Ingrid Rivera Rocafort**, Ministra de Turismo de Puerto Rico.
- 84** **EXPERIENCIA VIAJERA: Groenlandia.** Texto y fotografías: Tomás Komuda de Viajes Jairán. Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Almería.



“Las jornadas técnicas de CEAV 2016 han sido un gran éxito” según palabras de Rafael Gallego, Presidente de CEAV

Formación, profesionalización e innovación han sido los puntos clave de estas jornadas formativas en las que La Champagne, La Marne, ha sido el escenario.

“Las jornadas técnicas de CEAV han sido un gran éxito, tanto por la organización como por la sesión de trabajo y el programa. Además, han sido únicas gracias al producto, La Champagne, que

nos ha sorprendido por sus atractivos turísticos, así como por su oferta gastronómica y enológica. Un destino cercano a nuestro país que vale la pena conocer y que, gracias a estas jornadas

formativas, 90 profesionales del sector han podido conocer y disfrutar en primera persona”. Así lo ha asegurado hoy el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, quien ha realizado un balance sobre las mismas poniendo también en valor la gran afluencia de participación. A este respecto, Gallego ha declarado que “profesionales de Baleares, Canarias, Cataluña, la Comunidad Valenciana, el País Vasco y Madrid; los presidentes de asociaciones de agencias de viajes de Cantabria, Almería, Málaga y Aragón, así como directores de grupos de gestión y diferentes modelos de agencias de viajes han acudido a esta cita anual de CEAV, que esperamos que al año tenga el mismo éxito”.

Las jornadas técnicas de 2016

El pasado jueves, 7 de abril, dieron comienzo las Jornadas Técnicas de CEAV para este 2016 en las que La Champagne, La Marne, fue el destino escogido. Durante el transcurso de las mismas, que han contado con la impli-



jt
ceav
2016
jornadas técnicas

LA CHAMPAGNE
07-10.04



cación de la Agencia de Desarrollo Turístico de La Marne y el apoyo de Vueling, Iberia, SNCF (Voyages-sncf España), Iberia Cards, Aon Taeds y Amadeus, tuvo lugar una sesión de trabajo en la que se celebró una mesa coloquio sobre la nueva Directiva de Viajes Combinados, pero desde una óptica práctica.

Asimismo, se llevaron a cabo una serie de presentaciones acerca del destino “La Champagne” así como sobre IBERIA e IBERIA Cards, y se realizó un taller de sabores sobre la elaboración y degustación del Champagne. Cabe destacar que a la misma asistió el Secretario General de la Asociación Francesa de Agencias de Viajes (SNAV), Jean Marc Rozé. El resto de días, los agentes de viajes especializados conocieron la oferta turística de la región. En concreto, visitaron los monumentos más representativos de Reims, Chalons en Champagne, Avize, Hautvillers y Epernay. Para CEAV, uno de los principales atractivos de la región es el Champagne y es por ello que parte de estas jornadas se centraron en este producto emblemático. De este modo, los agentes acudieron a visitar las bodegas de Taittinger, Mumm, Michel Gonet y Mœt Chandon, en las que además de catar una amplia muestra de sus catálogos, probaron la exquisita cocina francesa.

La nueva Directiva de Viajes Combinados Eva Blasco, adjunta a la presidencia de CEAV, y vicepresidenta de ECTAA, fue la encargada de conducir un coloquio sobre la nueva Directiva de Viajes Combinados en el que intervinieron representantes de empresas como Avis, Iberia, Aon y Catai Tours, entre otros.

CEAV aprovechó este debate para informar a los asistentes sobre el trabajo realizado con la Secretaría de Estado de Turismo y con las distintas Comunidades Autónomas en la materia, gracias a



De izquierda a derecha, Ana Romero, Mark Fenwick, Paloma Onieva, Pilar Hernandez Palacian, Esther Romero, Antonio Herranz y Mercedes Tejero



Eva Blasco, Katia Estace Gil y Josep González de AON TAEDS.



Elisabet Vidal, directora comercial de La Champagne junto al somelier Manel Guirado y el equipo directivo de CEAV.



Visita del grupo a las bodegas de Maison de Champagne Taittinger en Reims.

la participación de Antonio Nieto, Subdirector General de Cooperación y Competitividad Turística. Nieto puso en valor el trabajo realizado durante el último año y medio por la Confederación con respecto a las garantías de las Agencias de Viajes. Entre las conclusiones extraídas durante el coloquio sobre la directiva destacan las siguientes:

- La nueva Directiva de Viajes Combinados era necesaria debido a los grandes cambios producidos en la comercialización de los servicios turísticos desde el año 1990.
- Las Asociaciones de Agencias de Viajes reclaman una disposición normativa desde hace 15 años.
- Si bien el texto no es muy claro en algunos aspectos, motivo por el cual la Comisión Europea está trabajando en un manual sobre su texto, éste debe ser estricto ya que cuenta con resquicios legales para que todos los proveedores turísticos que actúen como organizadores tengan que aportar las mismas garantías que las Agencias de Viajes.



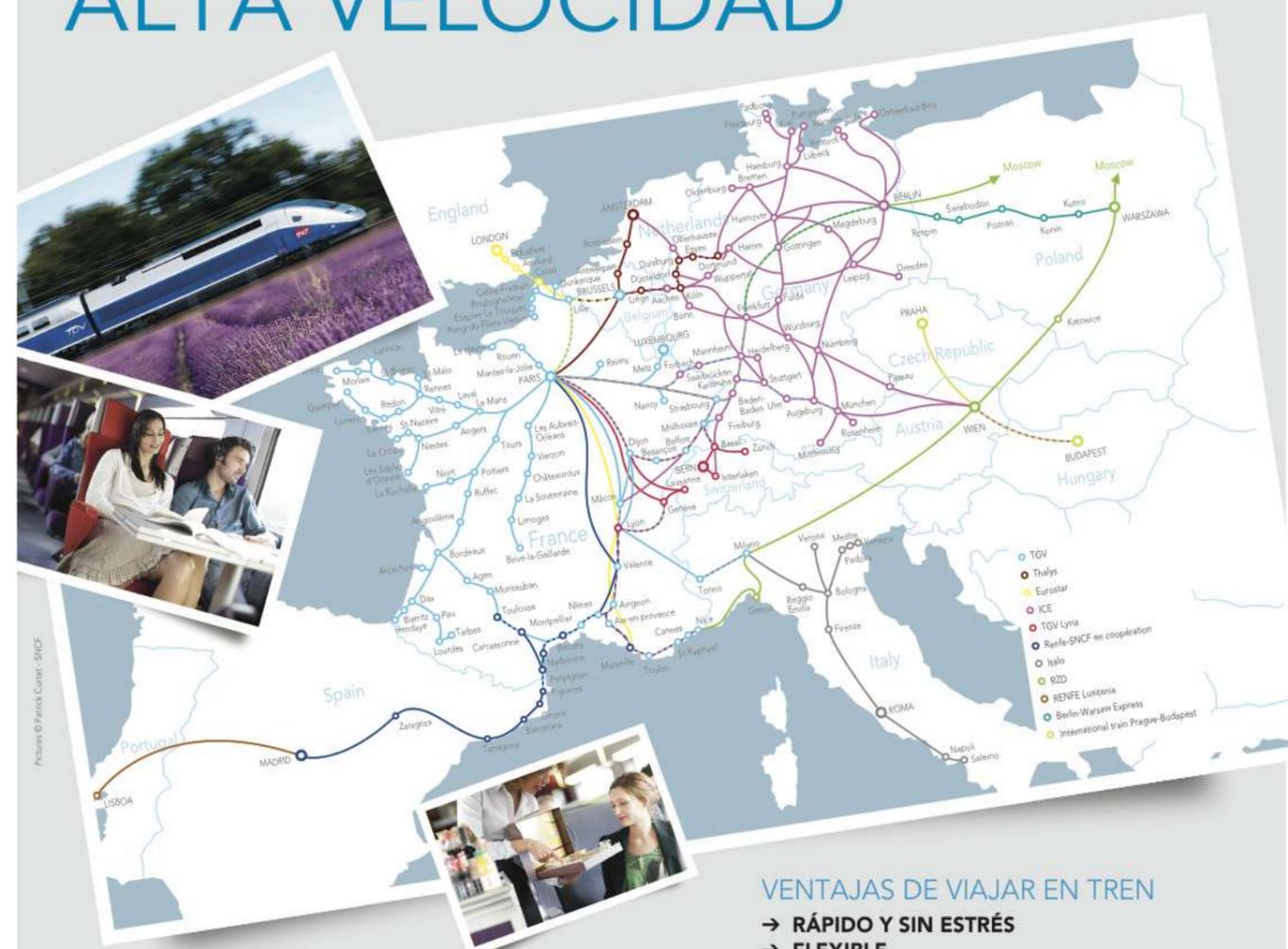
Eva Blasco, Vicepresidenta de ECTAA, Antonio Nieto, Subdirector General de Cooperación y Competitividad Turística, Guillermo González, Gerente Ventas España Iberia, Fernando Sánchez, director General Catai Tours, Katia Estace, directora MERCADO TURISMO AON TAEDS y César Oliva, Sales Manager AVIS.



Philippe Harant, Director de la Agence de Développement Touristique de LA MARNE junto con Rafael Gallego, Eva Blasco, Mercedes Tejero y Cristina Bou de CEAV.



EUROPA EN TREN DE ALTA VELOCIDAD



VENTAJAS DE VIAJAR EN TREN

- RÁPIDO Y SIN ESTRÉS
- FLEXIBLE
- ECOLÓGICO
- SERVICIOS A BORDO
- COMODIDAD
- SIN SUPLEMENTO POR EQUIPAJE

CONEXIÓN	TIPO DE TREN	MEJOR TIEMPO DE RECORRIDO	FRECUENCIA DIARIA
HENDAYA - PARÍS	TGV	5h43'	6
PARÍS-AEROPUERTO CDG - LILLE	TGV	1h01'	25
PARÍS - LYON	TGV	2h01'	25
PARÍS - LONDRES	Eurostar	2h15'	16
BRUSELAS - LONDRES	Eurostar	2h01'	10
PARÍS - BRUSELAS	Thalys	1h22'	24
PARÍS - ÁMSTERDAM	Thalys	3h17'	11
BARCELONA - PARÍS ⁽¹⁾	Renfe-SNCF en Cooperación	6h19'	2
BARCELONA - LYON	Renfe-SNCF en Cooperación	5h06'	1
MADRID - MONTPELLIER	Renfe-SNCF en Cooperación	6h29'	1
FRANKFURT - COLONIA	Deutsche Bahn	1h05'	+20
ROMA - MILÁN	Italo	2h40'	17
BRUSELAS - ESTRASBURGO ⁽²⁾	TGV Bruselas-Francia	3h33'	2

(1) Frecuencia diaria reforzada en primavera y verano. Del 26/06/2016 al 02/07/2016 hay 3 trenes diarios. Del 03/07/2016 al 28/08/2016 hay 4 trenes diarios.

(2) Mejor tiempo de recorrido para circulaciones a partir del 03/07/2016.

RESERVE LOS BILLETES DE TREN DE SUS CLIENTES EN
WWW.VOYAGES-SNCF.EU

Contacto Comercial:
ES_commercial@voyages-sncf.com

Contacto Reservas:
- Formulario disponible en apartado @contacto de la web
- Tfn.: 91.123.83.89





Rafael Gallego destaca la participación en la CEAV Travel Night Madrid: 240 participantes de gran nivel y 40 expositores

Rafael Gallego, presidente de CEAV, ha valorado los resultados de la CEAV Travel Night celebrada en Madrid el pasado 5 de mayo, con 240 asistentes y 40 expositores. “Se trata de un evento innovador en el que se ha facilitado el networking entre los asistentes; cerca de 190 agentes de viajes, en su mayoría independientes, presidentes de asociaciones de Córdo-

ba, Madrid y Cataluña, grupos de gestión de gran representatividad y los principales turoperadores junto con los 40 expositores invitados. Entre estos expositores se encontraban empresas líderes del sector turístico como destinos, oficinas turísticas, cadenas hoteleras, aerolíneas y otros proveedores de tecnología, asistencia en viaje y otras soluciones turísticas”.

Para CEAV, se consigue un doble objetivo: ofrecer mayor visibilidad para el expositor y alcanzar una cada vez mayor participación. La Confederación tiene previsto organizar la próxima CEAV Travel Night en Bilbao el 6 de octubre. En opinión de Gallego, este tipo de eventos demuestra “que las agencias de viajes son el partner imprescindible en el



mercado turístico, para las empresas son el canal de venta más eficaz y para el consumidor suponen un ahorro de costes y tiempo en la gestión, además de ofrecer seguridad y garantías en la compra”. CEAV considera que el valor del agente de viajes se ha consolidado en los últimos años al ofrecer servicios cualitativos de mayor valor añadido y convertirse en un referente de confianza para los viajeros. El evento, que tuvo lugar en el prestigioso Hotel NH Collection Eurobuilding, contó con el apoyo institucional de ACAVE y UNAV. Por otra parte, sorprendió a los asistentes con un formato interactivo, formativo y participativo en el que todos los expositores contaron con un “elevator pitch” para ofrecer su producto, que se combinó con sorteos y premios para los asistentes. Tras las intervenciones, se ofreció un cocktail para facilitar el networking y contacto entre los participantes. Con estos eventos CEAV pretende procurar un acercamiento entre la pequeña y mediana agencia de viajes y el proveedor.

Los 40 empresas turísticas presentes fueron: Aerticket, Air Berlin, Air France/KLM/Delta/Transavia, Air Mauritius, Alemania, Allianz Assistance, Amadeus, American Airlines, AON, APG Spain, Aquatravel, Beachcomber Hotels, Binter, Caldea, Cathay Pacific Airways, Cogelo a Vuelo.com, Constance Hotels, Discover The World, Etihad, Hahn Air Lines GmbH, Iberia, Ideal Media, Instituto de Turismo de la Región de Murcia, La Champagne, La Community, Mapa Tours, Maritim Hotels, Norwegian Airlines, Oficina Turismo Valencia, Plaza Andorra Hotels, Pyrenees, Qatar Airways, República Dominicana, Royal Air Maroc, Summerwind, Transavia, United Airlines, Vist Flanders y Voyages-snfc.eu.

ceav Confederación Española de Agencias de Viajes

5 DE MAYO, 19:00 HORAS
Hotel NH Collection Eurobuilding (Salón Florencia)
Se requiere confirmación de asistencia: eventos@ceav.info

40 PONENCIAS RELÁMPAGO, EXPO DINÁMICA, COCKTAIL NETWORKING, PRIMER JUEGO DE QUIZZ (PARTICIPA Y GANA UNAS GAFAS DE REALIDAD VIRTUAL)
DISFRUTA DEL COCTEL DE NETWORKING EN LA MAGNÍFICA TERRAZA DEL HOTEL. ¡TE ESPERAMOS! CEAV

TRAVEL NIGHT MADRID

PARTICIPAN:

Aerticket	AON	Constance Hotels	Intermundial	Summerwind
Air Berlin	APG Spain	Etihad	Mapa Tours	Transavia
Air France/KLM/Delta/Transavia	Aquatravel	Expedia TAAP	Maritim Hotels	Turismo Valencia
Air Mauritius	Beachcomber Hotels	Hahn Air Lines GmbH	Norwegian Airlines	Turkish Airlines
Alemania	Binter	Iberia	Plaza Andorra Hotels	United Airlines
Allianz Assistance	Caldea	Ideal Media	Pyrenees	Vist Flanders
Amadeus	Cathay Pacific Airways	La Champagne	Qatar Airways	Voyages-snfc.eu
American Airlines	cogelovuelo.com		Royal Air Maroc	



ceav Confederación Española de Agencias de Viajes

2016

Apreciado colaborador,

Muchas gracias por asistir al TRAVEL NIGHT MADRID, nuestra cita anual con el sector turístico en MADRID resultó un éxito gracias a tu participación. Esperamos contar contigo en próximas ocasiones.

En nombre de CEAV, de sus asociaciones y todas las empresas que han participado queremos enviarte nuestro más sincero agradecimiento.

UNAV | ACAVE | NH COLLECTION



De IZDA A DERECHA: Agata Witoscawska, Directora General de la Oficina de Turismo en España de Polonia, Jozsef Németh, Director General de la Oficina de Turismo en España de Hungría, Carmen Gomez de Lufthansa, Ulrike Bohnet, Directora General de la Oficina de Turismo en España de Alemania, Markéta Lehecková, Directora General de la Oficina de Turismo en España de Chequia, Cristina Bou y Mercedes Tejero

60 agentes de viajes de Aragón participan en el Workshop de CEAV sobre Europa Central



ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJE DE ARAGÓN

La Confederación Española de Agencias de Viajes, junto con la Asociación de Agencias de Viajes de Aragón (AAVA), organizó, el pasado 25 de mayo en Zaragoza, un workshop especializado en los principales países de Europa Central. Un evento que ha acercado a 60 agentes aragoneses los destinos de Alemania, Chequia, Hungría y Polonia. Se trata del segundo workshop que CEAV organiza en Zaragoza y que se encuadra dentro de la dinámica que la Confederación promueve desde hace tres años que consiste en una mayor profesionalización de los agentes de viajes.

Al taller formativo, que tuvo lugar en el restaurante Paladu ubicado en el mer-

cado Puerta Cinegia, han asistido Mercedes Tejero, Gerente de CEAV; Jorge Moncada, Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Aragón; Enrique Pérez, Director Gerente del Convention Bureau de Zaragoza; Alfonso Cernadas, Senior Account Manager de Lufthansa; Ulrike Bohnet, Directora General de la Oficina de Turismo en España de Alemania; Markéta Lehecková, Directora General de la Oficina de Turismo en España de la República Checa; Jozsef Németh, Director General de la Oficina de Turismo en España de Hungría; Agata Witoscawska, Directora General de la Oficina de Turismo en España de Polonia; Nieves Domínguez, Directora Comercial para España de Maritim Hotels y Laura Villalba, Delegada Comercial de

Mapatours en Aragón.

Durante el encuentro, amenizado con un cóctel temático de sabores y una degustación de cerveza alemana, los responsables de las Oficinas de Turismo realizaron una breve presentación de sus destinos.



Alemania y Málaga unidos por Germania

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha organizado junto con la Oficina Nacional Alemana de Turismo y la compañía aérea alemana Germania una doble jornada profesional en Málaga. Así, por la mañana se presentó a las autoridades locales los vuelos directos de Málaga a Dresde, Erfurt y Munster, además de las bondades de estos tres destinos, y por la tarde esta acción se llevó a cabo ante las agencias de viajes andaluzas. A esta jornada profesional, que contó con el apoyo institucional de la Asociación de Agencias de Viajes de Andalucía (AEDAV), asistieron Ulrike Bohnet, la responsable de la Oficina Nacional Alemana de Turismo, el director de Ventas para España de Germania, Jan Jaroszynski, Sonia Larriu de Mapatours, Nieves Domínguez de Maritim, el Consejero de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, Julio Andrade, Oscar Sánchez de Aena Aeropuerto y el presidente y vicepresidente de AEDAV, Sergio García y Luis Pérez Gascón, respectivamente.

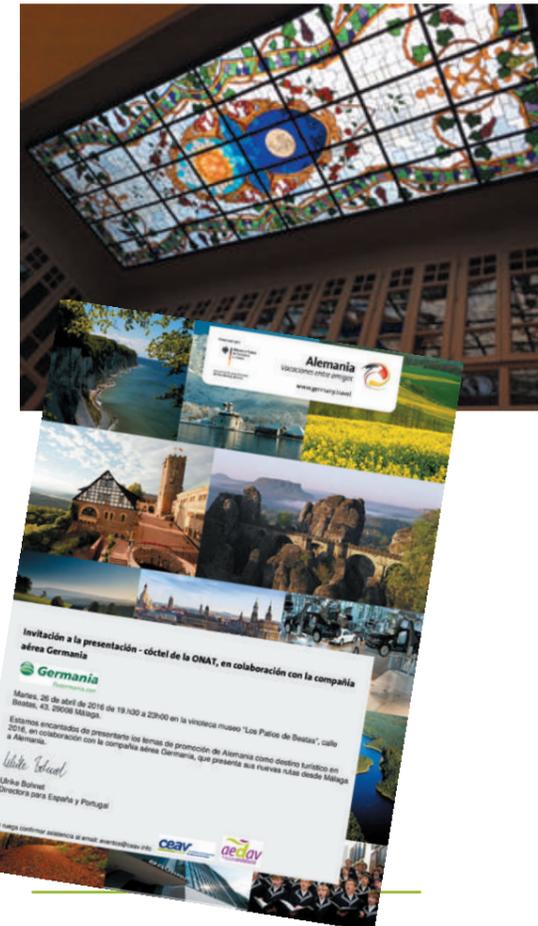
Por su parte, el director de Ventas para España de Germania, Jan Jaroszynski, anunció que la aerolínea ampliará hasta enero los vuelos directos de Málaga a Dresde y Erfurt. Para CEAV, esta nueva conexión aérea, que ha empezado a operar desde el dos de mayo, es muy positiva, ya que se espera que genere grandes sinergias en ambas direcciones. Esto es,

que dicha conexión anime a los ciudadanos alemanes a descubrir el atractivo cultural de Málaga como puerta de entrada a Andalucía y que aliente a los andaluces a conocer en profundidad este país de naturaleza, que cuenta con alrededor de 130 parques naturales, además de destacados destinos como Dresde y Erfurt. Asimismo, otra de las novedades destacadas fue el anuncio, por parte de Sonia Larriu de Mapatours, de la nueva operativa para este verano entre Málaga y Alemania. Nieves Domínguez de Maritim Hoteles también informó de la ampliación de la cadena de establecimientos hoteleros.

En total, más de 40 agencias de viajes participaron en este encuentro profesional en el que, por la tarde, se presentó programación relacionada con los circuitos, los viajes de empresa, así como a medida para el cliente particular que escoge Alemania para pasar sus vacaciones. Posteriormente, y con la vinoteca museo "Los Patios de Beatas" como escenario, se ofreció el cóctel temático "Sabores de Alemania". También hubo un sorteo de un viaje a Dresde para dos personas.



DE IZDA A DERECHA: Teresa Hernando de Aedav, Sergio Garcia, Presidente de Aedav; Ulrike Bohnet Directora Oficina de Turismo de Alemania; Nieves Dominguez Directora Comercial de Maritim Hoteles, Alessandro Russo y Jan Jaroszynski de Germania.



GEBTA España, nuevo miembro de la Confederación Española de Agencias de Viajes

Con la entrada de la organización empresarial, CEAV suma ya 18 asociaciones empresariales de distinto ámbito territorial.

Entre los miembros de GEBTA España se hallan empresas líderes a nivel mundial, grandes compañías de ámbito doméstico, y empresas de medianas, especialistas en el segmento de los viajes corporativos.



Miriam Garrido, Presidenta de GEBTA.

GEBTA España, la organización empresarial de referencia en materia de viajes de empresa en España, acaba de incorporarse como nuevo miembro de pleno derecho a la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV). Así lo ratificó ayer el Consejo Directivo de CEAV, quien aceptó, por unanimidad, la solicitud de GEBTA España para ingresar en la Confederación.

La Confederación Española de Agencias de Viajes, CEAV, suma a su proyecto al colectivo del Business Travel con el in-

greso de GEBTA España, cuyas agencias asociadas representan más del 60% del total de los viajes de empresa de España. Este segmento de actividad tiene especial relevancia como palanca y motor de la actividad comercial y exportadora de las empresas españolas.

En opinión del presidente de CEAV, Rafael Gallego "la entrada de GEBTA España como nuevo miembro de pleno derecho de la Confederación supone un espaldarazo a la labor que viene realizando CEAV como asociación aglutinadora de las voluntades del sector. Con GEBTA España ya somos 18 asociaciones territoriales, lo que incrementa la unidad del sector y refuerza nuestro lado corporate".

"Existen sinergias evidentes entre ambas organizaciones que con nuestro ingreso en CEAV podemos encauzar mejor", afirma Miriam Garrido de la Cierva, presidenta de GEBTA, "no sólo en el ámbito de los viajes de empresa sino también en el de la turoperación, o el vacacional, en el que algunas de nuestras empresas tienen líneas de negocio, del mismo modo que en aspectos relacionados el desarrollo normativo, tanto en España como a nivel internacional, o en materia de interlocución institucional, en la que CEAV está muy presente".

Unida a su predisposición a contribuir de modo activo a los objetivos de la Confe-

deración, la operación constituye para GEBTA una oportunidad para desarrollar a través de CEAV nuevas vías de participación a las que tradicionalmente viene desarrollando GEBTA y, para incrementar la influencia de ésta en materia de:

- los procesos de defensa sectorial y de modelos de negocio,
- la divulgación de las buenas prácticas en los viajes corporativos en el conjunto del sector y
- la orientación de políticas públicas de transporte y movilidad, que faciliten el desarrollo de las empresas españolas



GEBTA España es una organización empresarial que cuenta con miembros como American Express Global Business Travel España, BCD Travel, Carlson Wagonlit Travel, Consultia Travel, Viajes Dos, Europair, Julià Central de Viajes, Viajes Eroski, Excelsior, Hispania, Viajes 2000, Viajes Insular, Mobeetrip, Viajes Orange, Presstour Viajes, Tejedor y Transocean.

Sin duda, la adhesión de GEBTA España al proyecto de CEAV incrementa la unidad del sector del viaje en España en el sentido más amplio posible.

La Federación Castellano Leonesa de Agencias de Viajes se incorpora como nuevo miembro de CEAV

Con la entrada de esta Federación, y tras la de GEBTA España, la Confederación suma ya 19 asociaciones empresariales de distinto ámbito territorial.

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha aprobado hoy, por unanimidad, la solicitud de ingreso en la Confederación de la Federación Castellano Leonesa de Agencias de Viajes (FECLAV). La Federación se convierte así en el decimonoveno miembro de pleno derecho de CEAV.

FECLAV, que se constituyó hace menos de un año con la asociación de 90 empresas de la comunidad castellano-leonesa, tiene en la actualidad 150 asociados. Asimismo, aglutina a las nueve asociaciones provinciales de agencias de viajes de la CCAA, lo que en opinión del presidente de CEAV, Rafael Gallego, "es muy destacable, ya que es la primera vez que en Castilla y León existe una asociación que engloba a todas las agencias de viajes, y que además tiene representación en todas las provincias. Sin olvidar que,

hasta la creación de FECLAV, no existía en la Comunidad este modelo de asociacionismo".

En lo que va de año, dos nuevas asociaciones empresariales han pasado a formar parte de CEAV. A este respecto, Gallego ha asegurado que "la entrada de asociaciones es un claro reconocimiento a la labor que en estos últimos



años está desarrollando la Confederación en favor de sus miembros. También, el hecho de que vayamos sumando más entidades, legitima a CEAV y a sus asociaciones miembros como la única voz del sector ante las diferentes adminis-

traciones públicas, tanto estatales como autonómicas, y el sector privado".

Por su parte, el presidente de la Federación Castellano Leonesa de Agencias de Viajes, Pablo Parrilla, ha declarado que "esta incorporación es un paso fundamental dentro del camino que FECLAV está desarrollando desde su constitución. Nos unimos a la Confederación con el ánimo de colaborar en el trabajo que están realizando en pro del sector y estamos convencidos de que nos ayudará a afrontar nuevos retos dentro de la Comunidad". Por último, Parrilla ha indicado que desde la Federación "entendemos nuestra unión, a través de FECLAV, y la incorporación a CEAV como un importante avance de las agencias de viajes en Castilla y León logrando así la representatividad que llevamos tanto tiempo buscando".

CEAV insta al Estado a desvelar sus intenciones sobre el Contrato Centralizado de Agencias de Viajes

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) se ha vuelto a poner en contacto con la Dirección General de Racionalización y de la Centralización de la Contratación para conocer el estado del Contrato Centralizado de Agencias de Viajes del Estado. Un convenio unificado para gestionar sus servicios de viajes que fue formalizado el 23 de marzo de 2015, y que cuenta con una duración de dos años y una posible prórroga por un año más. Ante esta situación, CEAV insta al Estado, y en particular a dicha Dirección General, a desvelar sus intenciones. En concreto, la Confederación quiere saber si la Administración piensa

renovar el contrato tal y como figura en la actualidad, si está previsto algún tipo de sanción como se establecía en los pliegos, o si por el contrario, el Estado se ha replanteado su decisión y va a redactar un nuevo pliego. También, si se ha planteado renunciar a la centralización, tras comprobar sus desventajas. Para la Confederación, que desde un inicio se ha mostrado contraria a dicho proceso de centralización, es importante tener en cuenta la ejecución del contrato y, muy particularmente, las quejas de los propios funcionarios. Por ejemplo, la de la Federación de Asociaciones de los Cuerpos Superiores de la Administración

Civil del Estado (Fedeca), quien puso en marcha un buzón para recopilar todas las quejas de sus asociados sobre la gestión del contrato.

Por último, CEAV ha recordado a los responsables de esta Dirección General que la Confederación interpuso en mayo de 2015 un recurso contencioso administrativo a los pliegos del concurso de los servicios de agencias de viajes a la Administración General del Estado. Se trata de un procedimiento judicial que se encuentra en el trámite de "Providencia de votación y fallo", por lo que sólo queda esperar el turno para que el Tribunal dicte la Sentencia.

Las Comunidades Autónomas actualizarán las garantías de las Agencias de Viajes

En el año 2014 la Comisión Europea inició un proyecto piloto al Estado Español y a las Comunidades Autónomas, en relación a la normativa de las garantías de las Agencias de Viajes en caso de quiebra o insolvencia por incumplir lo establecido en la Directiva de Viajes Combinados. Este proyecto piloto conllevó la modificación del artículo 163 del Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios, siendo también necesaria, posteriormente, una modificación en los Reglamentos de Agencias de Viajes de dichas Comunidades, en la que CEAV lleva trabajando con la Secretaría de Estado de Turismo durante más de dos años.

Desde este Organismo nos informan que finalmente la Mesa de Directores Generales de Turismo de las Comunidades Autónomas ha acordado una propuesta de texto armonizado para adecuar la normativa autonómica, en el que se establece que el importe a garantizar sea un 5% del volumen de negocios derivado de los ingresos por venta de viajes combinados alcanzado por el organizador o

minorista en el ejercicio anterior, fijándose, además un importe mínimo de 100.000€. Únicamente una Comunidad Autónoma no ha apoyado la propuesta. Además se prevé la posibilidad de una garantía colectiva, en la que CEAV también ha trabajado activamente, pero la que, a día de hoy, no es viable, al requerir la constitución de un fondo mediante ley, no siendo ello factible. Por último, se prevé la posibilidad de que se garantice por cada viaje combinado, es decir, el organizador o minorista contrata un seguro para cada usuario de viaje combinado. Con respecto a la garantía de responsabilidad civil, la misma ha sido incluida, en la medida en que el art.163 del Texto refundido la incluye. En la actualidad, son ya cuatro las Comunidades Autónomas que han dejado de exigirla. Siendo que la nueva Directiva de Viajes Combinados no contempla su exigencia, CEAV continuará exigiendo la modificación del artículo 163 en este aspecto.

Desde CEAV, somos plenamente conscientes de que este cambio normativo puede conllevar un importante incre-

mento de costes para las Agencias de Viajes, si bien queremos hacer constar que el porcentaje consensuado es acorde con el exigido a las agencias de otros países de la Unión Europea, e incluso inferior al de algunos otros Estados Miembros. Siendo además que se ha logrado un consenso entre la casi totalidad de las Comunidades Autónomas, lo que no podemos menos que valorar muy positivamente.

CEAV ha trabajado intensamente para conseguir que el aumento fuera el menor posible, habiéndose mantenido -en los dos últimos años- múltiples reuniones con la Secretaría de Estado, con las Comunidades Autónomas y con Consumo, pues las propuestas iniciales preveían incrementos muy superiores que entendemos hubieran perjudicado a la competitividad de las agencias españolas. Desde CEAV nos hemos puesto a trabajar con el sector asegurador, para rediseñar los productos que se ofrecen a las Agencias de Viajes, para que sean acordes con estas nuevas exigencias.

Destinia se planta ante las reclamaciones de Spanair

“Un disparate”. Así de contundente se pronuncia Mónica Prieto, Chief Operating Officer de Destinia ante la demanda recibida por el administrador concursal de Spanair que reclama los importes de los billetes que se vendieron en su día pero no llegaron a usarse porque la aerolínea cesó sus actividades -y posteriormente quebró- en enero de 2012. “Nosotros devolvimos ese dinero directamente a los clientes, porque era suyo, y volveríamos a hacerlo pese a lo que digan las reglas de juego de IATA”, añade la portavoz de la agencia de viajes online. Spanair reclama a Destinia y a otras 25 agencias de viajes el importe por los billetes vendidos y no usados. La agencia de viajes online ya ha iniciado la batalla legal.

“Este tema es relevante para el resto de agencias y para los consumidores porque la pretensión indirecta es que nosotros les demos ese dinero a los administradores de la aerolínea y se lo reclamemos a los clientes. No tienen ningún sentido y contraviene el espíritu de la Ley de Consumidores”, remarca Prieto. Desde CEAV apoyan la decisión de Destinia por considerar que se trata de un tema sectorial que la asociación viene denunciando desde que la Aerolínea cesó sus operaciones, y que viene avalada por la decisión de CEAV de denunciar a IATA por considerar que su contrato con las agencias establece una situación de abuso. “Este procedimiento sólo busca sacar dinero de la parte más débil de la cadena

de distribución y el único que se hace cargo de los consumidores cuando hay problemas”, incide Prieto. La agencia apoya su decisión de devolver el dinero a los clientes en cuatro motivos principales: porque el servicio no se prestó y la legislación -la Ley de Consumidores y el Código Civil- nos obligan a ello; porque en el 99% de los casos se trataba de reservas conjuntas de vuelo+hotel, lo que se considera un viaje combinado y la Ley nos obliga también a devolver el dinero; porque de los comunicados que Spanair publicó entre el 27 de enero y el 10 de febrero de 2012 se hizo creer a los consumidores que serían las agencias las que íbamos a devolverles el dinero - y que nos autorizaban a ello-, y porque

en algunos casos, los propios clientes fueron los que pidieron la devolución ante la entidad bancaria. “Ni podíamos ni quisimos hacer otra cosa que devolver el dinero a sus verdaderos dueños, los clientes. Y lo volveríamos hacer si esta situación se repitiese”, concluye Prieto. Por su parte, el presidente de CEAV, Rafael Gallego, ha asegurado que “una vez

más vuelve a evidenciarse que la ley concursal en el ámbito turístico es atroz porque va claramente en contra de los consumidores y de la agencia intermediaria. Tanto en el caso de la quiebra de Spanair como en la de Air Comet o Air Madrid, los únicos que han asumido la responsabilidad de resarcir a los consumidores han sido las agencias de viajes”. Gallego añe-

de además que “revertir esta situación es responsabilidad, ya no solo de IATA, sino del Ministerio de Fomento a quien le venimos reclamando que, al igual que a las agencias se nos exigen fianzas y avales para responder ante nuestros clientes, se requiera lo mismo a las compañías aéreas. Por lo que urgimos un cambio en esta legislación que a todas luces es abusiva”.

CEAV manifiesta su total rechazo al New Gen ISS de IATA

De la misma forma que la Confederación Española de Agencias de Viajes se manifestó en julio del año 2014, cuando IATA informó del inicio del proyecto New Gen ISS en fase piloto, CEAV se ratifica en la total oposición al mismo.

El pasado 24 de noviembre, en la reunión de la APJC, fue presentado a CEAV oficialmente por parte de IATA el Proyecto New Gen ISS, que ya se encuentra en su última fase de desarrollo y se basa en cuatro puntos principales:

- Tres nuevos niveles de acreditación, incluyendo: acreditación estándar sin posibilidad de pago en cash o acreditación estándar con posibilidad de pago en cash y con un límite de crédito o acreditación en varios países, con límite de crédito lo que significa que los agentes grandes como OTA's o consolidadores no tengan que tener acreditación en cada país y les sirva una sola acreditación.
- Un nuevo sistema de pago: Easy pay, que supone que el importe del billete queda bloqueado, en la cuenta del agente en el momento en que se autoriza la

emisión del billete. c) Un nuevo sistema de gestión del crédito, y d) Un nuevo esquema de seguro financiero.

Las resoluciones que materializarán este proyecto, previsiblemente se presentarán para su aprobación en la PAConf de 19-21 de septiembre, para su entrada en vigor en enero del 2017.

Si bien tras la presentación del proyecto en la APJC, desde CEAV se ha intentado reiteradamente reunirse con IATA, para recabar información adicional sobre el proyecto, dicha reunión no ha llegado a celebrarse por motivos totalmente imputables a IATA.

La oposición de la Confederación al proyecto se basa en múltiples factores, entre los que cabe destacar básicamente dos:

- Se trata de un proyecto que, una vez más, IATA ha desarrollado unilateralmente, presentándose a la APJC una vez que las bases y las principales características del mismo ya habían sido aprobadas por la PAConf, organismo integrado exclusivamente por las aerolíneas,

hecho que se constata con el desinterés de IATA de mantener una reunión sobre este proyecto

y 2) Porque desde CEAV se entiende que no se trata de una simple modificación o modernización, según se afirma por parte de IATA, de las actuales resoluciones o de la operativa actualmente establecida para la acreditación de las agencias de viajes, sino que el proyecto va mucho más allá, suponiendo una ruptura unilateral por parte de IATA de las relaciones contractuales establecidas con las agencias de viajes ya acreditadas, obligando a las mismas a solicitar una nueva acreditación, todo ello en base a unas normas que IATA pretende imponer de manera unilateral.

Por todo ello, CEAV mantiene su oposición al proyecto unilateralmente diseñado por IATA al suponer, como se ha mencionado una ruptura, por parte de IATA, de las relaciones contractuales establecidas con las agencias de viajes ya acreditadas.

IV Distintivo Turístico MATILDE TORRES

CEAV te informa que el 13 de octubre tendrá lugar nuestra IV Edición Cena Distintivo Turístico MATILDE TORRES en el emblemático CASINO DE MADRID.

Resérvate la fecha.

SAVE THE DATE:
13 OCTUBRE 2016



AQUAHolidays

Tiempo para viajar

Hace más de 15 años, Jorge Lamirán creó Aquatravel, su primera mayorista de viajes. Comenzó siendo un pequeño local en Valencia y con tan solo un par de trabajadores. Con el paso de los años y mucho esfuerzo y dedicación, hoy en día, es un grupo empresarial con más de 50 trabajadores y oficinas en Madrid, Moscú, La Habana y Cancún. Este año, Jorge Lamirán y todo su equipo han dado un paso más allá e irrumpen en el mercado con la creación de su nueva marca vacacional, AquaHolidays un ambicioso proyecto que apoya a las agencias independientes intentando competir así con los grandes grupos verticales.

Servicio de financiación. Uno de los servicios que AquaHolidays propone para hacer frente a la huida del cliente a internet es un plan de financiación del viaje en 3 meses sin intereses. De esta forma el agente de viajes puede ofrecer la posibilidad de pagar el viaje en 3 plazos, algo que en internet es difícil de encontrar. **Página web orientada al agente de viajes.** La marca AquaHolidays opera a través

de su plataforma online que tiene la doble condición B2B y B2C, ya que permite al viajero realizar toda la operativa de la reserva hasta el pago, si bien al final del proceso elige una agencia de viajes donde acude para recibir la documentación. Por cada viaje vendido a través de esta plataforma el agente de viajes recibe una comisión de la venta. Así, la agencia de viajes se evita la costosa creación de una web propia con una campaña de marketing online detrás y un ambicioso plan de marketing y publicidad orientado a las agencias de viajes independientes que incluye apariciones en prensa y televisiones nacionales y locales, estrategias de posicionamiento en internet, publicidad en plataformas online como Youtube o Google, campañas de email, sorteos de viajes...

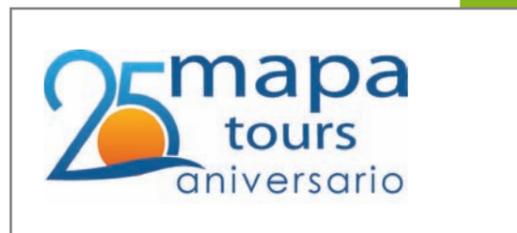
El producto: vuelos chárter con Plus Ultra Airlines. La nueva marca vacacional ha llegado a un acuerdo con la compañía aérea Plus Ultra para charterear sus aviones modelo Airbus A340. Actualmente opera con Costa Rica, Panamá,

Cuba y Tailandia en vuelo chárter y con Perú y República Dominicana en vuelo de línea regular de la misma aerolínea. Uno de los aspectos más interesantes es la exclusividad de sus rutas aéreas ya que en Cuba ofrece vuelos con destino Holguín y Santa Clara, dos zonas a las que ninguna otra compañía aérea vuela desde España. Además lo complementa con una escala en La Habana en una de sus rutas. Por otra parte, es la única que ofrece un vuelo directo Madrid - Bangkok con la ventaja de que es en horario nocturno, mucho más cómodo para el viajero. Respecto a los paquetes vacacionales, dispone de una variada oferta a los destinos mencionados anteriormente. Paquetes de 7 y 14 noches, con salidas en verano a un precio muy competitivo y con una excelente calidad de hoteles y servicios. De esta manera, AquaHolidays cumple con todos los requisitos para hacer frente a los grandes grupos y romper así el monopolio que parece instaurado en el sector de las agencias de viajes.

Mapa Tours cumple 25 años

Nacida en 1991, en una pequeña oficina de Madrid bajo el nombre de Checoslovaquia Tours S.A, ya que Praga y la República Checa eran inicialmente su razón de ser, la empresa fue consolidando el área de actuación con programas en Europa Central y del Este hasta que en el año 1996 se cambió el nombre por Mapa Tours S.A, siguiendo creciendo en personal y en nuevos destinos como por ejemplo: Rusia, Marruecos, Egipto, Jordania y Turquía. Los atentados del 11 de septiembre del 2001, el terrorismo y las crisis económicas, les hicieron pensar en seguir ampliando su programación a otros lugares y a especializarse en Circuitos hasta conformar la amplia gama de productos de la actualidad. Con la caída de los destinos principales como Egipto, Jordania, Marruecos, Turquía y Túnez, debido a la primavera árabe, que provocó otro reajuste de los principales operadores turísticos emisores, el Grupo Mapa

se colocó con sus tres marcas: MapaPlus, MapaTours y Premiun Incoming, dentro de los 10 primeros Operadores Españoles por número de pasajeros y por volumen de facturación. Además de ir incorporando mejoras con el objetivo de ofrecer la mejor calidad y máxima comodidad a los clientes, como Wifi gratuito en los autobuses, sistema de audio-guía individual, posibilidad de reservar los programas sin incluir el vuelo, etc... se ha experimentado una gran evolución de los medios tecnológicos, apostado por nuevas vías de comunicación que contribuyen a estar más cerca de los agentes de viajes. Y últimamente, la empresa ha dado un paso más para lanzar una iniciativa revolucionaria: Mapa Dynamics. Una herramienta que permitirá a los agentes de viajes poder competir con lo que los clientes dicen que encuentran por internet y de esta forma poder ofrecer lo mismo en forma y tiempo real y diseñar a la medida



del cliente el viaje que este solicite. Con un nivel de satisfacción de los viajeros de más del 95%, más de 120 profesionales directos trabajando con el grupo, 7 delegaciones en España y Oficinas Receptivas propias en Italia, Francia, Reino Unido, R. Checa, Hungría y Brasil, así como Representantes en América del Sur y del Norte vendiendo los Circuitos hacia Europa, una Motonave Propia para navegar por el Nilo "Nile Premium", y más de 125.000 personas que eligieron en 2015 el Grupo Mapa para viajar por los 5 continentes, el grupo se congratula de estos 25 años de continuo crecimiento dando satisfacción a sus clientes y a los agentes de viajes.



BeMate se alía con CEAV para comercializar su oferta de apartamentos turísticos

BeMate.com, la plataforma que ofrece apartamentos turísticos con servicios de hotel, fundada y presidida por Kike Sarasola, con su filosofía de constante innovación, ha firmado un acuerdo de colaboración con la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) para facilitar la comercialización de sus apartamentos turísticos por parte de las agencias de viajes asociadas.

Este acuerdo tiene lugar después de las últimas declaraciones del Consejero Delegado en España, Oriente Medio y África (EMEA) de Iberostar, Aurelio Vázquez en las que afirmaba que BeMate.com

"hace más daño que Airbnb". En respuesta a estas declaraciones, Kike Sarasola, Presidente y Fundador de BeMate.com afirma que: "Prohibir algo es despertar el deseo y en BeMate.com queremos estar siempre a la cabeza, no a la cola del sector, por eso pedimos tanto la desregularización del sector hotelero, en algunos aspectos, como la regularización, con cabeza, del sector vacacional. Buscamos la excelencia en el trato con nuestro cliente, por eso una Organización como CEAV es buena para nosotros, ya que ambos compartimos la misma filosofía". Por su parte, Rafael Gallego, Presidente

de CEAV, opina que "Las Agencias de Viajes tenemos que escuchar al cliente, ponerle siempre en el centro de nuestro negocio, hay cabida para todos. No hay que poner puertas al campo, toda la oferta de BeMate.com es legal y por eso es una opción más a comercializar por las agencias de viajes, complementaria a la oferta hotelera. Queremos dar al cliente un producto diferente según su situación". Desde su nacimiento, BeMate.com se ha posicionado como un nuevo concepto de alojamiento que une lo mejor de ambos mundos, los servicios de hotel, a través de sus City Mates, y la comodidad de alojarse en un apartamento. Actualmente está presente en 8 ciudades como Nueva York, Miami o Ámsterdam, entre otras, y llegará a grandes capitales como Londres, Roma, París o Lisboa a lo largo de 2016.

El Congreso CEAV 2016, en Tailandia

CEAV ha abierto el plazo de inscripción para asistir al próximo congreso y mega fam-trip 2016 organizado en colaboración con Turismo de Tailandia y que tendrá lugar entre el 17 y 19 de noviembre 2016 en Chiang Mai. La información de los diferentes post-tours que se podrán disfrutar para descubrir el País de la Sonrisa está ya disponible en la web de CEAV. Chiang Mai, conocida como la Rosa del Norte, antigua capital del reino Lanna y el reino del millón de arrozales, reúne todas las condiciones para ser la sede ideal para celebrar el próximo congreso. Este destino aúna el confort de los alojamientos tailandeses, la modernidad e infraestructuras de su palacio de congresos y la milenaria historia de esta bella ciudad patrimonial. Además, de ser la puerta de acceso para experimentar el Thainess, el arte de vivir tailandés, la hospitalidad de los thais, la cultura rural, los festivales tradicionales, la gastronomía, la naturaleza y las nuevas tendencias en experiencias turísticas que ofrece el destino Tailandia. Para completar el programa, tras las reuniones profesio-

nales de los miembros de CEAV, se incluyen encuentros con las personalidades turísticas del país, presentaciones de las novedades del producto turístico tailandés y un workshop con el sector privado local. Como complemento, los agentes de viajes españoles podrán disfrutar de interesantes y diversas excursiones en Chiang Mai y sus alrededores para conocer de primera mano cómo un destino en crecimiento en el mercado español evoluciona e innova para ofrecer lo mejor de su autenticidad y de las nuevas tendencias. Las excursiones cubrirán diferentes segmentos y nicho turísticos como el ecoturismo, bienestar o turismo de comunidad, además de nuevos destinos y productos como el jardín botánico Queen Sirikit, cursos de cocina en Amphoe San Kam-phaeng o el Wat Srisuphan, el único templo de plata en Tailandia. Para terminar, los delegados de CEAV podrán participar en distintos post-tours a la capital Bangkok, o en excursiones a las playas de Krabi y "más allá de Tailandia" para conocer los viajes combinados entre el antiguo reino de Siam y sus países



vecinos de la CEA como son Myanmar (antigua Birmania), Laos y Camboya. En palabras de Rafael Gallego Nadal, "Tailandia es un destino líder en España, y por su gran diversidad y calidad de servicio, un lugar perfecto para organizar todo tipo de viajes profesionales y de ocio. Para nuestros delegados es muy importante el poder conocer de primera mano los nuevos destinos y productos que ofrece el país, así como itinerarios combinados con sus países vecinos". Tailandia recibió 150.940 españoles en 2015, un incremento del 29,03% respecto al 2014. Y un total de 32.053 españoles viajaron en el primer trimestre 2016, con un crecimiento del 17% sobre el anterior año record y se coloca como el mercado europeo que más ha crecido por delante de países vecinos como Italia o Francia.

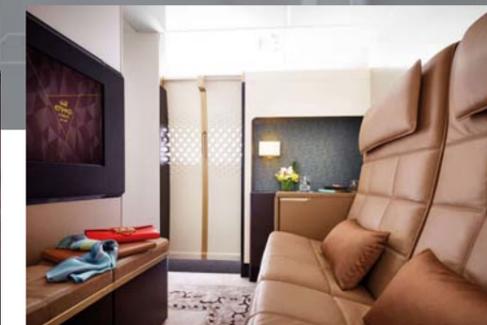


Viena: estreno del concierto en Madrid de Noche de Verano

La Oficina de Turismo de Viena presentó la retransmisión en directo del concierto de una Noche de Verano de la Orquesta Filarmónica de Viena en Madrid. El 26 de mayo de 2016, se celebró el concierto de una Noche de Verano de la Orquesta Filarmónica de Viena en los jardines del Palacio de Schönbrunn delante de más de 100.000 amantes de la música clásica. La Oficina de Turismo de Viena, en colaboración con la célebre orquesta, presentó en primicia y en exclusiva el estreno mundial de la retransmisión en directo de este deleite musical en la plaza de Oriente de Madrid, así

como en tres otras ciudades europeas. La Oficina de Turismo de Viena, en colaboración con la Filarmónica de Viena, invitó a presenciar de forma gratuita la retransmisión en directo en la plaza de Oriente. Alrededor de 4.000 amantes de la música clásica aprovecharon la oportunidad de disfrutar del concierto de una Noche de Verano de la Orquesta Filarmónica de Viena. También contaron con la presencia del Embajador de Austria el Sr. Peter Huber y otras personalidades de la vida cultural y social tanto español como austriaca. A partir de las 20.15 h se pudo ver la actuación de la Filarmóni-

ca de Viena, bajo la batuta de Semyon Bychkov y con la actuación de las pianistas Katia y Marielle Labèque, en una pantalla LED de 8x4 metros integrada en una reproducción de la Gloriette de Viena. Gracias a esta instalación, los asistentes tuvieron la impresión de encontrarse en Viena, en el evento al aire libre que tuvo lugar en los jardines de Schönbrunn. En el programa del concierto de una Noche de Verano de este año hubo obras de Georges Bizet, Hector Berlioz, Francis Poulenc y Maurice Ravel. Además de en Madrid, el 26 de mayo de 2016 la Oficina de Turismo de Viena presentó la retransmisión en directo del concierto de una Noche de Verano de 2016 en Londres, Monza y Bucarest. Estos eventos exclusivos fueron un anticipo del lema del próximo año, «2017: al ritmo de Viena», que se centrará en la ciudad como capital de la música. Para más información sobre el evento y sobre Viena, como capital de la música, consulte la web concert.vienna.info y el correspondiente hashtag #viennaconcert.



ETIHAD: Mobile Exhibition en Madrid y Barcelona

Los días 14 y 15 y del 17 al 22 de junio se ha presentado Flying Reimagined Tour.

Con el objetivo de dar a conocer a los agentes de viajes, medios de comunicación, influencers y red de partners las cabinas: Economy, Business, First Class y The Residence y los tipos de servicios que Etihad Airways ofrece a bordo de sus aviones A380 y B787 en un mismo espacio con el fin de acercar el producto a los agentes clave del sector de las aerolíneas.

Con un alto nivel de satisfacción ya que en un solo espacio se reunieron todas las cabinas que ofrecen sus A380 y B787 lo que permitió a los invitados conocer de primera mano todos los detalles gracias a una presentación que llevó a cabo la tripulación que da servicio en esas cabinas.

Etihad Airways
Flying Reimagined Tour

Estimado colega,

Etihad Airways tiene el placer de invitarle a conocer la Mobile Exhibition dentro de su Flying Reimagined Tour, una exposición itinerante que muestra todas las novedades del producto de Etihad Airways.

Podrá visitar las cabinas a bordo del A380 y del B787 y vivir la experiencia Etihad de cerca: The Residence, la única suite de tres ambientes en el aire, la First Suite, el Business Studio y los asientos Economy Smart.

- Fecha: 17 de junio
- Hora: 09:00
- Lugar: Paseo de la Castellana 259A (Torre Cepeal)

Puede confirmar su asistencia escribiendo un email a etihad@marcomunicacion.com o llamando al 91.458.5490.

Esperamos contar con su presencia.

Afterwork "MADE IN VIENNA"

El grupo airberlin, miembro de oneworld y compañía partner de Etihad Airways, ha celebrado en la capital catalana un afterwork "made in Vienna" en hotel Meliá Sky. La aerolínea es líder en conexiones entre Viena y España además de ofrecer el mayor número de frecuencias directas entre Barcelona y Viena en el mercado. Gracias a la colaboración de la Oficina de Turismo de Viena y la Oficina de Turismo de Austria, los agentes invitados pudieron conocer las novedades del destino: Blanka Trauttmannsdorff presentó los eventos más destacables tanto para este año como para el 2017 además de obsequiar a los participantes con simpáticos y elegantes giveaways vieneses. El delegado co-

mercial del grupo airberlin Paul Ciaccio nos presentó las novedades de la aerolínea asimismo el producto entre Barcelona y Viena operado por su filial austriaca NIKI perteneciente al grupo airberlin al 100%. airberlin sorteó 2 billetes entre todos los participantes para ir a Viena y la cadena hotelera Meliá un fin de semana en su fantástico hotel en Viena de recién construcción. Nos es grato recordar que existe un programa gratuito para profesionales del sector de la oficina de turismo de Viena, el cual ofrece muchas actividades gratuitas para descubrir la capital austriaca. Más información en www.viennaexpertclub.at partner.airberlin.com



Air New Zealand anuncia su Vuelta al Mundo más global



Hace años que Air New Zealand viene diferenciándose del resto de compañías. Bien sea gracias a sus vídeos de seguridad a bordo, bien gracias a las nuevas tecnologías aplicadas a bordo, bien gracias a sus revolucionarias clases como el exclusivo Economy Skycouch, el único sofá-cama en clase Economy del mundo.

En la celebración de su 75 aniversario, Air New Zealand da un paso más perfeccionando su producto estrella: Su Vuelta al Mundo. Desde España, los pasajeros tienen opciones sumamente interesantes, con salidas desde Barcelona y Madrid y gateways o escalas gratuitas en destinos como Singapur, Hong Kong, Londres y

Los Ángeles (con vuelos directos desde España), Tokyo, Auckland, Christchurch, varias ciudades en Australia, Papeete (Polinesia Francesa), Rarotonga (Islas Cook) y Vancouver o San Francisco en la costa oeste norteamericana. Recientemente la compañía ha inaugurado vuelos a Buenos Aires y Houston, además de haber anunciado una nueva conexión con Ho Chi Minh City. Con ello, son ya más de 50 destinos los que la aerolínea opera con sus propios aviones y cientos de combinaciones disponibles para todo aquél que desee completar la vuelta al mundo de forma segura y cómoda. Así mismo Air New Zealand mantiene sus competitivas tarifas para este producto, con la posibilidad de realizar una Vuelta al Mundo desde España desde tan sólo 1,499€ Tasas Incluidas.



Welcome on board Mr. Summer by AIR TRANSAT

La aerolínea canadiense AIR TRANSAT, de la mano de su representante en España SUMMERWIND y de la empresa de eventos Sensaciones a la Carta, organizó el pasado día 15 de Junio una velada muy especial que, bajo el nombre WELCOME ON BOARD MR. SUMMER, sirvió

para dar la bienvenida al verano y agradecer a sus mejores clientes las ventas y el apoyo recibido desde que comenzó a operar sus vuelos directos desde España. La fiesta tuvo lugar en la emblemática Fábrica MORITZ y acudieron más de 80 agentes de viajes. En el evento

también estuvieron presentes la Sra. Kathryn Burkell, Cónsul de Canadá en Barcelona, Alfons Calderón, Director del Bureau du Québec, Cristina Bou, CEAV y Catiana Tur, ACAVE. Cristina Baños, sales representative Cataluña-Aragón-Andorra, presentó el evento.



Presentación de la nueva compañía PLUS ULTRA: Valencia-Madrid-Bilbao-Barcelona

La nueva compañía aérea PLUS ULTRA (WWW.PLUSULTRA.COM) en colaboración con TURISMO DE REPUBLICA DOMINICANA, presentó a los agentes de viajes de VALENCIA-MADRID-BILBAO Y BARCELONA sus nuevos vuelos a SANTO DOMINGO y LIMA así como sus servicios a bordo y promociones para la temporada de verano 2016. De la mano de REPUBLICA DOMINICANA y PLUS ULTRA, los agentes tuvieron la oportunidad de descubrir lo que este destino ofrece tanto para los viajeros de ocio

como para los viajes de incentivos y congresos. En total casi 100 agentes de viajes han podido conocer la novedad de la nueva conectividad que ofrece la nueva compañía entre Madrid y Lima y de Madrid a Santo Domingo.

PLUS ULTRA
ROAD SHOW DE PLUS ULTRA PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES
DOS de cada TRES personas sueñan con viajar. Nosotros soñamos lo mismo.

VALENCIA 24 DE MAYO. Sueño junto a la playa de Valencia en el HOTEL EL COSO DE MAR. 14.00 h. Presentación - comida.

MADRID 25 DE MAYO. Despertaremos tu sueño con un fantástico desayuno en MAMA FRAMBOISE. Zumos auténticos de maracuyá y gran selección de delicatessen. 09.30 h.

BILBAO 26 DE MAYO. Desde la Ría de Bilbao... soñaremos con viajar desde TXOCOOK. Rica cocina en un lugar emblemático. 14.00 h. Presentación - comida.

CONFIRMA TU PLAZA EN: ventasmadrid@plusultra.com
www.plusultra.com



Iberia inaugura sus vuelos a San Juan de Puerto Rico

Iberia ofrece tres vuelos a la semana a Puerto Rico con su avión más moderno, el A330-200, equipado con las nuevas clases Business y Turista

Con el reinicio de los vuelos a San Juan, el 20º destino de Iberia en América Latina, la línea aérea refuerza su liderazgo en este mercado

Iberia ha vuelto a volar de Madrid a San Juan de Puerto Rico. La compañía aérea ofrece tres vuelos a la semana con aviones A330-200, el más moderno de su flota, que cuenta con 19 butacas en clase Business y 269 en clase Turista. En total, ofrece más de 41.200 asientos en esta ruta durante la temporada de verano, que finaliza en octubre. El horario de los vuelos Madrid - San Juan, que permite la conexión con otras 23 ciudades españolas de la red del Grupo Iberia, será:

rarán a la flota hasta 2021.

En los vuelos entre Madrid y Puerto Rico, los clientes de Iberia pueden disfrutar de las nuevas clases Business y Turista de largo radio. En Clase Business, destacan las butacas que se transforman en camas de dos metros de longitud, con acceso directo al pasillo, y una pantalla individual de 15,4 pulgadas. En Clase Turista, las butacas tienen un diseño más ergonómico y ofrecen más espacio al cliente. Desde la pantalla individual de nueve pulgadas, los pasajeros

de entretenimiento para niños.

En ambas clases, los pasajeros disponen de un sistema Wifi de banda ancha que permite una mayor velocidad de descarga de contenidos.

San Juan es el 20º destino de Iberia en América Latina, una ciudad bella que se caracteriza por sus edificios de estilo colonial. Puerto Rico es un país con muchos encantos para todo tipo de viajeros: playas fascinantes en las que se puede practicar surf o buceo, al igual que parques de naturaleza exuberante, ideales para el turismo de aventura, y una gran cantidad de comercios.

Iberia es la compañía líder entre Europa y América Latina con 250 vuelos semanales. En los dos últimos años, la aerolínea ha abierto seis nuevos destinos - Montevideo, Santo Domingo, La Habana, Cali, Medellín y, ahora, San Juan - en este mercado. En 2016, Iberia celebra el 70º aniversario de sus vuelos a América Latina.

Nº de vuelo	Origen	Salida	Destino	Llegada	Días
IB6301	Madrid	12:25	San Juan	14:20	L., Mi. y Do
IB6300	San Juan	16:35	Madrid	06:25	L., Mi. y Do

Para el vuelo inaugural a San Juan, Iberia programó el avión "Puerto Rico", su cuarto A330-200, que acaba de estrenar, y que forma parte del pedido de 29 aviones de largo radio que se incorpo-

pueden disfrutar del mismo programa de entretenimiento que en la clase Business: 50 películas en diferentes idiomas, 80 series de TV y documentales, 400 opciones musicales, videojuegos y un canal



UNITED inaugura su nueva ruta Barcelona-Washington

El pasado 26 de mayo United Airlines inauguró la conexión estacional, diaria y sin escalas entre Barcelona y Washington, con un evento que comenzó en la terminal 1 de El Prat con el tradicional corte de cinta y el saludo al primer vuelo. Acto seguido, los representantes de United se reunieron en el Consulado con las agencias de viajes más influyentes

de Cataluña para ofrecer detalles sobre la ruta y realizar declaraciones al respecto.

Esta nueva ruta se suma a las rutas existentes en España, con la que United mejora las conexiones con los Estados Unidos y en última instancia con la más amplia red de destinos por todo el mundo de la que dispone. La nueva ruta es ope-

rada por un Boeing 767-400, que dispone de un total de 242 asientos: 39 asientos cama en la clase United BusinessFirst y 203 asientos en United Economy, incluyendo 70 asientos Economy Plus que cuentan con un mayor espacio para el pasajero, y se prevé que el servicio se alargue hasta el 29 de octubre.



De Izquierda a Derecha: Ann Pina, MWAA, Mike Stewart, MWAA, Hon. Marcos Mandrojana, General Consul EEUU, Cristina Bou, CEAV, Thorsten Lettnin, United; Toni Albareda, United, Antonio Abareda, United y Antonio de Toro, United.

MIEMBROS ADHERIDOS CEAV

CEAV crece

Porque la suma de los esfuerzos individuales es el Resultado del éxito colectivo, la confederación crece en número de colaboradores con sus miembros adheridos para los que ofrece:

VISIBILIDAD On line: sección de miembros adheridos en la web con logo linkeado a su home.

VISIBILIDAD Off line: institucional en todos los eventos organizados por la CEAV.

FITUR: Punto de Encuentro & Welcome FITUR para todas las agencias y miembros como punto de encuentro y saludo oficial.

WORKSHOPS: participación en los workshops de CEAV.

COMUNICACIÓN: gestión de envíos de las convocatorias o novedades a las agencias de viajes desde CEAV.

ORGANIZACIÓN: formaciones y presentaciones personalizadas a medida para cada miembro adherido que lo solicite. Condiciones a consultar.

MUNDO INEDITO: Espacio publicitario donde figuran los miembros adheridos en la revista Mundo Inédito y descuentos sobre las tarifas oficiales de publicidad de la revista.

APOYO institucional de la Confederación y Marca. Asesoramiento sobre cuestiones específicas de ámbito turístico.

CALIDAD: Ser miembro adherido de CEAV es sinónimo de calidad.



TRAVEL NIGHT BILB AO



05 | OCTUBRE | 19.00 a 23.00 h

Tras el éxito en los workshops celebrados en Valencia y Madrid, CEAV organiza el próximo 06 de octubre el Workshop de Otoño en BILBAO. Un evento pensado para los profesionales del sector turístico que quieran contactar con a las agencias de viajes del País Vasco.

Únete a nosotros y participa

Más información: e-mail: cristinabou@ceav.info - teléfono CEAV: 91 838 85 36



ACPETUR en colaboración con EDUCATUR organizan la XXI Nit del Turisme de Catalunya

Kike Sarasola entre los galardonados por los premios Ali Bei otorgados por los periodistas turísticos

Ante más de 450 personas se han entregado los premios Ali Bei en el marco de la XXI Nit del Turisme de Catalunya celebrada en el Hotel Porta Fira de L'Hospitalet. Como cada año, los galardones se otorgan a personas, empresas o entidades que por su evolución, trabajo o distinción destacan en el mundo del turismo, la economía y la gastronomía.

En el evento, por la Associació de Periodistes i Escriptors de Turisme i Economia (ACPETUR) participan representantes de instituciones, y profesionales del periodismo, la hostelería y el turismo como la alcaldesa de L'Hospitalet, Núria Marín; el Secretario General d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya, Xavier Gibert; el Director de Turismo de la Diputació de Barcelona, Miquel Fons; el Director General de AENA, Fernando Echegaray; el Presidente de la Federación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos, Joan Molas y el Secretario General del consejo de cónsules de Catalunya, Juan Alfredo Buffa. El acto lo presidió el presidente de ACPETUR, Domènec Biosca.

Este año los premiados han sido:

A la mejor empresa en Innovación Tecnológica y Turística. Cadena AR HOTELS, recogido por Giorgio Scolese.

Al destino que mejor ha implantado una política turística con éxito en la provincia de Barcelona: Comarca de Osona y Ayuntamiento de Vic, recogido por Mila Martínez. **A la empresa más preocupada en innovación para el bienestar de las per-**

sonas: Roca. Recoge el premio el director General Corporativo de Marketing, Carlos Velázquez.

Al personaje destacado del sector turístico: Enrique Sarasola, presidente de Room Mate Hoteles.

Al impulso en Marketing y Gastronomía en las comarcas de Barcelona al Colectivo Cuina VO.

A la apuesta por la formación, promoción e inserción profesional a Ilumiom Hoteles, lo recoge José Ángel Preciados.

A la agencia de viajes más destacada RatPanat Luxury and Adventure, recogen Estrella Ortego y Ricardo Retto.

A la oferta gastronómica de mejor elaboración, recoge Raul Gali.

Al finalizar la entrega de premios, el presidente de ACPETUR, Domènec Biosca agradeció la asistencia de los invitados y les recordó que la felicidad es un viaje de toda la vida y que por ello, es importante sentir, vivir, cuidarse, mimarse y pensar con la filosofía de un viajero que puede disfrutar y compartir todo tipo de sensaciones.

Los premios Ali Bei llevan el nombre del famoso viajero Ali Bei el Abbassi, cuyo nombre real era Domingo Badía i Lebich, nacido en Barcelona en 1766 y fallecido en Damasco en 1818. Desde niño tuvo una enorme curiosidad por el mundo árabe y los viajes y llevó a cabo un osadísimo periplo que le llevó de Marruecos a Turquía pasando por Trípoli, la isla de Chipre, Egipto, Arabia, Palestina y Siria. Fue un hombre de amplia cultura que dejó escrita

una descripción rigurosa y pormenorizada de todas estas tierras. La narración de sus viajes y dibujos bajo el título de "Viajes en Marruecos, Trípoli, Chipre, Arabia, Siria y Turquía". Osadísimo periplo que le llevó de Marruecos a Turquía pasando por Trípoli, la isla de Chipre, Egipto, Arabia, Palestina y Siria. Con su singular espíritu ilustrado, nos dejó una descripción rigurosa y pormenorizada de todas estas tierras, incluyendo lugares como La Meca y el Templo de Jerusalén, de los que no se había hecho un estudio similar con anterioridad, ni se volvería a hacerse en muchos años. Fue probablemente el primer español, no musulmán en pisar estas regiones y entrar en el santuario de La Kaaba. Una calle de la ciudad de Barcelona lleva su nombre.



La ITB de BERLÍN celebró su 50 EDICIÓN

El Centro de Documentación Turística de Madrid organizó una exposición de carteles y libros de turismo antiguos

La ITB de Berlín, la feria de turismo más importante del mundo, celebró su 50ª edición en la que participaron en total 10.000 empresas expositoras de 187 países y regiones, hubo 120.000 visitantes profesionales, se acreditaron 5.000 periodistas de 80 países, así como alrededor de 380 bloggers y se registró un récord de ventas que se evalúan en siete mil millones de euros. Además, a los 200 eventos en la Convención ITB asistieron más de 26.000 participantes y el sábado y el domingo los pasillos estuvieron abarrotados de 60.000 visitantes.

El Centro de Documentación Turística de Madrid, que dirige Miguel Montes, Secretario General de la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo y que desde hace años está presente en la ITB con una muestra de libros y revistas de turismo, ha llevado a cabo con motivo del 50 aniversario de la feria una aportación excepcional. Seleccionó de entre sus numerosos fondos una colección de carteles y libros de turismo que expuso con cuidada presentación.

Se presentaron piezas muy valiosas, como un libro de viajes del siglo XVIII ("Pausanias, ou voyage historique, pittoresque et philosophique de la Grèce", de 1797), el "Viaje de la India a La Meca" de 1832, un "Voyage en Espagne" de

1844, el tomo "Voyage en Espagne et coup d'oeil sur l'état social, politique et matériel de ce pays" de August Malengreau, editado en Bruselas en 1866, un folleto titulado "Cuba a la carta" de 1895, es decir, de la época colonial, libros de las exposiciones internacionales de París, Chicago, Bruselas, Barcelona y Sevilla, un display de Trípoli editado por el Turismo italiano, o sea, en la época fascista, una guía de hoteles de Madrid de 1929, otros libros sobre Berlín durante la división de la ciudad, así como carteles antiguos de correos marítimos -Trasmediterránea, Ybarra, etc-, compañías aéreas y destinos turísticos de diferentes países. Como es natural, también hubo carteles, catálogos y folletos editados por la ITB a lo largo de su vida. La exposición, fue visitada por varios

miles de participantes, contó con la presencia del director de la ITB, David Ruetz, Product manager de la ITB, Juliane Gaebler y jefa de Prensa, Astrid Zand. La brillantez de la presencia del Centro de Documentación Turística en la feria quedó entristecida por un hecho luctuoso: el fallecimiento de Gonzalo Nates, su subdirector, precisamente cuando se desplazaba en coche desde Madrid a Berlín. Gonzalo fue el alma de la exposición y persona muy apreciada por su profesionalidad, su cultura y su buen hacer. El éxito alcanzado por la muestra fue el mejor homenaje a su memoria. Patrocinó Messe Berlín, con la colaboración del Grupo MARVA y el Hotel St. Michaels-Heim de Berlín. La próxima ITB Berlín se llevará a cabo del 8 al 12 de marzo de 2017.





El grupo en el Claustro del Seminario Mayor de Astorga.

La Confederación Española de Agencias de Viajes y Turismo de León organizan el primer 'FAM TRIP' especializado en agencias de viajes de turismo rural y activo

En el marco de la trigésimosexta edición de la Feria Internacional del Turismo (FITUR) celebrada el pasado enero, el Presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, el Presidente de la Diputación de León y del Consorcio Provincial de

Turismo, Juan Martínez Majo, y el Diputado de Turismo, Genaro Martínez Ferrero, acordaron organizar el primer 'FAM TRIP' especializado en agencias de viajes de turismo rural y activo en la Comunidad de Castilla y León. Un encuentro que se ha celebrado recientemente y en el que

se han presentado los atributos de esta parte de la geografía nacional a las agencias de viajes miembros de las asociaciones adheridas a CEAV.

El viaje de familiarización de cuatro días de duración se ha realizado en colaboración con RENFE y la aerolínea AIR NOSTRUM. Así, la nueva línea de alta velocidad entre Madrid y León junto con el vuelo que conecta el aeródromo leonés y la ciudad condal han permitido la participación de agentes de viajes de la Comunidad de Madrid y Cataluña en este encuentro formativo.

El punto de encuentro ha sido León desde donde los agentes de viajes se han desplazado a Astorga, en cuyo ayuntamiento ha tenido lugar una recepción oficial ofrecida por el Presidente de la Diputación de León, Juan Martínez Majo, y Arsenio García Fuertes, Alcalde de esta localidad. A continuación, dio comienzo una sesión de trabajo entre los empresarios turísticos de la provincia y los agentes de viajes en el Claustro del Seminario Mayor de la ciudad. Posteriormente, los participantes visitaron Astorga, León y la cueva de Valporquero, que este año cumple su 50 aniversario de apertura al público, así como su Curso de Aguas.



CASTILLA Y LEÓN:
EL MUSEO
MÁS GRANDE
DEL MUNDO
ESTÁ VIVO

AQVA te inunda de arte Las Edades del Hombre

T O R O

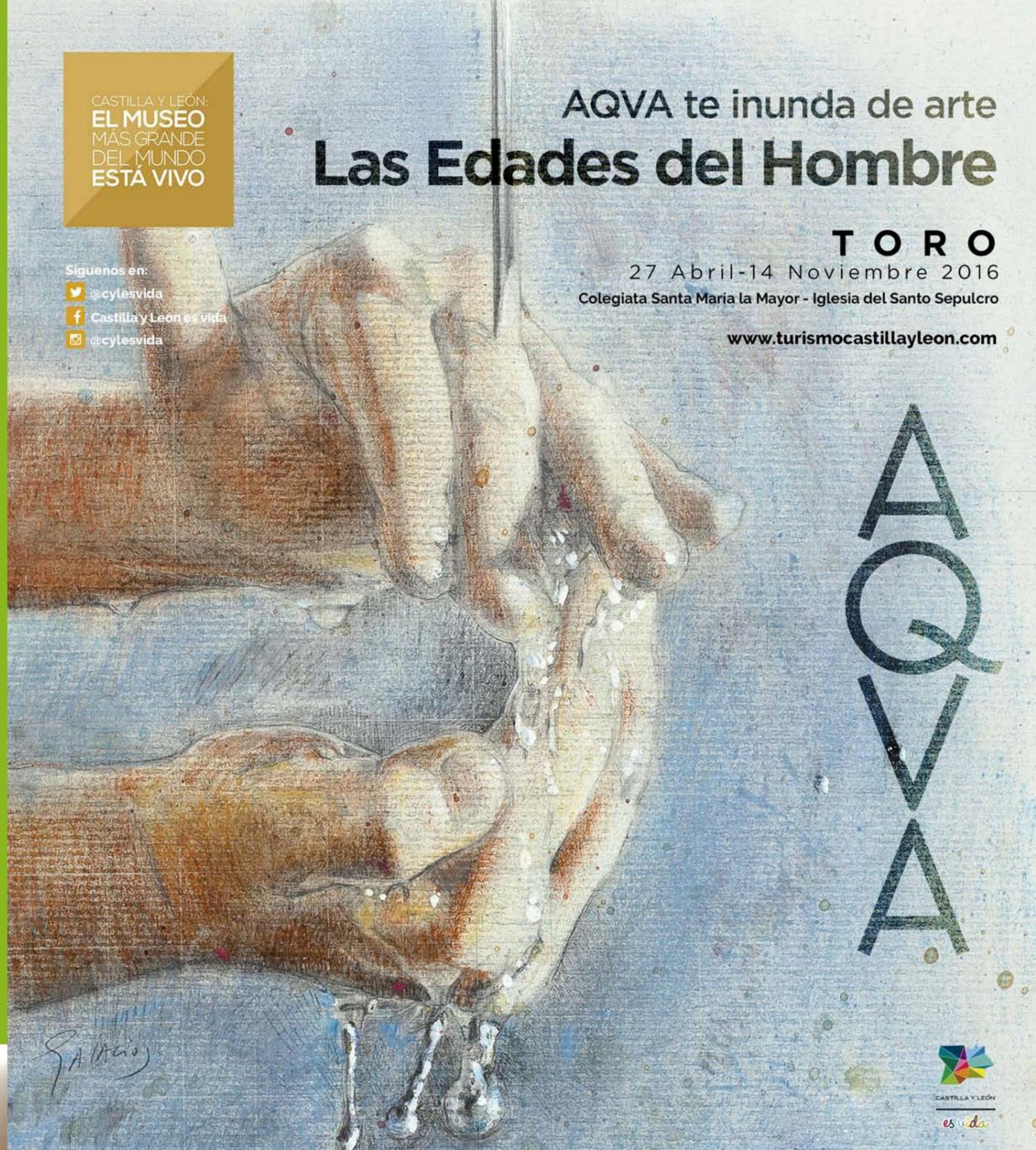
27 Abril-14 Noviembre 2016

Colegiata Santa María la Mayor - Iglesia del Santo Sepulcro

www.turismocastillayleon.com

Síguenos en:

- @cylesvida
- Castilla y León es vida
- @cylesvida



A
Q
V
A



Colaboran:





**Jordi Porcel,
Director General de Etihad
Airways en España**

El Director General de Etihad Airways, Jordi Porcel, trae consigo una gran experiencia en el sector de la aviación comercial. Proviene de Vueling Airlines donde desempeñaba el puesto de Chief Sales Officer y en el que ha sido responsable de las ventas de la compañía durante tres años. Antes de unirse a Vueling Airlines, ocupó diversas posiciones de responsabilidad en British Airways, la última como Director General Comercial Regional para España, Portugal y América Latina.

Jordi tiene un título de Marketing y Ventas de la escuela ESEM y un MBA Ejecutivo del Instituto de Empresa. Además de títulos de la Universidad WTTA en Johannesburgo y del IBM Business School en Londres.

Entrevista a Jordi Porcel,
Director General de Etihad Airways en España

“La aerolínea líder en el mundo”, durante siete años consecutivos

Recientemente habéis celebrado el primer año de operaciones de Etihad en España. ¿Podría hacer una evaluación de los últimos 12 meses?

Nuestro primer año de operaciones ha sido muy positivo y emocionante. Hemos trabajado muy bien junto con nuestros socios comerciales para asegurar que estamos alcanzando a todos los clientes potenciales y que todos conozcan nuestros productos y servicios.

Probablemente Etihad es menos conocido en nuestro país que otras aerolíneas del Golfo que están presentes en España desde hace algunos años. ¿Es esto algo que está cambiando?

Etihad Airways lleva operando a nivel internacional desde hace 13 años y, aunque se trata de una vida corta en el mundo de la aviación, somos una aerolínea bien consolidada en la industria. En España, aunque tenemos unos objetivos de crecimiento bastante ambiciosos, hemos tenido buenos resultados durante este primer año. Los premios que hemos recibido durante todos estos años han tenido un enorme eco en España y esto ha contribuido claramente a acelerar el conocimiento que

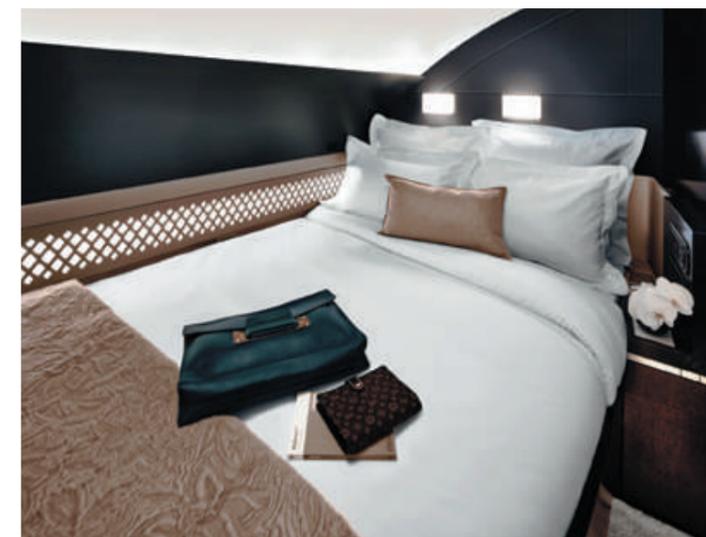
el mercado español tiene sobre Etihad y el deseo de volar con nosotros.

No mucha gente sabe que Dubái y Abu Dhabi pertenecen al mismo país y que Abu Dhabi, vuestro hub, es la capital. ¿Es interesante detenerse en Abu Dhabi para conocer y visitar las atracciones que tiene para ofrecer, como la Gran Mezquita o el Ferrari World?

No hay duda de que Abu Dhabi tiene en este momento una increíble oferta para ser descubierta. Además de sorprendentes playas naturales, atracciones para la familia, visitas culturales e instalaciones deportivas de primera calidad, en los próximos meses y años veremos la apertura de nuevas delegaciones del Museo del Louvre y el Guggenheim, así como el Museo de Historia Natural. Además, el nuevo aeropuerto se inaugurará en 2017 llevando la experiencia de nuestros clientes a estándares superiores, no sólo para aquellos que vienen a Abu Dhabi, sino también para los que hacen tránsito hacia otros destinos dentro de nuestra red.

Ahora vamos a hablar de aviación. ¿Cuántas frecuencias hay entre Madrid y Abu Dhabi y cuáles son los destinos de larga distancia con mejores conexiones desde Madrid?

Tenemos cuatro vuelos semanales entre Madrid y Abu Dhabi. Somos la única compañía aérea que opera directamente en la capital de los EAU y la más recomendable si se viaja a Dubái. Todas las principales ciudades de la región están perfectamente conectadas a través de nuestro centro de operaciones en Abu Dhabi y tenemos una fuerte presencia, junto con nuestros Etihad Partners o



“Tenemos cuatro vuelos semanales entre Madrid y Abu Dhabi”

aerolíneas asociadas (airberlin, Air Seychelles...) en India, Pakistán, Tailandia, Filipinas y Australia, entre otros países.

¿Cuál es la flota de aviones que opera en Madrid?

A escala global, tenemos una flota de alrededor de 120 aviones Airbus y Boeing, con aproximadamente 200 aviones bajo pedido firme. En España operamos con un Airbus A330 con 22 asientos en clase Business y 140 asientos en Economy.

¿Tenéis pensado volar desde Barcelona?

Estamos constantemente monitorizando nuevas oportunidades para poder cubrir las necesidades del mercado.

¿Podría definir la filosofía de Etihad?

Nuestro objetivo es mantener nuestro estatus actual como la mejor aerolínea del mundo. Es extremadamente difícil para una aerolínea con 13 años de trayectoria ser nombrada como "la aerolínea líder del mundo" durante siete años consecutivos. Esto sólo es posible si diseñamos los mejores productos, ofrecemos el mejor servicio y si todos y cada uno de los individuos que integramos la compañía ampliamos las fronteras para proporcionar la mejor experiencia posible





“Cabe mencionar la excepcional “The Residence” a bordo de nuestros aviones A380, que incluye una sala de estar, un dormitorio doble, un cuarto de baño y un mayordomo...”

Hemos escuchado maravillas de la Clase Business y de la Clase First. ¿Podría describir sus características principales?

No nos limitamos a desafiar a la industria aérea para ser los mejores sino que hacemos de nuestros productos y servicios una referencia dentro del mundo de la hospitalidad, incluyendo también restaurantes u hoteles. Hacer esto nos ha servido de inspiración para introducir conceptos innovadores como nuestros First Apartments y Estudios Business, chefs a bordo, sumilleres y niñeras a bordo. Cabe además mencionar la excepcional 'The Residence' a bordo de nuestros aviones A380, que incluye una sala de estar, un dormitorio doble, un cuarto de baño y un mayordomo formado en la Academia Savoy de Londres. Como aerolínea líder en el mundo, estamos siempre a la vanguardia de la innovación.

¿Qué importancia tienen las agencias de viajes como canal de distribución?

Las agencias de viajes han sido fundamentales para nuestro crecimiento y éxito durante estos 13 años y seguirán jugando un papel clave en nuestra estrategia. Seguimos trabajando con los principales GDS (Global Distribution Systems) para mejorar la experiencia de los agentes cuando trabajan y reservan con Etihad. Continuamos desarrollando productos que son fáciles de entender y de ofrecer a nuestros huéspedes. Las "Opciones de tarifas" son un buen ejemplo ya que tanto los agentes y, en última instancia, nuestros clientes tienen acceso a una amplia gama de productos y servicios que pueden elegir y pagar por lo que realmente necesitan.



AERTiCKET
El consolidador para profesionales

revolucion.aerticket.es

 www.aerticket.es

 Tel:971576554

 comercial@aerticket.es



José Arias. CEO de Travel Loop

La tecnología renueva el concepto de “experiencias turísticas”

Durante los últimos años, el concepto de experiencia turística ha sido utilizado en exceso para vender todo tipo de actividades, paquetes turísticos o para ofrecer un valor añadido en los diferentes destinos. Se ha explotado tanto el término que ha llegado a suscitar el debate de si las experiencias estaban en fase de declive como producto.

Nuestra opinión en este sentido es clara: las experiencias turísticas siguen estando en auge gracias a la tecnología. Antes, cualquier actividad era motivo de reclamo para animar al viajero a realizar una escapada; bastaba con tener una temática, un entorno único, una actividad divertida... Ahora además de todos estos ingredientes, lo que funciona es que dichas experiencias estén vinculadas con las nuevas tecnologías y que además sean cada vez más personalizadas. El concepto de experiencia no será algo caduco siempre y cuando el producto y la manera en que se comercialice se vincule a la tecnología.

En la actualidad se habla constantemente sobre realidad virtual, IoT, beacons, geolocalización, social traveller, hoteles inteligentes, smart cities... en el sector turístico, de hecho, la innovación tecnológica se ha convertido en experiencia en sí misma.

En el caso de la realidad virtual debemos de tener en cuenta que se está convirtiendo en un instrumento de gran potencial para el marketing turístico. Es evidente que nunca va a sustituir al viaje real, pero está sirviendo para descubrir y promocionar destinos o actividades antes de saber qué lugar visitar.

El Internet de las Cosas (IoT) es otra dimensión tecnológica que crecerá en los próximos años. En un futuro se prevé que existan millones de dispositivos conectados en todo el mundo. Esto permitirá que se multipliquen las emociones durante los viajes, ya que se podrá personalizar todo tipo de servicios en función de los gustos del cliente.

Gracias a estos avances, por ejemplo, los hoteles podrán ajustar la temperatura o la luz de las habitaciones en función de la información almacenada en la nube de los perfiles de sus huéspedes.

Todo esto tiene también mucho que ver con el desarrollo del Big Data. El análisis de datos recopilados por los usuarios permite conocer sus gustos, sus costumbres, sus hábitos de consumo, sus últimos destinos visitados... cuanto más información nos proporcione el viajero más podremos ajustar las experiencias a sus deseos.



Otro de los campos en los que se está invirtiendo últimamente es en el de las ciudades o destinos inteligentes (“smart cities” o “smart destinations”). En ellos se incorporan sistemas beacons, con los que, por ejemplo, se pueda informar de los tiempos de espera para acceder a un museo o una atracción turística de una ciudad, se desarrollan aplicaciones móviles con las que te olvidarás de llevar guías de viaje, se instalan procesos de geolocalización de maletas en aeropuertos para saber en todo momento dónde se encuentra tu equipaje... y así podríamos seguir hablando de numerosas innovaciones turísticas que aportan un extraordinario valor añadido a las ciudades.

Y este interés por los nuevos avances tecnológicos no solo se centra en crear nuevas experiencias turísticas, sino también en la manera de comercializar dichas experiencias.

Debemos tener en cuenta el perfil del nuevo viajero digital: hiperconectado, con un exceso de ofertas de todo tipo y hasta podríamos decir, saturado de información. Valoran mucho su tiempo y por ello, desean que a la hora de reservar el proceso sea sencillo y rápido.

Por este motivo, muchas empresas turísticas han decidido incorporar soluciones tecnológicas como Turistrip, que precisamente sirven para simplificar la comercialización y venta. Estas herramientas se integran completamente en la web de las empresas, manteniendo su imagen corporativa, y ofrecen una garantía para los usuarios que quieren seguridad a la hora de realizar sus reservas.



El usuario tiene la posibilidad de conocer toda la oferta de planes en un mismo sitio web, con toda la ficha de información, sabiendo la duración de la actividad, la empresa que lo

organiza, el precio, la valoración de otros usuarios, pueden compartirla a través de sus redes sociales, y por supuesto, pueden reservarla en ese mismo momento.

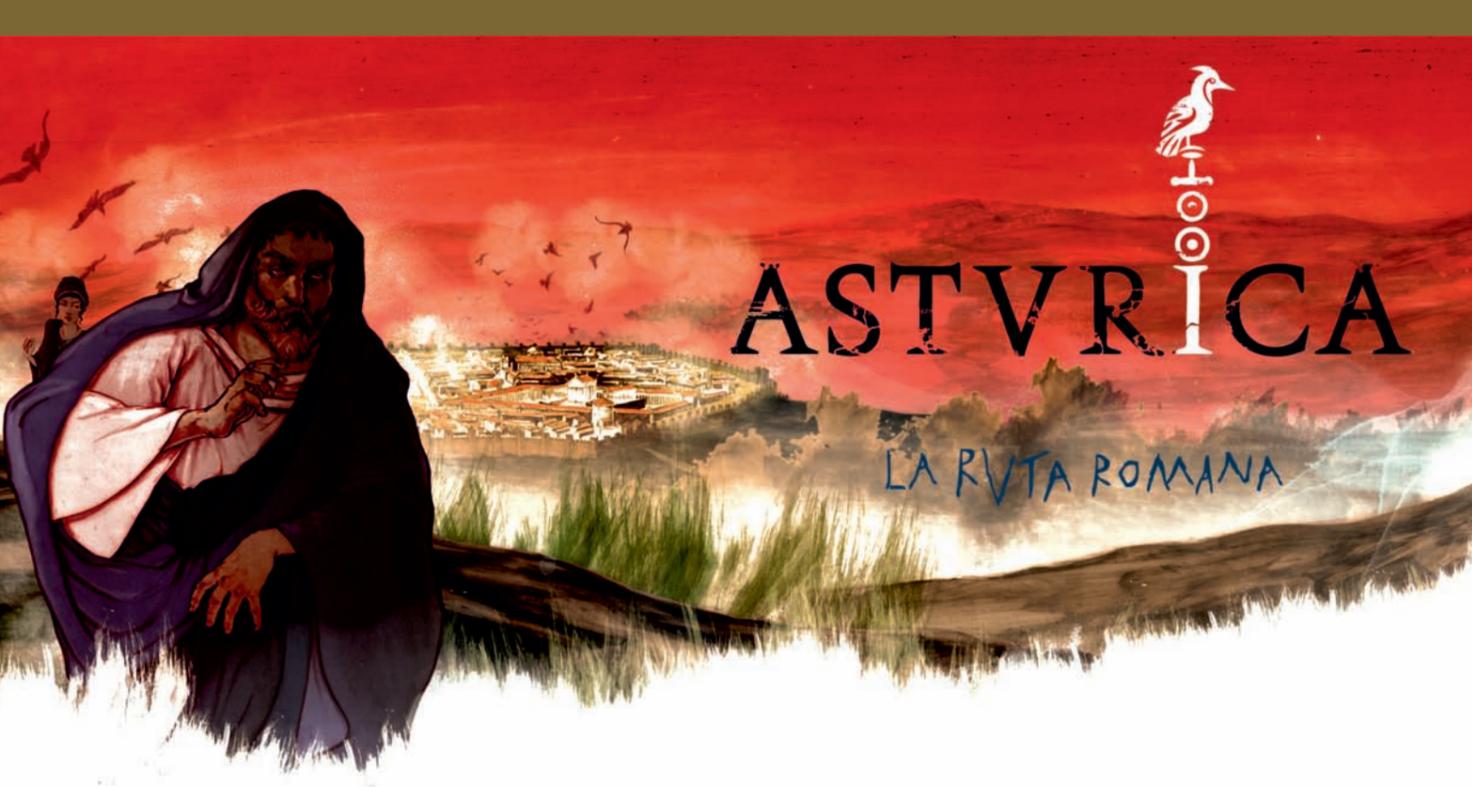
Y es que, las experiencias turísticas deben de ser gratas desde el principio, desde el mismo momento que se quiere buscar inspiración para elegir el próximo destino. Y, además, hay que destacar que para que una experiencia triunfe debe sorprender, y hoy en día, el factor sorpresa viene de la mano de las innovaciones tecnológicas.



Es indudable que la tecnología ha cambiado los hábitos de los viajeros y las empresas turísticas deben de adaptarse a los nuevos tiempos si quieren seguir en el mercado. Invertir en tecnología es clave para diferenciarse del resto de competidores.

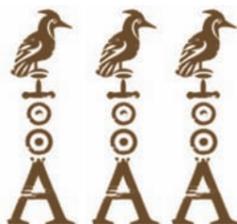


Teléfono de Atención al Cliente: +34 91 431 28 10 | Siempre al día! Síguenos en: [Facebook, Twitter, LinkedIn icons] | Más información: info@travelloop.es | www.travelloop.es



la ruta romana de ASTORGA, una verdadera propuesta de turismo experiencial

María Ángeles Sevillano Fuertes
ARQUEÓLOGA MUNICIPAL
DIRECTORA DEL MUSEO ROMANO



Astorga propone, por primera vez este mes de julio, visitas teatralizadas para sumergirse de manera activa en su pasado romano

El último fin de semana de agosto, la bimilenaria ciudad celebra Astures contra Romanos. La recreación histórica que da vida a los antiguos pobladores de Asturica Augusta

Los últimos estudios entorno al turismo experiencial, colocan a la arqueología como tendencia dentro de la oferta de dichos servicios turísticos.

La puesta en valor de los restos arqueológicos de Astorga ha derivado en la creación de un itinerario arqueológico guiado -La Ruta Romana- cuya dinamización encaja perfectamente dentro del concepto de turismo de experiencia.

Este itinerario sumerge al visitante en la época romana, conectándole con el pasado de manera activa a partir de la visita a los restos, palpando las sensaciones que ofrece el contacto con "las ruinas". Se trata de un recorrido circular, sale y se recoge en el Museo Romano, donde se gestiona la visita, para la que se ha de realizar reserva previa ya que el aforo es limitado. Se sigue un orden cronológico, pues en el primer punto del recorrido se presentan los restos del asentamiento más antiguo, el campamento de la Legión Décima Gémina. A continuación nos sumergimos en el ambiente de un edificio termal, en el que tendremos ocasión de transitar por todas las estancias propias de estos establecimientos dedicados al ocio y al negocio. Seguidamente, visitamos la Curia, el lugar donde se reunían los Decuriones para decidir sobre el destino de la ciudad. Las sensaciones alcanzan su momento álgido cuando el visitante baja al interior de la cloaca, uno de los puntos más atractivos del recorrido. Paseamos frente al pórtico que cerraba el gran foro -plaza pública- por su flanco sur, para finalizar visitando una domus, probablemente propiedad de

un importante personaje de la administración romana, a juzgar por la riqueza del mosaico que pavimenta la sala de recepción de esta gran casa.

Cada uno de los lugares que forman parte del itinerario está dotado de la iluminación adecuada. Los sentidos del visitante se estimulan también a través del recorrido por una serie de paisajes sonoros que le trasladan al momento histórico en que cada uno de los edificios estaba en uso.

A todo ello se une la importancia de encontrar y descubrir la historia a través de un relato en el que se introduce la explicación de diversos objetos, usados en época romana por los habitantes de Asturica, de aspecto muy similar a los que usamos en la actualidad y que forman parte de la exposición permanente del Museo Romano; esta circunstancia emociona al visitante y creemos que es precisamente desde el plano emocional desde donde podemos conectar el presente con el pasado.

VISITAS TEATRALIZADAS

Trabajamos en el diseño de actividades especialmente creativas, que transmitan y que estén dotadas de atractivo sin restar calidad a la visita. En este sentido, se han programado un total de cuatro visitas teatralizadas que se llevarán a cabo los sábados del mes de julio, excepto el primero. Entendemos que la recreación teatral ofrece la posibilidad de acoger a un público intergeneracional y son aptas para toda la familia, lo que supone una gran ventaja durante el periodo estival y vacacional.



La visita teatralizada sumerge al visitante en el relato histórico a través de la música, los olores, o incluso sabores -se ha invitado a participar a los hosteleros de la ciudad, con una aportación gastronómica-. Estos estímulos ayudan al usuario en la comprensión del pasado romano de Astorga a la vez que lo vincula de forma más estrecha con la valoración del patrimonio arqueológico.

ASTURES CONTRA ROMANOS

Astures contra Romanos, la lucha por la conquista del territorio en el que se asentaron las tribus adoradoras del río Astura (actual Esla) como los Amacos contra el conquistador del imperio se recrea, año tras año, en Astorga desde 1986, cuando la celebración del bimilenario de la ciudad volvió a llenar las calles de Asturica Augusta de romanos que sólo pedían pan y circo.

El primer día de los cuatro en que se desarrolla la fiesta, las vestales, encargadas de guardar el fuego sagrado, llegan a Astúrica desde Roma con el fin de escoger, entre la avanzadilla de romanos que ya han hecho del cerro Astur su hogar, a las vírgenes más nobles y puras, entre las que se encuentra una sobrina del propio César.

Primero sobre el suelo de la plaza San Roque y más tarde en la plaza de toros, se celebran carreras de literas o de cuádrigas. Junto a esa cita, el concurso de catapultas, las cenas de las diferentes legiones romanas en algunas partes de la ciudad o el mercado romano. Actos que han ido evolucionando o dejando paso a otras actividades nuevas, como fue la recreación con un mayor rigor histórico que se consiguió con la inclusión de la tribu astur en los diferentes actos.

Mientras tanto, en el poblado astur situado a los pies de la muralla, los primeros pobladores del territorio celebran la instrucción de los guerreros, en el que pasan su rito de instrucción los nuevos defensores de la tierra legada de sus padres. Mientras, los romanos, que ya han llegado a Astorga, asientan también sus domus en su campamento, situado a pocos metros del poblado astur, lo que conlleva un gran número de luchas y escaramuzas entre ambos bandos rivales.

Como en toda ciudad, ya sea Astur o romana que se precie, el mercado, cercano a la plaza Mayor, es uno de los puntos neurálgicos de la ciudad. En el segundo día de festejos, el embajador romano, enviado por el propio César para que le prepare el terreno, es el



El César y un caudillo Astur en la recreación histórica de Astures y Romanos de Astorga.

encargado de su inauguración junto con el caudillo Astur dado que también los miembros de las diferentes tribus, son encargados de la venta de mercancía. El mercado y todos los comercios de la ciudad, cuentan ese día con su propio denario romano con la cara del César, mientras que los Astures se inclinan por comerciar con el as Astur, moneda, la romana, un as con la efigie del emperador. Durante el día las calles de la ciudad se siguen llenando de música, de luchas entre los bandos, escuelas de gladiadores y bebidas realizadas especialmente para esta fecha, como el torcum.

En el atardecer del viernes, los romanos llegan a un pequeño poblado en el centro de la ciudad. Estos no son muy bien recibidos por los Astures quienes luchan contra los defensores del imperio romano dejando su vida en ello. Tras la lucha César entra victorioso en la ciudad, entre los vítores y aplausos de su pueblo y las amenazas de los Astures. Un acto espectacular en el que el regidor de los romanos propone un pacto al caudillo Astur quien no acepta el acuerdo del César.

Ruta Romana: Restos de el foso que forma parte del sistema defensivo del campamento de la Legio Décima Gémina.

Más información:
www.asturica.com





Cristina Castro Bermejo,
Directora de Formación OnLine
de ADAMS Formación

Licenciada en Derecho por San Pablo CEU, experta profesional en e-Learning y Máster en Dirección y Gestión de Centros Educativos en Entornos Digitales, Cristina Castro es Directora de Formación On Line de ADAMS Formación desde el año 2001, además de autora de múltiples artículos sobre la formación On Line y ponente en una gran cantidad de cursos y seminarios especializados.

Entrevista a Cristina Castro Bermejo, Directora de Formación OnLine de ADAMS Formación

La formación online cada vez cobra más importancia
“De los más de 60.000 alumnos que tuvimos en 2015, más del 50% eligieron la modalidad online”

¿Hasta qué punto la formación on-line, también conocida como e-learning ha resultado la gran solución para evitar que los agentes de viajes, deban ausentarse de su puesto de trabajo en un momento que las plantillas suelen ser más cortas?

Una de las ventajas de esta modalidad de formación es precisamente la flexibilidad horaria, el alumno puede realizar el curso en cualquier momento ya que la plataforma está abierta las 24 horas los siete días de la semana.

Las actividades síncronas como la videoconferencia, que simula una clase presencial, aunque estén programadas en una fecha y horario determinado siempre se graban y se ponen a disposición de todos los alumnos por si alguna persona no ha podido asistir o por si quieren volver a visualizarlas.

Gracias a la tecnología, que ha puesto en nuestras manos unas herramientas tan valiosas, podemos hacer posible que el alumno, no solo consiga su objetivo, sino que además, lo haga de una forma amena y entretenida; es en este punto donde radica el verdadero éxito de la formación On Line; se trata de conseguir que el alumno se “enganche”, es decir, que sienta la necesidad de conectarse casi a diario, con la inquietud de encontrar algo nuevo y diferente (una noticia, un correo de un compañero, una tutoría contestada, un anuncio en el tablón, nuevos contenidos, un chat o videoconferencia con los compañeros y el tutor, un foro, un reto o batalla, etc), en definitiva, que sea algo dinámico, con vida; el alumno debe sentir que hay personas detrás, que están ahí para ayudarlo en todo momento y para hacerle más fácil el camino a conseguir su objetivo.

¿Cómo se ha producido la evolución formativa desde las tradicionales clases presenciales al e-learning? ¿Ha costado mentalizar a las empresas?

En el año 99 fuimos pioneros en España en implantar la formación online. Entonces apenas había expertos en este campo, empezaban los primeros cursos en formato AICC y en seguida en el estándar SCORM, aunque muchas empresas solo utilizaban el formato pdf por no invertir en el desarrollo de contenidos interactivos. En el año 2005 empieza a hablarse más del e-learning y las empresas comienzan poco a poco a ver futuro en la teleformación y a interesarse por esta modalidad, pero es a partir del 2008-2009 con la aparición de la web 2.0 y las redes sociales cuando realmente vemos una clara evolución en cuanto a volumen de alumnos, además se aprecia un cambio metodológico implementándose por ejemplo las actividades colaborativas. A partir de entonces se tiende a la utilización de materiales educativos multimedia como el audio y el video, simuladores, videoconferencias, y poco después la gamificación, lo cual contribuye a una potencialidad pedagógica y metodológica importante.

La evolución ha sido paulatina, las empresas empezaron algo escépticas pero cuando descubrieron las ventajas de esta modalidad y tuvieron las primeras experiencias cada vez han ido tendiendo más a solicitar formación e-learning, así como blended learning, combinando la telefor-



mación con alguna sesión presencial. La respuesta de las empresas y la sociedad en general ante esta nueva alternativa de preparación está siendo muy positiva, no solo por las ventajas en cuanto a flexibilidad, supresión de barreras geográficas o menor coste sino por la efectividad y reconocimiento que ha demostrado este tipo de aprendizaje.

¿Cuáles son las claves de un curso virtual bien estructurado?

Realizar un diseño instruccional adecuado al objetivo que se persigue. En este caso, secuenciar adecuadamente la información para facilitar el aprendizaje del alumno, logrando una estructura en la que se diferencien los objetivos, introducción, unidades de aprendizaje, ejercicios, evaluaciones, vídeos, etc.

En definitiva una coordinación pedagógica lógica de los distintos recursos que se pueden emplear de forma que no sature al alumno sino que despierte su interés y motivación y que permita evaluar los conocimientos adquiridos.

¿Esto se puede aplicar a cualquier materia?

Sí, el sistema de Calidad de ADAMS implica producir cursos óptimos cualquiera que sea la materia o los destinatarios.

Parece ser que el curso más valorado impartido por Vd. ha sido el de SAVIA-AMADEUS de 180 horas ¿por qué?

Se trata de un sistema de reservas global y aunque no es el único, es el de mayor implantación en España, por lo que la mayoría de los agentes lo necesitan en su trabajo. Es un curso eminentemente práctico basado en simuladores donde los alumnos adquieren un aprendizaje práctico en el manejo de las reservas Amadeus y aprenden a conectarse y desconectarse del Sistema Amadeus, realizar una reserva completa aérea, realizar una reserva completa de vehículos, realizar una reserva completa

“... el alumno debe sentir que hay personas detrás, que están ahí para ayudarlo en todo momento y para hacerle más fácil el camino a conseguir su objetivo.”

de hoteles, tarifar, emitir billetes, etc.

También han impartido un curso de e-bussines para agencias de viajes de 80 horas y otro de 50 horas de marketing on-line de destinos turísticos. ¿En qué consisten?

El curso de e-bussines para agencias de viajes está dirigido a la formación de los técnicos de desarrollo de negocio online, su objetivo es lograr que los alumnos adquieran los conocimientos y habilidades suficientes como para saber llevar a cabo el desarrollo de un negocio a través de Internet.

Con el curso de marketing on-line de destinos turísticos se pretende dotar al alumno de las habilidades necesarias para que pueda mejorar y gestionar la página web de cualquier destino turístico. Al mismo tiempo, se pone a disposición del alumno las herramientas web más actualizadas para un buen diseño y posicionamiento en los motores de búsqueda. Cada vez hay más destinos al alcance de los clientes de las agencias de viajes y resulta muy difícil que el personal los pueda conocer todos.

¿Qué recomienda para alcanzar dichos conocimientos?

Internet nos abre la posibilidad de estar informado sobre todo aquello que necesitamos pero es muy importante saber diferenciar las opiniones personales de un asesoramiento profesional objetivo de calidad.

¿Cómo tienen enfocados los cursos para este 2016?

En la dirección que durante muchos años ha llevado a cabo ADAMS en la relación empleo-formación o empleabilidad de la formación, ya sea público o privado, seguimos apostando por toda aquella formación que vaya enfocada a la exigencia para el desempeño de la profesión o necesarios legalmente para el funcionamiento de las empresas. Actualmente lo hacemos con los certificados de profesionalidad y otros cursos donde estadísticamente los porcentajes de inserción posterior superan el 50 %.

ADAMS tiene una trayectoria de cerca de 60 años, ¿qué no ha cambiado en este tiempo?, ¿qué tres hitos resaltaría de este tiempo?

ADAMS Formación es una empresa familiar que tiene su origen en 1957. Comenzó editando libros para preparar oposiciones y posteriormente impartiendo formación presencial tanto de oposiciones como de cursos. Seis décadas después continúa nuestra actividad editorial, pero somos mucho más que eso. Con sedes en España (9 ciudades) y México, trabajamos por y para las personas y las organizaciones. Tratamos de facilitar el desarrollo profesional de las personas y contribuimos a la consecución de los objetivos de las entidades, empresas y administraciones públicas a través de los servicios de formación que ofrecemos.

En estos casi 60 años, han sido muchos los hitos que han marcado nuestra historia, si tuviera que quedarme con tres de ellos, señalaría la creación y desarrollo de nuestro Campus Virtual, un LMS implementado por personal de la empresa en 1999 y en constante desarrollo. En segundo lugar, la internacionalización de la empresa con la apertura

La flexibilidad es una de sus virtudes, lo que también repercute en su ahorro de costes. Todo ello hace que el desarrollo de este tipo de formación sea exponencial.

Por poner un ejemplo, en 2015 hemos formado a 60.011 alumnos de los cuales más del 50% (33.093) han elegido la modalidad online para seguir su formación. Es un hecho a valorar muy positivamente que demuestra que el presente y futuro de la formación es online por las razones que antes mencionaba.

Además de los cursos dirigidos específicamente a las agencias de viajes, ¿qué otras áreas puede destacar?

En ADAMS Formación contamos con más de 300 cursos online. Una amplia oferta formativa privada que incluye numerosos cursos dirigidos a potenciar las habilidades de los alumnos, a actualizar los conocimientos de los que quieren aumentar su empleabilidad o a cubrir las necesidades más demandadas en el entorno laboral. Entre las áreas que formamos destacan: Administraciones Públicas; Calidad y Prevención de Riesgos Laborales; Creación de Empresas; Diseño Web Gráfico; Docencia e Investigación; Gestión Económico-Financiera; Gestión Inmobiliaria; Gestión Laboral; Gestión Tributaria; Habilidades Directivas y Personales; Idiomas; Informática Profesional; Marketing y Gestión Comercial y Ofimática Recursos Humanos.



en 2011 en México, D.F. Y por último, por seguir un orden cronológico, el hecho de ser pioneros en certificados de profesionalidad, en 2015 fuimos la primera entidad acreditada por el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) para impartir Certificados de Profesionalidad en modalidad de Teleformación.

En 2015 han llegado a los 60.000 alumnos, ¿cómo lo valora?

Creo que con el actual ritmo de vida, todos necesitamos que nos faciliten las cosas en el ámbito personal y profesional. La formación también está en esta sintonía, en tratar a cada uno de los alumnos que lo necesitan, a cada una de las organizaciones que así lo requieren todas las facilidades posibles para que sea una capacitación efectiva. Y aquí la formación online tiene mucho que decir, permite un aprendizaje con una multitud de recursos para aprender desde cualquier lugar y al ritmo deseado.

Quiero resaltar también nuestra experiencia en el ámbito de los Certificados de Profesionalidad, en los que, como comentaba, hemos sido primera entidad acreditada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social a través del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) para impartirlos en modalidad online o teleformación.

El Campus Virtual, los contenidos interactivos y el proyecto formativo fueron acreditados en su conjunto. El SEPE valoró nuestra metodología, calidad y sistema de seguimiento de las acciones formativas. Tenemos ya 11 Certificados acreditados y seguimos trabajando para las próximas acreditaciones.

¿Le gustaría añadir alguna cosa más?

Durante estos años también hemos buscado nuevas fórmulas relacionadas con nuestra actividad, donde el conocimiento o contenido ya no tiene un solo formato, el libro, sino que se abren otras posibilidades como puede ser el contenido online, ebooks, APPs para móviles o la Gamificación sobre la base de conocimiento que queremos trasladar al alumno.

Muchas gracias

Descubre el lado más natural de Gran Canaria

www.grancanarianaturalandactive.com



Mucho más que senderismo
www.grancanarianwalkingfestival.com

GUATEMALA

Guatemala:

la joya de Centroamérica

Un periplo desde la colonial Antigua hasta las ruinas mayas de Tikal



ciertamente, pero la independencia la engrandeció y el siglo XX la modernizó, resultando hoy la mejor introducción antes de internarse en el país y en símbolo de su desarrollo.

En la doble página de apertura: vista general del Lago Atitlán, para algunos “el más bello del mundo”

La llamada Zona 1 es la parte más antigua de Ciudad de Guatemala y, obviamente, en ella se encuentran los edificios y monumentos más cercanos a la fundación, en 1776. La mayor parte de los atractivos turísticos históricos se encuentran cerca de la Plaza de la Constitución. Dicha plaza, también denominada Plaza Mayor, Plaza de Armas o, por extensión, Parque Central, es el corazón mismo de la ciudad. En el esquema colonial español era el eje a partir del cual se vertebraba el resto de la población. Alberga algunos de los puntos de mayor significación e interés de Ciudad de Guatemala, como la Catedral Metropolitana, el Palacio Nacional, la Biblioteca Nacional, el Archivo General de Centroamérica y el Portal del Comercio.

En estas páginas: calle de Antigua donde se puede respirar todo el sabor colonial.

Situado en el lado norte de la Plaza de la Constitución, el Palacio Nacional es con toda probabilidad el edificio más monumental de todo Centroamérica. Este emplazamiento estuvo ocupado previamente por un primer Palacio de los Capitanes Generales, que edificaron los españoles cuando construyeron Ciudad de Guatemala. Aquel palacio fue destruido por los terremotos de 1917 y 1918. En 1921, se construyó un nuevo edificio, con motivo de la celebración del centenario de la independencia, y se le llamó Palacio del Centenario, aunque la gente de la calle le llamaba Palacio de Cartón, siendo destruido por un incendio en 1924. Ya en 1943, bajo la presidencia del general Jorge Ubico, se construyó el actual Palacio Nacional.

Fue el propio presidente quien pidió expresamente que el palacio fuera construido siguiendo el estilo barroco colonial español, aunque posee influencias también del neoclásico francés. Con una extensión de casi 9.000 metros cuadrados, está realizado en cemento armado y ladrillo revestido de granito verde. Sin embargo, el punto de mayor interés se encuentra en su interior, en lugares como la capilla o el Salón de Recepciones. En esta última habitación, destacan las pinturas murales del gran pintor guatemalteco Alfredo Gálvez Suárez, que representan la conquista de Guatemala. Muchos destacados artistas del país han dejado su huella aquí: los vitrales de Julio Urruela, los decorados interiores de los famosos escultores Galeotti Torres y Carlos Rigalt, tallas en madera y piedra y, cómo no, las lámparas de cristal del Salón de Recepciones, con un peso de una tonelada cada una.

Construida en el lado este de la Plaza de la Constitución, la Catedral Metropolitana fue ideada y realizada por el arquitecto español Marcos Ibáñez

Texto y fotografías: Román Hereter

De todos los países centroamericanos, Guatemala es, desde mi punto de vista, el más atractivo. Porque sus volcanes son los más altos, sus ruinas mayas las más impresionantes, sus vestigios coloniales los mejor conservados, sus mercados los más coloristas y sus indígenas los más aferrados a sus propias tradiciones. Desde las ruinas mayas de Tikal hasta la ciudad colonial de Antigua, Guatemala ofrece todo un caleidoscopio de imágenes y sensaciones capaces de satisfacer al viajero.

Comercial e industrial, trepidante, ruidosa, cosmopolita, bloques de cemento, tráfico intenso, taxis, autobuses, la noche, el bullicio.... toda una serie de apelativos con los que se ha definido a Ciudad de Guatemala en constante contraposición con la tranquilidad, el sosiego, la calma y la monumentalidad de Antigua, su predecesora. Porque sin duda resulta difícil resistirse a la inevitable comparación. Los avatares de la historia y los caprichos de la naturaleza propiciaron el traslado de la capital y por ello la actual puede parecer que adolece del empaque de los primeros tiempos de la colonia. Sin embargo, esta misma colonia se volcó en el crecimiento de la nueva ciudad, con otros estilos,



plantas y flores; mientras abajo del todo se sitúan los artesanos.

Antigua: la hermosa huella del colonialismo hispánico

Considerada como una de las ciudades coloniales más atractivas del mundo hispánico, Antigua representa una de las visitas más interesantes que se pueden realizar en Guatemala. La antigua capital del país no suele defraudar a sus visitantes que valoran su tranquilidad, disfrutan de sus edificios históricos y saborean su gastronomía y establecimientos comerciales. Pero antes es bueno conocer algo de su historia.

Tras la participación en la conquista de México junto a Hernán Cortés, Pedro de Alvarado partió acompañado por un ejército en diciembre de 1523 para comandar la expansión hacia las tierras del sur. Ascendiendo por el altiplano y enfrentando a las diferentes etnias mayas entre sí, se hizo rápidamente con el control de la zona y estableció lo que sería la "primera capital" de Guatemala el 25 de julio de 1524, día del Santo Patrón Santiago en el mismo lugar donde se encontraba Iximché, el centro de poder de la etnia kaqchikel. Nació así Santiago de los Caballeros de Guatemala, considerado por algunos de los historiadores sólo como un centro militar ya que el 22 de noviembre de 1527 los conquistadores se trasladaron al valle de Almolonga, en las faldas del Volcán del Agua,

Sobre estas líneas: catedral de Ciudad de Guatemala

entre 1782 y 1815, aunque las torres no se edificaron hasta cincuenta años más tarde. El edificio es un bello ejemplo del arte neoclásico del siglo XIX, del que destaca el frontispicio de mármol y granito. En el interior del templo se encuentra una exquisita colección de imágenes estucadas y doradas, y buen número de lienzos originales. Muchas de las pinturas y esculturas que se hallan aquí proceden originariamente de la catedral de Antigua, mientras que los murales que adornan las paredes son obras de los siglos XVII y XVIII. Contiguo a la Catedral, se encuentra el Palacio del Arzobispo, residencia del Arzobispado desde principios del período colonial. Detrás de la Catedral se halla el mercado más grande de Ciudad de Guatemala, el Mercado Central, el que fuera el principal mercado de comida de la ciudad, y donde actualmente es posible encontrar de todo a un precio razonable. Si es hábil en el regateo, puede adquirir huipiles, bordados típicos, máscaras, cerámica, cuero, madera, platería, textiles, hojalata, productos de barro, bambú o tusa, entre muchos otros. El piso más alto está destinado al comercio textil, de joyería y pieles; en la planta intermedia se encuentran los alimentos, frutas, verduras,

A la derecha, mujer indígena y otra calle de Antigua Guatemala, donde la luz del atardecer ilumina las casonas que se extienden bajo los volcanes que rodean la ciudad.



Arriba y abajo, dos aspectos de la iglesia y convento de La Merced, en Antigua. En medio, mujeres guatemaltecas preparando comida en plena calle.

manteniendo el mismo nombre capitalino que en el primer enclave anteriormente mencionado. Pedro de Alvarado cedió muy pronto a su hermano Jorge las responsabilidades administrativas para dedicarse a conquistar más territorios.

Años más tarde, concretamente la medianoche del 10 de septiembre de 1541, una tormenta acompañada probablemente por un seísmo destruyó la capital, al bajar por la ladera del Volcán del Agua una cantidad descomunal de agua y lodo, lo que obligó a los supervivientes a buscar un nuevo emplazamiento para asentar la ciudad. Esta se ubicó en el Valle de Panchoy, lugar más alejado de los volcanes, dotado de abundante agua, magnífico clima, tierras fértiles y suficientes bosques para la construcción de la capital, que mantendría el nombre hasta 1774, tras su destrucción, cuando empezó a conocerse con el nombre de Antigua Guatemala mientras se decidía trasladar definitivamente la capital al Valle de la Ermita, con el nuevo nombre de Guatemala de la Asunción, hoy Ciudad de Guatemala.

Vamos a referirnos a partir de ahora a Antigua, la vieja Santiago de los Caballeros de Guatemala que fue durante más de dos siglos ni más ni menos que el centro político, religioso, cultural y comercial de una zona que abarcaba las regiones de Chiapas, el sur del Yucatán, Guatemala, Belice, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica.

La ciudad, asentada junto a la unión de tres placas tectónicas y rodeada por los volcanes Agua, Fuego y Acatenango, ha sido víctima a lo largo de su historia de constantes seísmos destructores y su arquitectura ha sido dividida según sus periodos de construcción y posterior destrucción por causas naturales.

Su trazado urbano renacentista, utilizando el sistema de calles orientadas de norte a sur y de oriente a poniente a partir de la Plaza Mayor o Plaza de Armas de acuerdo con las Leyes de Indias, proviene del siglo XVI. Alrededor de la plaza se encuentran los principales edificios gubernamentales: Palacio de los Capitanes Generales y Casa de la Moneda, Palacio del Ayuntamiento; los eclesiásticos: Catedral y Palacio Episcopal; y algunos comercios.

Fueron alrededor de noventa las familias españolas que se situaron en el valle desde sus principios y el 10 de junio de 1566, el rey Felipe II, otorgó el título de "Muy Noble y Muy Leal Ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala" equiparándola en rango a las más importantes de México y de Perú.

Muy pronto llegaron las órdenes religiosas al lugar. Ya en el siglo XVI los conventos masculinos



de Santo Domingo, San Francisco y La Merced y el femenino de La Concepción. En el siglo XVII la población aumentó hasta llegar a 300 casas, extendiéndose los límites de la ciudad y sumándose las órdenes religiosas de San Agustín, la Compañía de Jesús, Belén y la Recolectión entre las masculinas y Santa Catalina, Santa Teresa y Santa Clara entre las femeninas.

El mayor esplendor arquitectónico de la ciudad llegó durante el siglo XVIII y también su destrucción y traslado. En esta época se fundó un nuevo convento de monjas, las Capuchinas, tras los seísmos de 1717 y 1751 que destruyeron buena parte de la ciudad, floreció el barroco en su máxima expresión. En 1773 la ciudad contaba con más de 50 edificaciones civiles y religiosas y se especula que rondaba los 33.000 habitantes al sufrir los terremotos de la tarde del 29 de julio, día de Santa Marta, cuando según se recoge en la "Razón puntual de los sucesos más memorables y los estragos y daños que ha padecido la ciudad de Guatemala y su vecindario" de Juan González Bustillo:

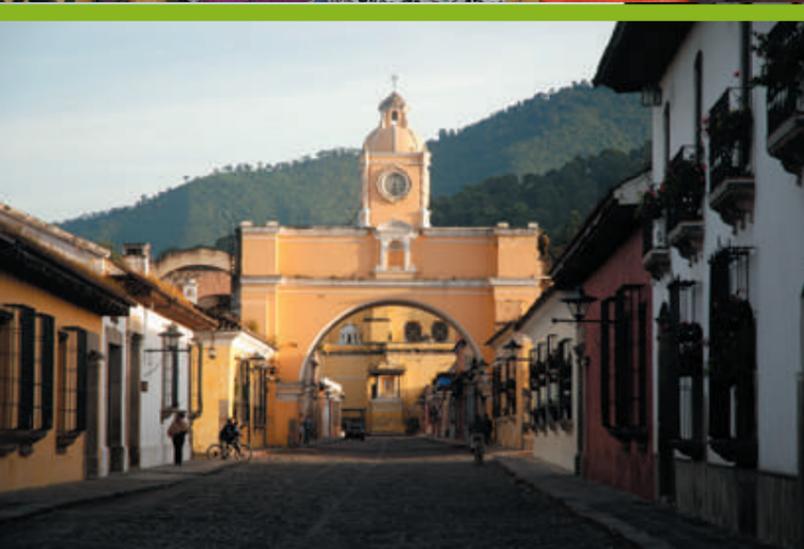
"... en dos segundos, poco más o menos, destruyó la mayor parte de los edificios públicos, y de particulares, reduciéndolos por lo que se puede advertir, a un estado deplorable; de manera que en tan corto espacio de tiempo se vieron desplomar las bóvedas, cuartearse las más fuertes paredes de sillería unas, y de mampostería, otras".

Martín de Mayorga, Capitán General, propuso el 2 de agosto de 1773 a los miembros de la Real Audiencia, que informen a su majestad la ruina acaecida, haciendo ver la conveniencia del abandono del valle y a pesar de la oposición de la población al traslado obtuvo una Real Cédula de su Majestad aprobando el traslado de la capital al Valle de la Ermita. La Ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala se conoció como "La Antigua Guatemala" a partir de un documento oficial de 24 de julio de 1774.

El gobierno emitió varias reales cédulas como la del 28 de julio de 1777, ordenando terminantemente el abandono de toda propiedad en Antigua antes del mes de marzo de 1778. Esta obligaba a todos los propietarios demoler sus casas, abandonar sus bienes inmuebles y trasladar sus pertenencias coloniales a cambio de tierras en el Valle de la Ermita. Sin embargo Antigua nunca fue abandonada en su totalidad a pesar de la demantelación de los edificios públicos y los esfuerzos del poder para hacerla desaparecer. A pesar de los decretos que prohibían nuevas construcciones, el gobierno pronto perdió su interés fruto del auge que adquiriría la nueva capital.

Antigua sufrió la destrucción motivada por el

En las páginas siguientes, distintos aspectos de Antigua Guatemala, con muñecas como souvenirs y el famoso Arco de Santa Catalina y vista del Lago Atitlán.



tiempo, la naturaleza, el abandono y la mano de los pocos habitantes que quedaron en la ciudad, que sin duda aprovecharon algunos de los materiales de sus ruinas para agrandar sus casas. Viajeros y religiosos del siglo XIX corroboran el aspecto surrealista de sus escombros.

Ya en pleno siglo XX y por medio del Decreto 2772 de la República, el 30 de marzo de 1944 se declara la Antigua Guatemala "Monumento Nacional" y se cuenta con la primera legislación protectora en pos de mantener el carácter colonial de la ciudad. Hoy Antigua Guatemala mantiene un carácter único y sus calles, sus casas, sus conjuntos monumentales religiosos y civiles, algunos magníficamente reconstruidos, otros todavía en ruinas, conforman un conjunto armonioso que lo convierten en una joya arquitectónica viva que la sitúan entre las mejores ciudades coloniales del mundo y un destino capaz de colmar las mayores exigencias de los amantes de la historia del arte. Un arte que contrasta magníficamente con el palpitante diario de gentes venidas de muy distintos y lejanos lugares y de la población indígena que ha sabido mantener sus arraigadas tradiciones. Un auténtico regalo para los viajeros de nuestros tiempos.

Atitlán: “el lago más bello del mundo”

Tzotuhiles y cackchiqueles eligieron estas tierras entorno al lago Atitlán, según algunos el más bello del mundo, para asentar su señorío. Sus leyendas reflejan la resistencia de estos pueblos ante el invasor hispano como la que asevera que los tzotuhiles, para evitar que se llevaran sus riquezas, las enterraron en las faldas del volcán Tolimán, bajo el Cerro del Oro, formado por las lavas de dicho volcán que alcanza una altura de 3.537 metros sobre el nivel del mar.

En la capital departamental, Sololá, situada a 135 kilómetros de Ciudad de Guatemala, emplazada a 2.110 metros de altura sobre el nivel del mar y fundada por los españoles en 1547 sobre un pequeño pueblo llamado Tzoloyá, destaca un pintoresco mercado que adquiere mayor importancia los martes y los viernes y la catedral colonial de Nuestra Señora de la Asunción. Durante los domingos los representantes de las cofradías desfilan hacia ella para mostrar sus devociones. Todo el departamento tiene una población que alcanza los 250.000 habitantes, de los cuales el 95% son de origen maya y más del 60% vive de la agricultura, elementos que evidencian la autenticidad que se ha logrado mantener.

El mayor atractivo del departamento es sin duda el lago Atitlán, que situado a 1560 metros de



altura sobre el nivel del mar y con una longitud de 17 kilómetros de diámetro, una superficie de 125 kilómetros cuadrados y una profundidad en su cota más baja de 320 metros, fue definido por personajes de la talla del escritor inglés Aldous Huxley o el científico alemán Alexander von Humboldt, como “el más bello del mundo”. Su formación se produjo al desplomarse la caldera de un volcán, al quedar vacía de magma, durante la erupción de los Chocoyos hace aproximadamente unos 85.000 años. Enmarcado por los tres volcanes como el Atitlán (3.505 metros), el Tolimán (3.155 metros) y el San Pedro (3.025 metros) que se extienden en la ladera sur y se reflejan en sus azules aguas junto a las nubes que les suelen acompañar, posee un clima templado y agradable durante el día y algo más frío por las noches. En ocasiones sopla el Xocomil, un viento fuerte capaz de producir fuertes olas que son temidas por los tripulantes de los cayucos o pequeñas canoas hechas de troncos utilizadas por los pescadores de los pueblecitos mayas situados en torno al lago, cuyos habitantes visten telas consideradas entre las más bellas de todo el país.

Panajachel, constituye la base de operaciones para explorar todo el entorno del lago y el lugar donde se concentran la mayoría de servicios y la mayor animación, así como el enclave ideal para contratar los útiles necesarios para realizar los múltiples deportes náuticos practicables en el lago a la vez que comprar infinidad de productos artesanales. Destaca la iglesia colonial que custodia una imagen de San Francisco de Asís, cuyas fiestas se celebran del 1 al 7 de octubre. La población está habitada en su mayoría por indígenas de la etnia cackchiquel que junto con mestizos y ladinos comparten la producción de frutas, entre las que destacan aguacates, naranjas, limones y plátanos, verduras y café.

Santa Catarina Palopó, situado al este de Panajachel, es básicamente renombrado por el traje tradicional de los pobladores. Los hombres utilizan un brocado compacto multicolor y las mujeres visten huipiles de color turquesa, muy típicos y hechos con tres lienzos elaborados en telar de cintura y decorados con figuras geométricas en el brocado. Estrechas calles adoquinadas y casas de adobe con techo de paja rodean la blancura de la iglesia.

Santiago Atitlán, situado a treinta minutos en barco desde Panajachel y extendido al pie del Volcán Tolimán, es el pueblo indígena más grande del departamento y la localidad más visitada del lago después de Panajachel. Sus mujeres se cubren la cabeza con un tocado rojo hecho de una larga tela enrollada que puede llegar a medir entre 20 y 25 metros de longitud. Los bellos huipiles están bordados de aves, algunas de las cuales se pueden

observar en los alrededores que pueden visitarse mediante excursiones a caballo.

Destaca la iglesia de Santiago, con varios paneles de madera que cuentan las tradiciones locales de la población. Aquí se rinde culto a Maximón, representado por una escultura de madera vestida de gala y con rasgos blancos que podría responder a una mezcla entre antiguos dioses mayas, Pedro de Alvarado y el mismísimo Judas. Son múltiples los recuerdos que se venden en la población como pinturas al óleo, artesanías talladas en madera o huipiles tejidos por las mujeres en múltiples callejuelas de la población.

San Pedro La Laguna es otra pequeña población de origen cackchiquel situada en las faldas del volcán San Pedro, con una larga tradición de pinturas primitivistas, al igual que las de los vecinos pueblos de Santiago y San Juan. Desde aquí se pueden visitar las ruinas de la iglesia de San Andrés Semetabaj, acceder a la playa Chuazanahí, subir a los miradores de la cumbre de San Pablo o al cerro de Las Cristalinas, ya en Santa Clara La Laguna.

Chichicastenango, el mercado por excelencia

Pero sin duda es Chichicastenango, situada a 2.030 metros sobre el nivel del mar y sólo a 30 minutos del lago Atitlán y la etapa que la mayoría de viajeros realizan después de su estancia en este bello lugar, la población más famosa y visitada de todo el departamento. Sobre todo los jueves y domingos cuando se celebra su famoso mercado que desde tiempos inmemoriales ha congregado a buena parte de los campesinos de los alrededores que se han acercado hasta aquí para vender sus productos agrícolas, y que últimamente han perdido presencia en términos relativos frente a la multitud de personas que se dedican a la venta de artesanía a los miles de visitantes que hacen coincidir su periplo guatemalteco precisamente en alguno de estos dos días de la semana. Cada vez son más las máscaras de madera tallada, los atuendos típicos de la mayoría de las tierras altas y los paños bordados con relación a la fruta, verdura, macarrones, especias y elementos de costura y mercería. Una de las cosas que quizás más llaman la atención a los extranjeros son los puestos de comida que ofrecen alimento a compradores y vendedores durante toda la jornada. Al atardecer la mayoría de los precios suelen bajar un poco.

Pero no es solo el comercio lo que marca el interés de “Chichi”, sino la confluencia entre los ritos paganos y cristianos que se mezclan en su entorno y que suelen evidenciarse en la iglesia de



Santo Tomás, construida en 1540. Las escaleras que dan acceso a su fachada blanquecina son todo un mundo, presidido por nubes de incienso y pom, por donde suben los penitentes de rodillas, rezando en lengua quiché y pidiéndole a Dios ayuda frente a sus desgracias y suerte en sus acciones, mientras toman el fuego de la vida para sus incensarios. La enfermedad de la madre, un próximo parto, las lluvias, las buenas cosechas... Quizás dichas escaleras se asemejan más a las de una pirámide maya cuando durante los domingos los líderes religiosos locales agitan incensarios de resina de copal mientras pronuncian palabras que honran el antiguo calendario maya y sus ancestros.

En el interior, altares barrocos y esculturas manieristas flanquean el paso hasta el altar mayor, adornado por ofrendas en forma de flores, ramas de pino y frutos de la vida. Aquí los antropólogos encuentran explicaciones en torno a la vida prehispanica que complementan al ofrecido tras el hallazgo por parte del fraile Francisco Ximénez, párroco de “Chichi” desde 1701 hasta 1703, del manuscrito Popol Vuj, o libro de la comunidad, que desvela la cosmovisión del pueblo quiché y que

está considerado como el más hermoso de la América precolombina.

Al otro lado de la plaza hay otra iglesia enclavada de blanco, la Capilla del Calvario, un poco más pequeña que la Santo Tomás. Al sur de la plaza el Museo Regional muestra antiguas vasijas y estatuillas de arcilla, puntas de flecha y lanza, hachas de cobre y una bella colección de jade con collares y estatuillas.

La población tiene dos tipos de jerarquías. Los funcionarios y sacerdotes designados por la República de Guatemala y la Iglesia Católica respectivamente de un lado, y los designados por los propios lugareños que forman un gobierno indígena con su alcalde, subalcalde, consejo y tribunal que decide sobre los casos que afectan únicamente a la población autóctona. La vida religiosa gira en torno a las cofradías que suelen marchar en procesión hasta la iglesia los domingos por la mañana. Durante las festividades señaladas, los funcionarios locales visten de acuerdo con su rango, precedidos por un cayado ceremonial coronado por un crucifijo de plata o placa alusiva al santo patrono de la

Vendedora del famoso mercado de Chichicastenango

cofradía, se sacan las efigies de los santos en solemnes procesiones y se realizan bailes que representan leyendas mayas y pasajes de la conquista española, con personajes ataviados con coloridos trajes.

Las calles adoquinadas, los rojos tejados envueltos en la bruma, los viejos y destartados

micoleón o el jaguar, ha sido capaz de esconder durante décadas los restos de una civilización misteriosa: la de los mayas. Observadores del espacio, calculadores del tiempo, fueron capaces de establecer una amplia red comercial a lo largo de todo Centroamérica y el Golfo de México y sin embargo, conocidos como los griegos del Nuevo Mundo, inventores del número 0 y dominadores



autobuses que conectan Chichicastenango con los pueblos del entorno, hacen de esta población un lugar único y atrayente que nos suele defraudar a casi nadie. Chichicastenango figura por todo ello dentro de los circuitos básicos de la mayoría de los visitantes que recorren estas tierras con algo de prisa, que combinarán la población con Antigua y el lago Atitlán antes de enfilarse rumbo a Tikal o regresar a la capital para finalizar su viaje.

Tikal y la selva del Petén

Con selvas vírgenes que nutren buena parte del continente americano, el Petén es conjuntamente con los bosques de Canadá, la Cuenca Amazónica y la Península Escandinavia uno de los pocos pulmones que posee el planeta tierra. Un clima ardiente y húmedo, un olor a cedro y caoba, un bosque tupido donde se pueden escuchar los sonidos de los animales salvajes como el

de avanzadas técnicas en medicina, abandonaron sus ciudades sin apenas dejar rastro ni del cómo, ni mucho menos del por qué. Tikal es sin duda la perla del Petén, y el motivo principal por el que la mayoría de visitantes de Guatemala se acercan hasta aquí.

A 548 kilómetros al norte de Ciudad de Guatemala se encuentra la mayor ciudad maya descubierta hasta la fecha, rodeada de un Parque Nacional de 576 kilómetros cuadrados de extensión destinado a proteger el área arqueológica. Algunos arqueólogos la comparan con Alejandría, Persépolis o la mismísima Atenas. Cuando se pisa su suelo se comprende el por qué. Declarada en 1979 por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad, sorprende por la profusión de pirámides escalonadas, por sus avenidas plagadas de altares y estelas y sobre todo, por su entorno selvático que contribuye a dar más valor a su diseño y estruc-

turación. Cuando uno consigue trepar hasta la cumbre de alguna de las pirámides más altas, ve todo un océano verde formado por las copas de los árboles, de donde brota de vez en cuando algún otro templo de la ciudad sagrada, como si de una isla en medio del mar se tratara. Y el horizonte aparece infinito, inalcanzable, remoto, secreto... A medida que avanzan las horas de la tarde y el



gran desarrollo en todos los ámbitos, tanto cultural como arquitectónico, artístico, agrícola, comercial, matemático e incluso astronómico.

Las excavaciones llevadas a cabo en Tikal han revelado más de 4.000 construcciones prehispánicas, 200 monumentos de piedra y 100.000 herramientas, objetos de culto y adornos. Aunque las ruinas se dispersan por un área bastante extensa, los puntos de mayor interés se concentran alrededor de la zona central de Tikal. Una red de caminos y senderos conduce desde allí a los principales grupos arqueológicos. Es recomendable hacerse con un mapa de la zona y seleccionar los puntos que se quieren visitar antes de empezar a andar, para evitar perderse en largas caminatas por la selva sin después cosechar el resultado deseado.

La Gran Plaza es el corazón mismo de Tikal y se encuentra enmarcado por las estructuras arquitectónicas más espectaculares. Al norte, se encuentra limitada por una fila de estelas y altares esculpidos, en los que se puede hallar gran parte de la secuencia dinástica de Tikal. Justo detrás de esta línea, se eleva la Acrópolis Norte, un conjunto de edificios ceremoniales que también fueron usados como mausoleo de las familias gobernantes. Al sur, como contraposición a lo ceremonial, se localiza la Acrópolis Central, un conjunto de estructuras palaciegas que cumplían funciones administrativas y residenciales. El lado este de la Gran Plaza está presidido por el Gran Jaguar o Templo I, junto al que se puede observar un pequeño campo de pelota. Al oeste, se alza el Templo II, también llamado Templo de las Máscaras.

Denominado también como el Templo del Gran Jaguar, el templo número uno es el símbolo de Tikal y, por extensión, de Guatemala entera. Sus 45 metros de altura proporcionan un punto de vista inigualable para la observación de todo Tikal de día y del cielo estrellado por la noche; el amanecer o la puesta de sol son espectáculos muy recomendables desde lo alto de las 300 gradas de piedra de esta pirámide.

Fue construido cerrando la parte oriental de la Gran Plaza algo después del año 700 (período Clásico) a la muerte del insigne gobernante Ah-Cacao, cuya tumba (entierro 116) fue hallada en el interior del templo. Concretamente se encontró a la altura de la primera terraza del templo, 6 metros por debajo de la superficie de la plaza.

El Gran Jaguar, así denominado por la escultura que se encontró en el dintel de la Puerta se compone de nueve plataformas. En la cima, se puede contemplar la imagen de un soberano rodeado de lo que parecen representar serpientes; este punto de vista solo se puede tener a ciertas horas del

En el mercado de Chichicastenango todavía predominan los puestos de comida, mientras que en la carretera que une alguno de los pueblos del lago Atitlán, todavía se pueden ver mujeres ataviadas con sus trajes tradicionales.

crepúsculo se va acercando, más patentes se hacen los sonidos de la selva y más palpita el propio corazón. Misterios de la noche en medio de la nada, lejos de todas partes en tierras de aventura donde en cualquier momento puede escucharse el rugido del jaguar.

Cuando los españoles llegaron hasta aquí, hacía cinco siglos que los monumentos yacían por debajo de la maleza. Los mayas ocuparon el lugar por primera vez aproximadamente hacia el año 800 a.C., dentro del período Preclásico Medio de la cronología aceptada actualmente para estudiar la civilización maya (Preclásico, de 2000 a.C. hasta 250 d.C.; Clásico, de 250 hasta 900; y Postclásico, de 900 d.C. hasta 1523, fecha de la conquista española). Las últimas construcciones corresponden a los inicios del período Clásico Tardío, alrededor del año 900. Esos 1.500 años de ocupación contribuyeron a dotar a aquella civilización de un



mediodía, debido a las sombras que crea la luz del sol sobre los relieves en esos momentos.

El templo número dos se conoce con el nombre de Templo de Las Máscaras, por las esculturas de máscaras realizadas en estuco que cubren parte de su fachada y que actualmente presentan graves signos de erosión. Cierra la Gran Plaza por el oeste, con lo que está encarado al templo I, del que es una réplica algo más baja (38 metros de altura). Fue construido también alrededor del año 700, en honor al gobierno de Ah-Cacao. Una fácil ascensión conduce hasta la cima del mismo, compuesto de tres terrazas y una más pequeña que soporta la estructura superior. Desde lo más alto, el eco suena claro y bien definido.

La estructura de la Acrópolis Norte es una de las más complejas de todo el mundo maya. Fue construida siguiendo el modo tradicional de los mayas, en que los nuevos edificios eran alzados sobre otros más antiguos. Así, en la Acrópolis Norte, actualmente se pueden descubrir vestigios de más de cien construcciones antiguas, por debajo de los doce templos visibles hoy en día. Hacia el año 100 a.C., los pobladores de Tikal habían sido capaces de edificar aquí templos y tumbas apoyados en elaboradas plataformas. Alrededor del año 250 de nuestra era, todo el complejo fue derrui-

do y reconstruido ya con su estructura actual de plataforma sosteniendo cuatro templos. Cada uno de ellos fue remodelado por completo un par de veces durante los primeros años del período Clásico.

Situada al sur de la Gran Plaza, la Acrópolis Central es una estructura de edificios que se convierte en un verdadero laberinto de escaleras que intercomunican habitaciones situadas en diferentes niveles, alrededor de seis pequeños patios. Aunque no se sabe con certeza el uso que los pobladores de Tikal daban a estos edificios, las hipótesis más aceptadas hablan de funciones de tipo administrativo, judicial y de residencia de las clases más altas. De lo que sí queda constancia es de las continuas reformas y adaptaciones a que eran sometidos estos palacios, añadiéndoles nuevas habitaciones, paredes, puertas y pasillos. Los edificios más emblemáticos de la Acrópolis Central son el Palacio de Cielo Tormentoso, el Palacio Maler, donde el arqueólogo Teobert Maler instaló su residencia durante las excavaciones llevadas a cabo entre 1895 y 1904, y el Palacio de Cinco Pisos. Esta acrópolis limita al sur con el llamado embalse o aguada.

Al sur de la Acrópolis Central se encuentra la Plaza de los Siete Templos, que está formada por

una serie de edificios ceremoniales del período Clásico Tardío. En la parte norte de la plaza destaca un triple campo de pelota, algo ciertamente inusual. Al este, junto a la Acrópolis Sur, se encuentran los siete templete que dan nombre a esta plaza. La parte oeste de la Plaza de los Siete Templos está cerrada por las paredes posteriores de los templos de la Plaza de la Gran Pirámide. Puede observarse un palacio de cinco puertas correspondiente al período Clásico Temprano, que fue rellenado y utilizado como cimiento de otro edificio durante el Clásico Tardío.

Al oeste de la Plaza de los Siete Templos se encuentra el recinto del Mundo Perdido, o Plaza de la Gran Pirámide. En este lugar se alza la Gran Pirámide, una estructura de 32 metros de altura que recuerda a la de Teotihuacán en México y que es el edificio más antiguo de Tikal. Los primeros vestigios de construcción en este espacio datan del 700 antes de Cristo, en el período Preclásico Tardío. La Gran Pirámide era punto de reunión de astrólogos y sabios y actualmente su cima es el mejor punto para observar las puestas de sol con la selva de Petén como marco.

Por todo ello Guatemala se presenta como la auténtica joya de Centroamérica.

El centro de Tikal está ocupado por la Plaza Mayor, con algunas de las estructuras arqueológicas más espectaculares. Las ruinas, al estar situadas en plena selva del Petén, deben ser liberadas de la vegetación que crece junto a las piedras ancestrales.

A vueltas con la especialización en el sector de las AAVV

Sergio García Ferreira -
Presidente de AEDAV,
Agencias de Viajes Asociadas de Andalucía



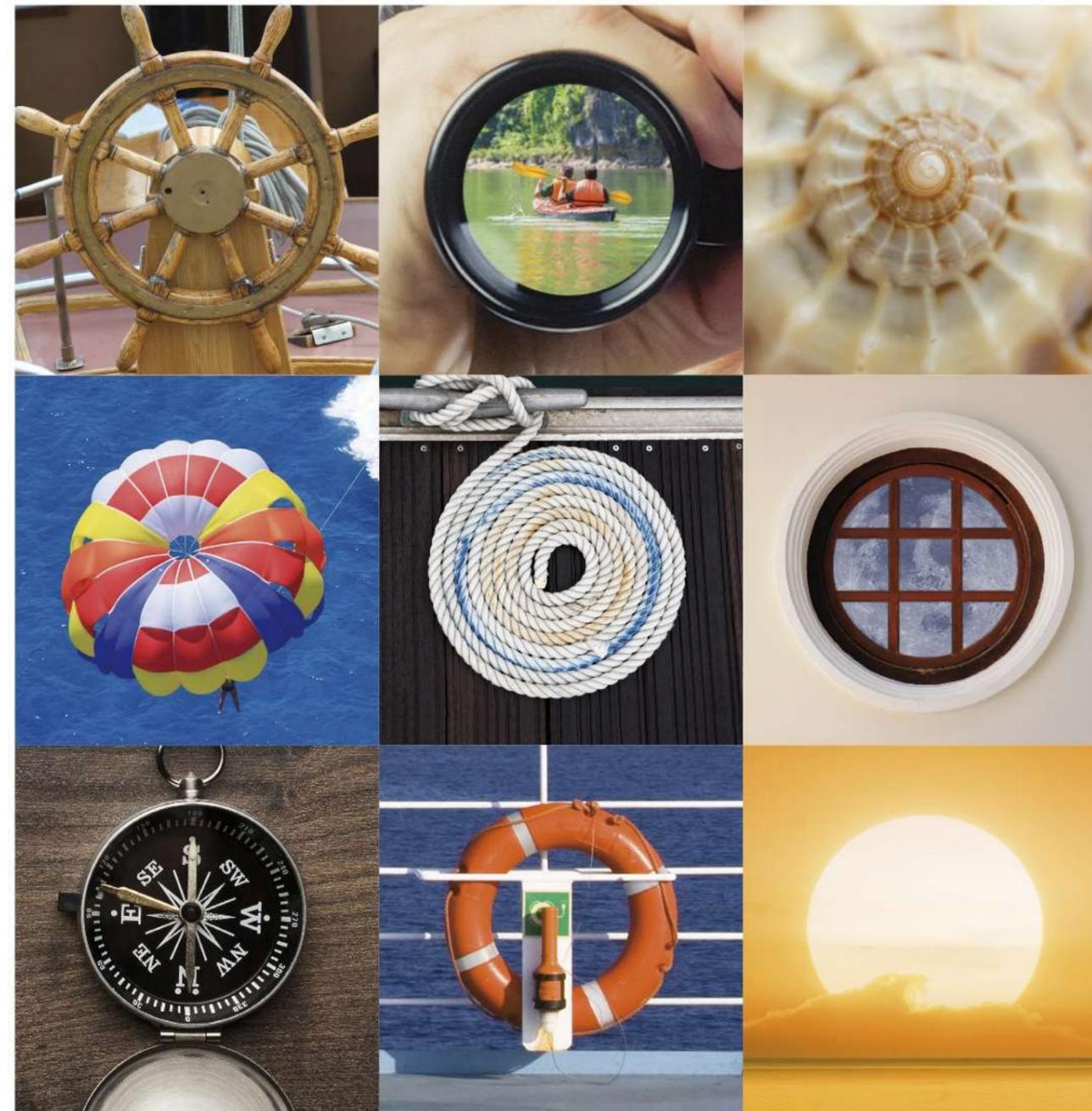
El próximo otoño cumpliré 38 años en este apasionante trabajo que es una agencia de viajes. Desde el principio me enseñaron que un agente de viajes debe saber todo lo concerniente a la reserva y emisión de cualquier tipo de documento, aéreo, terrestre o marítimo y todo tipo de paquetes vacacionales y de negocios. Algunos de vosotros o vosotras que leáis este artículo, que llevéis algunos años en este sector, recordaréis la cantidad de cursos que nos impartían las líneas aéreas para formarnos en la correcta emisión de billete aéreo, lo cual conlleva especializarte en ello si querías ser agente autorizado. De Renfe recuerdo que fueron 30 días con examen final incluido para autorizarte a la venta de billetes. Más de lo mismo con las navieras y mayoristas de paquetes conforme fueron implantando sistemas de reservas.

No sé qué opináis, pero para mí esto es especialización en ser un buen agente que sea capaz de vender desde un billete de bus a una vuelta al Mundo pasando por cruceros y viajes a medida. Vale, pensaréis que estoy hablando de formación, pero la formación te lleva a la especialización.

No sin razón, llevo varios años escuchando, voces expertas, que el futuro es la especialización, que lo de vender billetes se ha acabado, que para eso están las OTA. Es verdad

que la venta de billeteaje *of line* se ha reducido, pero también es verdad que hemos crecido en billeteaje de alta contribución incluso estamos recuperando clientes que compraban por internet pero se han dado cuenta que les falta el valor añadido y servicios que prestamos las agencias de viajes y que ahora lo valoran en muy alta medida algunos clientes. Bien es cierto que todos nos hemos especializado en algo, un destino, en cruceros, en paquetes a medida, en viajes de empresas, con el riesgo que ello conlleva, pero seguimos dando a nuestros clientes lo que nos piden. De todos es conocido, la quiebra de agencias de viajes especializadas en un destino concreto por el que hoy en día no es recomendable ofrecer ni viajar. Fueron agencias alabadas en su momento por ser innovadoras en especializarse en un nicho de mercado y destino concreto, que a la larga a alguna de ellas les ha costado el cierre o abrir la ventana para mirar otras opciones de negocio.

Con esto no es que esté en desacuerdo con la especialización, solo quiero decir y es mi opinión personal, que una agencia de viajes debe ofrecer cualquier tipo de servicio que un cliente le solicite, desde un billete de bus a un crucero por los mares del sur y próximamente, al espacio, que es lo que me falta por vender y espero poder hacerlo muy pronto, ¿tendré que especializarme?



El lugar donde cada uno encuentra su sol

Con más de 160 km de costa, 4500 puntos de atraque y numerosos embalses y pantanos, Málaga Costa del Sol es uno de los destinos más interesantes para los amantes de las actividades náuticas, no solo en el litoral sino también en el interior de la provincia. Un paseo en barco disfrutando de nuestro clima, una emocionante tarde de surf, una jornada de buceo, una travesía en piragua o la aventura del descenso de cañones son solo algunos de los muchos atractivos que te esperan en un lugar bañado por tu propio sol.

www.visitacostadelsol.com/nautical



COSTA DEL SOL MÁLAGA
NÁUTICA
Siempre Cálida



Entrevista a Georg Kapus,
Director de la Oficina Nacional Austríaca de Turismo
para España y Brasil

“2015 fue un año histórico. Nunca había habido tantos españoles”

Ud. es, según nos han dicho, húngaro-brasileño. ¿Nos puede hablar un poco de su trayectoria profesional y de cómo se siente promocionando un país como Austria?

Así es. Nací en Brasil, mi madre es brasileña y mi padre es de Hungría. He ido al colegio tanto en Hungría como en Brasil, y mis estudios de Turismo y Economía los he cursado en la Universidad de Economía de Viena. Como mi padre era hotelero, he estado vinculado al mundo del turismo desde mi infancia. Oficialmente me inicié en el sector del turismo el 1 de agosto de 1974. Ese día, con 18 años, empecé a trabajar en el Hotel Europa como botones. He trabajado en todos los puestos de distintas áreas. Desde el 1 de junio de 1990 trabajo para la Oficina de Turismo de Austria. Abrí la oficina de Budapest, que fue la primera oficina en un antiguo país socialista. Posteriormente, fui Region Manager para Centroeuropa, y después Rusia y Ucrania y, desde el 1 de septiembre de 2014, soy el responsable de nuestras actividades en España y Brasil.

¿Cuáles son las diferencias básicas entre el mercado español y el brasileño en lo que a Austria se refiere?

Es curioso, pero para el grupo de destinatarios no hay ninguna diferencia esencial. En ambos países los viajeros amantes de Austria se interesan por la cultura, sobre todo por los viajes a las ciudades. Por supuesto, los españoles viajan con más frecuencia que los brasileños.

Aquí se conocen básicamente las ciudades de Viena, Innsbruck y Salzburgo y, quizás en menor medida, el Tirol. ¿Hasta qué punto hay que tener en cuenta el resto del país?

Actualmente, los viajeros españoles se concentran en el turismo urbano y, por tanto, estos destinos son lógicos. Esperamos poder ampliar el círculo aumentando la oferta para los amantes del cicloturismo y del esquí.

¿Cómo han ido las cifras de 2015 y la última temporada de esquí?

2015 fue un año histórico. El número de pernoctaciones de los viajeros españoles aumentó a 788.971 (+10,8 %) y la de turistas a 348.768 (+12,6 %). La estadística de invierno de noviembre de 2015 a marzo de 2016 ha aumentado incluso más, con un 21,5 % más de pernoctaciones (243.900) y un 21,5 % más de turistas (96.300). Nunca había habido tantos españoles.

Y ¿cómo se presenta el 2016?

En este sentido, la oficina Nacional de Turismo de Austria ha sacado por primera vez una revista online - (con un estilo algo literario, en forma de reportaje),- que pretende ser fuente de inspiración para aquellos que desean venir a visitar Austria a pasar sus vacaciones.

En ella se presenta el contacto con una naturaleza implacable como símbolo de unas vacaciones ideales en todos sus ámbitos, a ritmo tranquilo: sea una vivencia paseando en las montañas; encontrando la tranquilidad en un monasterio; disfrutando de la cultura en una ciudad y sus zonas verdes; escuchando música en uno de los múltiples festivales de verano en un espacio natural; sumergiéndose en la gastronomía austríaca y saboreando productos

Georg Kapus, Director de la Oficina Nacional Austríaca de Turismo para España y Brasil

Nacido en Brasil, cursó estudios de Turismo y Economía la Universidad de Economía de Viena. De padre hotelero, empezó de botones en el Hotel Europa.

Desde el 1 de junio de 1990 trabaja para la Oficina de Turismo de Austria, abriendo la oficina de Budapest, siendo posteriormente Region Manager para Centroeuropa, Rusia y Ucrania y, desde el 1 de septiembre de 2014, responsable de las Oficinas de Turismo de España y Brasil.



© Österreich Werbung, Fotograf: Pigneter

ecológicos; sea la pausa tranquila que se nos marca remando en uno de los múltiples lagos cristalinos que encontramos en Austria.

Para más información ver:

www.austria.info/es/revista/encuentros-con-la-naturaleza. Asimismo esta campaña de “al ritmo con la naturaleza” viene acompañada de los siguientes artículos: www.austria.info/es/actividades/lagos-y-naturaleza/al-ritmo-con-la-naturaleza. Para reforzar esta campaña hemos producido un sencillo video sólo acompañado de música de fondo. Sus protagonistas, Ana y David, dejan atrás el estrés de la vida cotidiana del siglo XXI y comienzan a revivir a raíz de sus vacaciones en Austria. Este video se encuentra al comienzo de nuestra web www.austria.info/es, llamado #austriantime -que lo podríamos traducir como “tiempo para Austria” o “vivencias en Austria”- y termina con nuestro slogan de la Oficina de Turismo Austria: “Llegar y vivir”.



© Österreich Werbung, Fotograf: Barfi

¿Cuáles son las grandes novedades de Austria este año?

En Viena, la nueva tarjeta Vienna Pass: www.austria.info/es/home/escapada-cultural-un-recorrido-por-el-pais/todo-a-mano-vienna-pass, que facilita la entrada gratuita a unas 60 atracciones en Viena.

Gastronómicamente destaca la apertura de un restaurante de alta calidad del famoso cocinero Juan Amador, hijo de españoles en Viena, el Amadors Wirtshaus en el distrito 19: www.amadorswirtshaus.com/#!restaurant/mainPage.

En otoño de 2016 Viena contará con una nueva atracción: la reapertura del museo de la catedral de San Esteban - “Dom Museum Wien”: www.dommuseum.at/dm/home.php?il=1&l=en, después de muchos años de reforma. Otras novedades de prensa se encuentran en nuestra web: http://b2b.austria.info/es_b2b/novedades-de-prensa

¿Le gustaría destacar algunos eventos concretos?

Los eventos más importantes en Austria los encuentra en nuestra web: www.austria.info/es/-los-mejores-eventos-en-austria. Entre ellos destacamos, siendo Austria el país de la música por excelencia, en primer lugar los diversos

Festivales de música:

www.austria.info/es/actividades/ciudades-y-cultura/festivales-para-todos-los-sentidos, por ejemplo - para música clásica los festivales de Salzburgo, de Bregenz y la Schubertiade; muchos festivales de Jazz por todo el país con un toque especial en las montañas en Saalfelden; festival de arte callejero como la Strada en Graz, y, festivales de danza en Innsbruck y Viena. Con motivo del centenario de la muerte del Emperador Francisco José I se podrá visitar en estas fechas una exposición especial dedicada al mismo, la cual se centra en la capital y en la región colindante de la Baja Austria. www.austria.info/es/home/escapada-cultural-un-recorrido-por-el-pais/el-emperador-francisco-jose

Paralelamente, en la pequeña ciudad histórica de Bad Ischl, situada en la bellísima zona de los lagos de Salzkammergut, donde el emperador se prometió con Sisi y donde pasaba sus veranos, en agosto se celebra, como todos los años, los días del emperador con motivo de su cumpleaños: <http://badischl.salzkammergut.at/en/was-moechten-sie-erleben/summer-in-bad-ischl/imperial-ischl/imperial-days.html>.

Hace 200 años que se anexionó Salzburgo a Austria, y por este motivo hay una exposición especial en la ciudad de Salzburgo y diversos eventos: www.salzburg2016.at

Culturalmente Viena presume siempre de ofrecer grandes exposiciones de pintura en sus museos.



Gastronómicamente destacan las mesas comensales al aire libre, la más grande en el casco antiguo de Graz, patrimonio de la humanidad, la cual se celebra el 20 de agosto en una noche cálida de verano: www.graztouris-mus.at/en/eat-and-drink/events/long-table y diversas en la Baja Austria: www.tafeln-im-weinviertel.at.

Según las diversas estaciones del año podemos disfrutar en Austria de diversos eventos. Con la llegada de la primavera y el verano podemos asistir a espectáculos folclóricos, de música y de deportes de verano. En otoño destaca la fiesta de la trashumancia, con gran colorido cuando bajan las vacas de las montañas: www.austria.info/es/informacion-datos/tradicion-y-artesania/un-desfile-de-moda-muy-especial. Y, en invierno, aparte de las diversas pruebas mundiales de esquí, es muy hermoso vivir la magia del Adviento con sus mercados de Navidad, una costumbre muy arraigada en nuestro país, más información en: www.austria.info/es/informacion-datos/tradicion-y-artesania/mercados-de-navidad-en-austria

Algunos mantienen que Viena es una ciudad bastante cara y el resto del país mucho más económico. ¿Podríamos aceptar que tienen razón?

Creo que esto podría aplicarse en toda Europa. Los precios en las capitales son más elevados que en el resto del país. En lo que concierne a Viena, opino que el precio no es lo decisivo, sino la relación calidad-precio, y eso es lo que generalmente aprecian los españoles. A nadie le importa pagar más si el servicio está a la altura.

Austria también tiene muchas zonas atractivas a su alrededor, ¿hasta qué punto ven con buenos ojos que se hagan viajes combinados con, por ejemplo, Eslovaquia y la propia Hungría hasta Budapest, en los cruceros por el Danubio?

Para España y Brasil, los dos países de los que me encargo, son importantes los viajes en forma de circuito. Las clásicas rutas de las capitales monárquicas, Viena, Budapest y Praga son muy apreciadas y ofrecen una

experiencia inolvidable de estas ciudades. También se puede llegar a la capital de Eslovaquia, Bratislava, zarpando desde el embarcadero del canal del Danubio situado en el centro de Viena, con un agradable paseo en barco de cuarenta minutos.

¿Podemos decir que hay suficientes vuelos con las ciudades españolas o le gustaría que hubiese más?

Las conexiones con Barcelona son muy buenas. Me gustaría que se aumentara la frecuencia de los vuelos de Madrid.

¿En qué puesto está España en su ranking de países emisores hacia Austria?

Actualmente, España se encuentra en la 17ª posición.

Este año parece que todos los países promocionan el cicloturismo. ¿También Austria?

Austria es realmente un país de ensueño para los ciclistas. En el futuro, retomaremos nuestra promoción de los viajes en bicicleta con mayor intensidad, pero el tema principal seguirá siendo la cultura.

¿Cuál es la importancia que otorgan a las agencias de viajes, en lo que a la comercialización se refiere?

España es un país típico de B2B en lo que a Austria se refiere, es decir, la mayor parte de las reservas de viajes se realizan a través de una agencia de viajes. Al mismo tiempo, hemos observado un fuerte aumento en internet, que seguramente acabará cambiando el panorama.

Y, ¿cuáles son las herramientas de información que ponen a disposición del público final?

Como he comentado en la anterior pregunta, la comunicación en línea será decisiva. Por este motivo nos centramos intensamente en nuestra presencia en internet y, también, en las redes sociales.

¿Nos podría señalar tres razones por las que visitar Austria este verano?

La diversidad cultural; una cautivadora naturaleza en un entorno protegido; y, simplemente, sentirse bien.

¿Le gustaría añadir alguna cosa más?

Gracias

A usted



VIAJEN DONDE VIAJEN, TUS CLIENTES SIEMPRE ESTARÁN BIEN PROTEGIDOS

En RACE siempre encontrarás el seguro de viaje ideal para cada cliente, sea cual sea su destino. Y para ti siempre las mejores comisiones y muchas más ventajas.

Entra en <http://turismo.race.es> y descúbrelo.



Miembro adherido:
ceav
Confederación Española
de Agentes de Viajes



juntos, sumamos

AVIBA: Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Baleares · **ACAVE:** Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas · **ASAVAL:** Asociación de Agencias de Viajes de Almería · **AAVA:** Asociación de Agencias de Viajes de Aragón · Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Cádiz · Asociación provincial de Agencias de Viajes de Córdoba · **AAVGL:** Asociación de Agencias de Viajes de Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote · Asociación de Agencias de Viajes de Melilla · **AMAV:** Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Murcia · **AAVOT:** Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria · **AEDAV Andalucía:** Agencias de Viajes Asociadas de Andalucía · **AEVISE:** Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla · **SpainDMCs:** Asociación Española de DMCs · **AVIPO:** Asociación Provincial Agencias Viajes Pontevedra · **APAV:** Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Santa Cruz de Tenerife · **FECLAV:** Federación Castellano Leonesa de Agencias de Viajes · **G.E.B.T.A.:** Guild of European Business Travel Agents · **UACV:** Unión de Agencias de Viajes Emisoras y Receptivas de la Comunidad Valenciana · **UNAV:** Unión de Agencias de Viajes



Diego de León, 47 - Despacho 27 · 28006 Madrid
Tel. 91 838 85 36 · Fax 91 838 85 34
e-mail: ceav@ceav.info · web: ceav.info



Tamaño de nuestras **empresas** - Necesidad de **crecer** - **Renovarse** o morir - Crecimiento generador de **confianza** - **Buenos equipos** directivos - **Liderazgo** - **Cambiar** para mejorar... miedo al cambio -

Martin Sarrate

Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVE

Todos estamos de acuerdo de que necesitamos crecer, ya que tenemos que elevar el tejido productivo, necesitamos crear economías de escala, en nuestro país el número medio por empresa era de 4,7 empleados en el año 2014.

Nuestra economía está básicamente enfocada al sector servicios, donde predominan las empresas de dimensiones muy reducidas. Debemos de tener una estrategia para alcanzar un tamaño más óptimo para ser mas competitivos...

En nuestro sector al existir más microempresas hemos sido más vulnerables en periodos de crisis y en consecuencia la destrucción de puestos de trabajo. El tamaño es importante y debe de ser una oportunidad, sobre todo para poder defender que la rentabilidad es una necesidad de vital importancia.

Debemos de digerir los cambios y marcarnos hitos de mejora de nuestras empresas, reduciendo riesgos y concentrar a nuestros equipos en proyectos exitosos.

Tenemos que innovar continuamente y sobre todo desarrollar más talento para alcanzar los objetivos marcados. Nuestras empresas deben de ser unas de las estructuras más importantes de un sector turístico próspero y con más futuro, ya que debemos de afrontar cambios permanentes pues de lo contrario no podremos mejorar.

Tenemos que aprender mucho de los errores cometidos y renovarse o morir, independientemente de nuestro tamaño y lo que debemos hacer es crecer en el momento más adecuado y aplicando una estrategia que nos permita una total viabilidad de un crecimiento que sea sostenible.

Tenemos que implantar un modelo del cambio, para poder ganar mucha competitividad y eficiencia en nuestro modelo de negocio, aplicando una buena estrategia, un buen modelo que sea productivo y sobre todo conocer la realidad de nuestro negocio para lograr el éxito.

Debemos de acertar en la tecnología orientada a nuestro negocio y saber gestionar la mejora continúa de nuestros modelos de gestión tan importantes en nuestro sector.

Debemos de acelerar nuestra transformación y poder profesionalizar nuestra toma de decisiones para asegurar la viabilidad de nuestro crecimiento y debemos de generar alianzas que nos permitan garantizar la viabilidad de nuestra consolidación.

Hay que buscar nuevas oportunidades que nos pueda ampliar nuestro negocio de viajes y nuestros procesos deben de estar orientados a maximizar todos nuestros valores añadidos y resaltar nuestra gran profesionalidad y nuestra experiencia en la venta de experiencias con la base del cumplimiento del 100% de los servicios contratados.

Hay que dotarse de los recursos humanos y del talento necesario para cumplir con estos logros y que sean sostenibles en el tiempo, ya que lo mejor que podemos hacer es la creación de buenos equipos profesionales y exigirles: compromiso, talento y pasión por nuestra profesión y especialmente pensar en positivo y que todos vayan encaminados hacia la consecución de un objetivo común y dotarles de una total confianza para que puedan realizar sus habilidades.

En nuestro sector el principal activo son las personas y en consecuencia los directivos debemos de estar muy próximos a ellos y dotarlos de poder de decisión para que se sientan realizados en su trabajo y puedan sumar el valor necesario para fidelizar a nuestros clientes que cada vez está más formado, es más exigente y más digitalizado.

A nuestros clientes les debe de importar el beneficio de nuestro producto, nuestro servicio y en especial nuestra atención especializada y que estas características son muy importantes para consolidar las bases de nuestro crecimiento.

A muchos clientes, les importa la interacción humana que es vital en nuestro negocio, por lo tanto nuestro

rol de asesoría es un efecto diferenciador generando valor añadido a nuestro servicio experiencial.

Hay que tener proximidad y transparencia, revisando todos los modelos y productos en todos los procesos con todos ellos, para poder fidelizarlos.

Hay que generar valores para apostar para el futuro, siendo un gran fuerza estratégica para que nuestra organización permanezca activa en el mercado, tenemos que potenciar la reputación de nuestra marca para que identifiquen valores añadidos que nos diferencien del resto.

No hay que tener miedo a los cambios, y debemos de tener claro:

- Asumir riesgos controlados
- Buscar oportunidades de mejorar los resultados de la empresa
- Transformar los negocios
- Rodearse de los mejores equipos profesionales

- Trabajar orientado a los errores cometidos
- Mejorar el nivel de las áreas que funcionan

Estamos en un sector muy cambiante, que es muy complejo y muy competitivo y en consecuencia la creación de valor, consiste en hacer las cosas de un modo distinto, y poder innovar para crear productos y servicios distintos y que a su vez creen un valor añadido y diferencial a nuestros clientes y con la consecución de buenos resultados...

Como conclusión podríamos decir que **tenemos que ser excelentes en la gestión** para que sea un factor clave para **desarrollar modelos de negocio que a su vez sean sostenibles a largo plazo** y dando un enfoque de creación de valor continuo.

Y me gustaría terminar con una cita de Octavio Paz que dice: *“Las masas humanas más peligrosas son aquellas en cuyas venas ha sido inyectado el veneno del miedo... del miedo al cambio”*

LA FUERZA DE LA CEAV



Más de 3.000 agencias de viajes, 4.500 puntos de venta, más de 50.000 profesionales y 15.000 millones de euros de facturación

Para más información: www.ceav.info

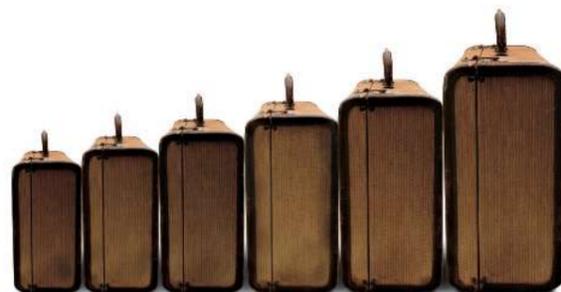
B Sabadell

Sabadell Negocio Turístico
Especialistas en hacer crecer negocios como el suyo.

En Banco Sabadell sabemos que el sector turístico necesita una forma diferente de relacionarse con un banco.

Por ello, hemos creado Sabadell Negocio Turístico, un equipo especializado en el sector turístico para dar la respuesta más adecuada a sus necesidades financieras, hasta el último detalle. Contamos con un catálogo de productos y servicios (e-commerce, soluciones TPV, leasing, renting, factoring, confirming... etc) para ofrecerle la solución que mejor se adapte a su negocio.

Compruébelo ahora llamando al 902 323 000 o en cualquiera de nuestras oficinas.



Documento publicitario

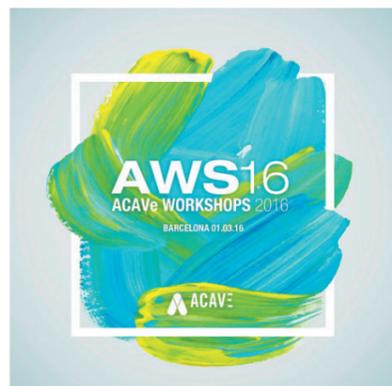


Av. Meritxell, 11 • AD500 Andorra la Vella • T. +376 880 000 • www.pyrenees.ad

ACAVE nos informa...



**WORKSHOPS
ACAVE 2016**



ACAVE celebró su 18ª edición de sus Workshops ACAVe de los cuales tuvieron lugar en:

WORKSHOP ALICANTE

05 Abril en el Hotel Meliá Alicante.

WORKSHOP BARCELONA

13 de abril 2016 en

El BORN Centre Cultural.

WORKSHOP SEVILLA

21 ABRIL 2016 en el Museo de Carruajes

Los Workshops de ACAVe son una de las citas más importantes del sector, que tiene como objetivo dar a conocer, las novedades y tendencias para la próxima temporada turística.

Un total de 52 expositores presentaron en estos Workshops los nuevos productos y destinos que se ofrecerán en verano, contando con Iberia como proveedor invitado. Los workshops ACAVe 2016 han sido visitados por más de 400 agentes de viajes.

Según Ricard Plans, Vicepresidente de Touroperación de ACAVe "vemos que este año se consolidan los crecimientos ya iniciados en el 2015. Los ciudadanos vuelven a realizar sus reservas con más antelación y a la vez aumentan, estimando que este crecimiento se situará en

torno a un 8%. Tendencias 2016. Se destacan como principales destinos nacionales para estas vacaciones veraniegas: Cataluña, coincidiendo que la Costa Brava y el Pirineo de Girona han declarado el 2016 Año de la Enogastronomía y del Golf y pretenden promocionar también la naturaleza y las actividades relacionadas con ello; además de Andalucía, Murcia, Baleares y Canarias que ya tienen consolidado, a lo largo de todo el año, un flujo de turistas nacionales e internacionales por su clima y la oferta de playas y de ocio, destacando su buena conectividad tanto aérea, con compañías como Vueling o Norwegian, como marítima, con Trasmediterránea, compañía que además el próximo año celebrará su centenario.

También destacan destinos de interior, como es Castilla y León consolidando las rutas del vino de la Ribera del Duero, Bierzo, Rueda, Arlanza y Cigales y una creciente apuesta por el enoturismo y por dar a conocer el arte sacro, sin olvidar su gastronomía, así como Andorra, destacando por su riqueza natural y el turismo de aventura.

En cuanto a los destinos de media distancia, las reservas se orientan principalmente a Europa, gracias a la conectividad ofrecida por compañías aéreas como son Vueling o Norwegian, destacando destinos como son Reino Unido, Francia, Flandes, Alemania o Escandinavia, así como las Islas Feroe, archipiélago formado por más de 18 islas entre Escocia, Noruega e Islandia con una nueva ruta desde Barcelona y desde Palma de Mallorca ofrecida por Atlantic Airways.

Por otro lado, el sur de Francia sigue siendo uno de los destinos preferidos por los turistas catalanes y españoles,

por la gastronomía y el interés arquitectónico de ciudades como Montpellier o Perpiñán. Asimismo destacar Gran Bretaña, que este año celebra el 400 aniversario de William Shakespeare, siendo su figura protagonista en diferentes programas turísticos.

En los destinos de larga distancia, se prevé que América del Sur y Centroamérica, así como los países asiáticos y africanos continúen consolidando su oferta, gracias a las conectividad que ofrecen compañías como son Iberia, Qatar Airways, Latam Airlines Group, Aerolíneas Argentinas, Air France-KLM o Royal Air Maroc, destacando países como son México, Perú, Cuba, Argentina con destinos como Patagonia Iguazú; la República Dominicana, así como Tailandia, Indonesia, Japón, Sri Lanka o la Polinesia Francesa.

América del Sur sigue contando como destino preferente por un mayor número de turistas nacionales. Destacan países como Brasil, Argentina, Colombia, Costa Rica, Perú y México, todos ellos con una importante conectividad aérea desde España.

En América Central, la República Dominicana también sigue atrayendo un gran flujo de turistas, gracias a ciudades como Santo Domingo y Punta Cana junto a otros países como Cuba.

El sudeste asiático, por la excelente relación calidad-precio es uno de los motivos por los cuales los viajeros se decantan por este destino, destacando Tailandia, Indonesia y Sri Lanka. Asimismo en el océano Índico destacan destinos como las Islas Fiji o la Polinesia Francesa. En todos estos destinos destaca también la oferta turística de viajes de luna de miel con playas paradisíacas y parajes naturales selváticos.



África continúa en crecimiento, destacando destinos como Marruecos, Kenia o Sudáfrica, con una alta demanda en todos los productos destinados a los safaris y a playas.

Los cruceros ya se han consolidado como una de las opciones elegidas para pasar unas vacaciones, por sus atractivos programas de viajes y el confort de sus navíos produciendo un incremento de salidas desde los puertos españoles. Asimismo emergen nuevos itinerarios en el Mediterráneo, Caribe y en el Norte de Europa, los cuales continúan siendo los más demandados, así como también destacan cruceros en Japón.

Las cadenas hoteleras presentan también cifras optimistas para esta temporada 2016, con nuevas aperturas para este año ciudades como Nueva York, así como en países asiáticos y latinoamericanos. Destacan también las empresas dedicadas al alojamiento vacacional, que han visto incrementada su demanda para este tipo de oferta que empieza a ser una opción cada vez más elegida por el turismo familiar ofreciendo nuevos destinos en Croacia, Algarve y Latino América.

Las empresas tecnológicas presentaron sus innovaciones y aplicaciones que permiten reducir costes y ofrecer más servicios a las agencias de viajes y a sus clientes, como son herramientas de auto-reservas para la automatización de gestión turística. Por último compañías de seguros también estuvieron presentes en los Workshops, presentando las novedades en seguros de asistencia en viaje, así como en productos destinados a las agencias de viajes.

**JUNTA DIRECTIVA EN
CODORNIU 29 ABRIL 2016**

Codorniu, la empresa familiar más antigua de España, abrió las puertas de su bodega Modernista para acoger la reunión mensual de la Junta Directiva de ACAVe y formalizar la nueva colaboración entre las dos entidades.

Avant Group trasladó a los miembros de la Junta hasta las cavas Codorniu situadas a 30 minutos de Barcelona. Allí conocieron la amplia oferta de actividades y talleres relacionados con la viticultura, la naturaleza, el deporte, la cultura y la gastronomía que la Bodega



**ACAVE EN
FERIAS DE TURISMO 2016**

Siguiendo en la línea del 2015 y siempre pensando en ofrecer los máximos servicios y facilidades a nuestras agencias de viajes, ACAVe está presente en las principales ferias turísticas. En este sentido destacar:

B-Travel 15-17 Abril 2016



ACAVE estuvo presente en el B-Travel, el salón de Turismo que se celebró del 15 al 17 de Abril en Barcelona. ACAVe dispuso de un Stand compartido con sus asociados: APG Spain, Viatges Alemany, Beatgers, TSCH y Tarawa Travel. B-Travel cogió el relevo del Salón Internacional de Turismo de Catalunya después de 23 años para ir más allá del viaje y convertirse en el nuevo punto de encuentro de todos los viajeros que quieren vivir experiencias a medida. Y lo hizo a través de 5 ámbitos temáticos:

ofrece. Durante la visita a las cavas se presentó el video 3D, el tren adaptado, las maquetas interactivas así como la recuperación de espacios históricos ahora disponibles para los clientes. Se explicó también, el Codorniu Quest, una visita mediante Ipad que se caracteriza por las pruebas y retos que los participantes deberán superar trabajando en equipo. De la mano de Cal Bay Catering descubrieron algunas de las propuestas gastronómicas que se pueden degustar en Bodega: catas, maridajes, picnics, desayunos de payés,...y gastronomía en espacios históricos como la "Torre". Un Tour en bicicleta por el viñedo puso fin a la jornada.

B-Adventure, B-Delicious, B Happy B-Special, B-Culture, para que los visitantes pudieran personalizar su visita en función de cómo se imaginaban sus próximas vacaciones.

ITB Berlín
09-13 Marzo 2016
WTM London
07-09 Noviembre 2016



Como tercer año consecutivo y debido al acuerdo especial con la Agència Catalana de Turisme, ACAVe ha participado en la ITB de Berlín, que tuvo lugar del 9 al 13 de Marzo. ACAVe dispuso de un espacio exclusivo dentro del stand de la Agencia Catalana de Turismo, en el cual participaron diferentes agencias de viajes receptoras asociadas: ALS Barcelona Emotional Spaces, Barcelona Zero Limits, Image Tours, Passion Events, Temps d'Oci Incoming, Travel Connection Leisure. Asimismo ACAVe también estará presente en la WTM London, que se celebrará del 7 al 9 de Noviembre.



FAMTRIPS ACAVe

**BAIX EMPORDÀ
31 MARZO 2016**

La Agencia Catalana de Turisme y el Patronato de Turismo de la Costa Brava conjuntamente con ACAVe, organizaron para las agencias de viajes miembros de la Asociación, un famtrip para dar a conocer las nuevas visitas guiadas y los recursos que ofrece el interior de la comarca del Baix Empordà, con el fin de que los agentes dispongan de la mejor información en el momento de realizar



la programación de sus viajes. Dicho famtrip consistió en un día con varias visitas a las poblaciones de Monells, plató de rodajes como Ocho Apellidos Catalanes, el monasterio de Sant

Miquel de Cruïlles, el reciente reabierto Museo Terracotta de cerámica de La Bisbal d'Empordà, Peratallada, la ciudad ibérica y pueblo medieval de Ullastret y una casa indiana de Corça.

**FAMTRIP DIPUTACIÓ DE BARCELONA. ENOLOGIA Y MODERNISMO
18 ABRIL 2016**

Continuando con el acuerdo de colaboración entre la Gerencia de Servicios de Turismo de la Diputación de Barcelona y ACAVe, el pasado 18 de Abril tuvo lugar un Famtrip sobre Enología y Modernismo que la Diputación de Barcelona organizó para las agencias de viajes de ACAVe, a fin de dar a conocer las variadas actividades y recursos que ofrece la provincia de Barcelona. Los participantes en este famtrip visitaron el Penedés teniendo la oportunidad de conocer el Celler Carol Valles, donde



tuvo lugar un brunch entre viñas como propuesta singular a conocer, continuaron la visita hasta Codorniu, donde conocieron la nueva propuesta turística de "Codorniu Quest", almorzaron en el

Restaurante La Perla de Sant Sadurn d'Anoia y finalizaron la visita conociendo la Nueva Ruta Modernista Teatralizada por Vilafranca del Penedés.

**FAMTRIP GARROTXA-PIRINEU DE GIRONA
12 DE MAYO 2016**

En virtud del acuerdo de colaboración alcanzado entre el Patronat de Turisme de Girona Costa Brava y ACAVe, el pasado 12 de Mayo tuvo lugar un famtrip en la Vall d'en Bas y la Vall de Bianya. Este Famtrip se organizó exclusivamente para las agencias de viajes de ACAVe, a fin de conocer un poco más las variadas actividades y recursos que ofrece la provincia de Girona y que las agencias de viajes dispongan de la mejor información en el momento de realizar la programación de sus viajes. Los participantes de este famtrip iniciaron su Ruta de Cicloturismo por la Vall



d'en Bas, con una pequeña pausa para conocer Turismo Rural Mas Garganta, continuando hasta la Granja Mas La Coromina, donde pudieron conocer de primera mano el proceso de elaboración

de la leche ATO. Seguidamente dieron un paseo en burro por la Vall de Bianya y finalizaron su ruta almorzando en el Hotel Riu Fluvià.

VIAJE CORTA DISTANCIA: SAN PETERSBURGO

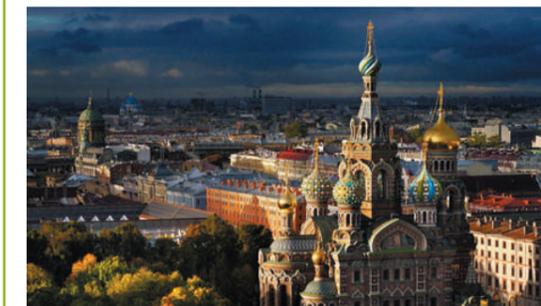
Del 08 al 13 de Octubre 2016 ACAVe celebrará su viaje de corta distancia, en esta ocasión a San Petersburgo. Se ha confeccionado un atractivo y completo programa que permitirá conocer la ciudad de San Petersburgo: La Fortaleza de San Pedro y San Pablo, el Palacio Yusupov, el Hermitage, y los Palacios de Catalina y Peterhoff. En esta ocasión, contamos con la inestimable colaboración de IberRusia y Aeroflot. Desde ACAVe queremos hacerlos partícipes de la gran ilusión que hemos puesto en este viaje y os animamos a participar en este encuentro. Para más información: maria-pla@acave.travel



ACAVE MIEMBRO CONSEJO TURISMO Y CIUDAD AYUNTAMIENTO DE BARCELONA

El pasado mes de abril se celebraron elecciones para la composición del Consejo de Turismo y Ciudad del Ayuntamiento de Barcelona y ACAVe fue elegida como una de las entidades que formará parte de dicho organismo dentro del ámbito de entidades del sector turístico empresarial. El Consejo de Turismo y Ciudad del Ayuntamiento de Barcelona tiene como objetivo la participación sectorial para las políticas turísticas en Barcelona y

en concreto está compuesto por representantes de los siguientes sectores: seis entidades del sector turístico empresarial; tres entidades del sector comercio; una entidad del sector de restauración; dos entidades del sector cultural y deportivo; dos entidades del sector sindical; sector de entidades ambientales; sector de entidades y grupos sociales; una entidad por distrito de Barcelona y seis por el sector ciudadano y vecinal. Finalmente, el pasado 2 de Mayo de 2016 se constituyó formalmente el nuevo Consejo de Turismo y Ciudad y ACAVe fue elegida en esta ocasión como miembro del Comité permanente del citado órgano.



SAVE THE DATE 30 JUNIO NOCHE DEL SOCI



ACAVe celebrará el próximo 30 de Junio 2016 en el One Ocean Club de Barcelona su III Noche del Socio, la cual congregará a sus socios y miembros adheridos, que aprovecharán la velada para realizar networking en una ambiente distendido y festivo. Durante el cóctel-cena, se hará entrega de los Premios Noche del Socio, unos galardones que creados con motivo de este acto y que, con objetivo de continuidad, premia las anécdotas curiosas y divertidas de los asociados y miembros adheridos. Colaboran en la organización, la Diputación de Barcelona, Qatar Airways y Vueling.

PRESENTACIÓN SPOT "HISTORIAS DE ACAVe"

Desde el 15 de Abril y hasta el próximo 15 de Junio, se proyecta en las salas de Cine Texas, ubicadas en la calle Bailén, 205 de Barcelona, el Spot del Video "Historias ACAVe", que podréis encontrar en el canal de Youtube. Este Spot se proyecta en todas las salas y todas las sesiones exceptuando sesiones infantiles y matinales, así como eventos especiales. Asimismo el spot del video "Historias de ACAVe" también será publicitado en 8TV, desde el 17 de mayo y hasta el 9 de junio. Como conocen "Historias ACAVe" se trata de un proyecto totalmente novedoso a nivel asociativo y en el que ACAVe una vez más es pionera. Este video se enmarca dentro de la campaña

de comunicación dirigida al consumidor, mediante la cual de una manera fresca, moderna y dinámica queremos potenciar y poner en valor el servicio de calidad, la profesionalidad, la asistencia y la garantía que ofrecen las agencias de viajes asociadas a sus clientes.

SAVE THE DATE 29 SEPTIEMBRE XVI FORO ACAVe

Este año ACAVe celebra su XVI Foro anual, que tendrá lugar el próximo 29 de septiembre 2016, en el Gran Teatre del Liceu de Barcelona, bajo el título "El valor de las Agencias de Viajes". Colaboran en la organización de este acto, Amadeus, Winsartorio, Diputación de Barcelona, Enterprise-Atesa, ERV, Gran Teatre del Liceu, Aon Hiscox, Iberia y Banc Sabadell.

AAVOT nos informa...



AGENCIAS DE VIAJES CÁNTABRAS VISITAN EL AEROPUERTO SEVE BALLESTEROS

Una veintena de agentes del sector participan en la actividad organizada por AAVOT

El objetivo fue trasladar a todos los agentes de viaje el funcionamiento de un aeropuerto

La Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria (AAVOT) ha organizado una jornada de puertas abiertas al aeropuerto Seve Ballesteros en Santander. En la actividad han participado una veintena de agentes del sector, quienes han estado acompañados durante toda la jornada por el director del aeropuerto, Bienvenido Rico Rodríguez, encargado de enseñarles la instalación y por Eduardo



A continuación, se trasladaron a la terminal para ver el espacio donde se transportan las maletas, las zonas de seguridad, terminando la visita en el exterior del aeropuerto donde

García, presidente de Aavot. La visita comenzó en la sala de prensa, lugar donde las agencias de viajes conocieron la historia del aeropuerto, así como los últimos informes de pasajeros, con su respectiva evolución con el paso de los años, los vuelos y las compañías que operan en el mismo. A continuación, se trasladaron a la terminal para ver el espacio donde se transportan las maletas, las zonas de seguridad, terminando la visita en el exterior del aeropuerto donde inspeccionaron el parque de bomberos donde se presentaron los dos nuevos vehículos de emergencias. También tuvieron la oportunidad de ver el funcionamiento

del centro de aves y control de fauna de la zona de despegue y aterrizaje. El objetivo de esta actividad fue trasladar a todos los agentes de viaje el funcionamiento de un aeropuerto, los destinos con los que tiene conexiones Santander, los protocolos internos algunas veces desconocidos por los usuarios. Esta actividad es parte de una serie de reuniones con otros actores del sector para conocer de primera mano los procesos de cada uno de ellos.

La Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria nació en 2007 con el objetivo principal de actuar como interlocutor sectorial de las agencias de viajes y operadores de turismo asociadas y prestarles los servicios útiles para el desarrollo de su actividad. Aavot representa a sus miembros ante toda clase de organismos y entidades públicas y privadas, tanto de ámbito nacional como internacional; promueve las relaciones de carácter colectivo con sus proveedores; y persigue y denuncia las actividades de intrusismo.

Un componente esencial en sus funciones es el de prestigiar la imagen de las actividades y de la profesión en general de las agencias y operadores; estimular y encauzar la cohesión y solidaridad de sus miembros a través de acciones que resulten convenientes para dichos fines.



A continuación, se trasladaron a la terminal para ver el espacio donde se transportan las maletas, las zonas de seguridad, terminando la visita en el exterior del aeropuerto donde



Tu negocio,
tu estilo

amadeus

José Edgar Mejía Rojas
Barbería El Catrín
Ciudad de México, México

Personaliza tu plataforma

Destacando entre la multitud, Edgar se ha ganado la confianza y la fidelidad de la mayoría de las celebridades de Ciudad de México. Consigue más información sobre la historia de Edgar y descubre cómo Amadeus Selling Platform Connect, la nueva plataforma de Amadeus, te permite trabajar a tu manera.

Más información en amadeussellingconnect.es

Pon pasión
en tu trabajo

Amadeus Selling Platform Connect

GEBTA nos informa...



ENTREGADOS LOS PREMIOS GEBTA 2016 A LA TRAYECTORIA A SIEMENS, INNOVACIÓN A SAMSUNG E INICIATIVA A IMAGINE EXPRESS

GEBTA España, el principal referente de los viajes corporativos en España, ha distinguido las mejores iniciativas con incidencia en los viajes de negocio a través de la Ceremonia de Entrega de los Premios GEBTA 2016 en su XXIII edición, reconociendo la apuesta por la mejora de la eficiencia y sostenibilidad en el transporte de viajeros, así como por su contribución a los procesos de transferencia de conocimiento. El evento reunió a un centenar de los principales directivos de la industria de los viajes en España en el marco de una cena de gala y networking en Barcelona. La foto de grupo muestra a todos los premiados tras la entrega de los Premios GEBTA 2016. De izquierda a derecha, Antonio Gallardo, regional manager de la División Mobility de Siemens, Premio GEBTA 2016 a la Trayectoria (por la mejora de las condiciones de las diferentes modalidades de transporte, con el objetivo de



Todos los premiados en la Ceremonia de Entrega de los Premios GEBTA 2016.

garantizar una mayor eficiencia, seguridad y un menor consumo de recursos así como de emisiones); Martí Sarrate, consejero de GEBTA; Ángel Miguel Herrero, director de canal empresa de Samsung, Premio GEBTA 2016 a la Innovación (solución técnica para incorporar el grafeno en las baterías de litio que hará posible que los automóviles eléctricos que las usen dispongan de una autonomía de hasta 700 kilómetros antes de tener que recargarse); Miriam Garrido de la Cierva, presidenta de GEBTA; Xavier Verdaguer, empresario e impulsor de Imagine Express, Premio GEBTA 2016 a la Iniciativa (un viaje en tren de 4 días con 36 "pasajeros", realizado entre Barcelona-París-Londres con el objeto de generar negocio a través del desarrollo de aplicaciones para sectores estratégicos y cuya meta es, tras

presentar las propuestas a inversores de Londres; Marta Bello, consejera de GEBTA y Marcel Forn, director general de GEBTA.



Premio GEBTA 2016 a la Trayectoria para Siemens entregado por Martí Sarrate, consejero de GEBTA, y recogido por Antonio Gallardo, regional manager de la División Mobility de Siemens.



Premio GEBTA 2016 a la Innovación para Samsung entregado por Miriam Garrido de la Cierva, presidenta de GEBTA, recogido por Ángel Miguel Herrero, director de canal empresa de Samsung.



Premio GEBTA 2016 a la Iniciativa para Imagine Express, entregado por Marta Bello, consejera de GEBTA, y recogido por su impulsor, Xavier Verdaguer.

UN VIAJE REFRESCANTE A ISLANDIA



¡La mejor forma de conocer Islandia y Norteamérica!

Vuelos directos desde Barcelona y Madrid a Islandia
 Conexiones diarias vía punto europeo
 Conexiones a múltiples destinos en Norteamérica (11 ciudades en EEUU y 5 en Canadá)
 Stopover gratuito de hasta 7 días en Islandia

Vuelos Directos desde Barcelona

Salidas los Sábados entre el 04 Jun. y el 03 Sep.

Vuelos Directos desde Madrid

Salidas los Sábados entre el 11 Jun. y el 10 Sep.

Salidas los Miércoles entre el 29 Jun. y el 31 Ago.

+ Telf.: 93 217 91 42 | icelandair@discoverspain.net



AVIBA nos informa...



A la jornada de Palma de Mallorca asistieron AA.VV. emisoras y receptoras. Queremos agradecer la colaboración de la DO BINISSALEM que nos facilitó los buenos vinos que pudimos degustar durante el descanso para reponer fuerzas.

Las jornadas son gratuitas. PROXIMA JORNADA AON. IBIZA 21 DE JUNIO DE 2016



FORMACIÓN AON SEGUROS Dirigida a Profesionales de AA.VV.

Para que la ocasión te coja preparado

En el marco de los acuerdos de colaboración entre AVIBA y la compañía aseguradora AON, se realizó en Palma de Mallorca, la primera de las jornadas de formación "profesional" dirigida al agente de viajes. El propósito; refrescarle y facilitar los conocimientos en cuanto a normativa y a productos AON. El próximo día 21 de junio se hará otra en IBIZA y la de MENORCA está prevista para el mes de septiembre, todas siguiendo el mismo patrón.

El programa desarrollado es el siguiente. Bienvenida e introducción a cargo de AVIBA LEX servicios jurídicos: ¿Cómo aplicar la normativa de viaje combinado respecto a los seguros? Presentación de Best Practice en la venta de seguros de viaje. Estrategias, Uso de la normativa. Como desactivar las objeciones habituales. Innovación tecnológica Descanso para reponer fuerzas. Para en la siguiente horita, pasar a cómo protegerse del Siniestro Perfecto con tu póliza de Responsabilidad Civil. Reclamaciones que se presentaron a una agencia; Error profesional, Pérdida de equipajes, Accidente del medio de transporte, etc..



Formación Aon Seguros
"Que la ocasión te coja preparado"

19 de mayo de 13:00 a 15:00 h
Palma de Mallorca
Inscripción Gratuita

13:00h | Bienvenida e introducción Aviba LEX
13:15h | Best Practice en la venta de seguros
14:15h | Reponer fuerzas: Finger food + Vino
14:45h | Protegerse del Siniestro Perfecto en RC

Fecha: 19 de mayo, de 13 a 15:30 hrs.
RTE. ASADITO Avda. San Diego, 4 - Plaza de Palma, Sonaró (Palma de Mallorca)
Para más información: llama a AVIBA | 921.222.284 / 921.222.245

Colabora: asadito, Aviba, Aon

REUNIÓN INFORMATIVA CONSELLERIA DE TURISMO Dirección General

@AVIBA_Baleares #elbuenrepresentar #elbuenhacer

El Presidente de AVIBA acude acompañado del Presidente y la gerente de CEAV a una reunión con la directora General de Turismo. Sra. Pilar Carbonell. Para tratar el tema de la nueva normativa de Viajes Combinados y el reglamento Balear que van a promover, para adaptarla y regularla.

El martes 10 de mayo de 2016 a las 10 h, en la Conselleria de Turismo del GOVERN BALEAR. Estuvieron presentes su directora General Sra. Pilar Carbonell, acompañada por su equipo jurídico y en representación de los intereses de las Agencias de Viajes; por parte de CEAV y AVIBA sus presidentes Sres. Rafael Gallego y Toni Abrines, acompañados de sus gerentes y asesor jurídico. La reunión fue solicitada y convocada por AVIBA y apoyada por CEAV, para



Mesa de trabajo. En la imagen de izquierda a derecha: Rafael Gallego, Presidente de CEAV, Carlos Florit, Abogado AVIBA, Mercedes Tejero, Gerente de CEAV, Sra. Pilar Carbonell, Directora General de Turismo GOVERN BALEAR, Rafael, Técnico Jurídico GOVERN BALEAR, Toni Abrines, Presidente AVIBA y Eduardo Riera, Gerente AVIBA.

informar a la administración del borrador del texto que, siguiendo las directrices europeas, se tiene que adecuar a la normativa autonómica, al tener las competencias en esta materia totalmente transferidas.

En este sentido y fundamentalmente, lo que se pretende con este borrador, es volver a regular las Garantías/ Avales

que van a tener que disponer y obligados a constituir las AGENCIAS DE VIAJES antes de iniciar su actividad (para constituirse) y mantener de forma permanente durante el ejercicio de su actividad y la prestación de servicios. Para adaptarlo al marco CEE y que la normativa en este sentido sea lo más homogénea posible en toda la comunidad europea



Bájate nuestra App en:



app51.es



ENCUENTRO DE LOS AGENTES DE VIAJE DE AVIBA MENORCA Y DE AVIBA IBIZA Y FORMENTERA

Reunión con Presidencia del Consell Insular de Menorca, con Ashome y reunión de Asociados Menorca

El Gerente se desplaza a Menorca y en coordinación con nuestro PRESIDENTE de MENORCA Sr. Gabriel Pons, se preparó una ronda de visitas institucionales y de representación. El propósito hacerles llegar a nuestros dirigentes, nuestras preocupaciones, posibles soluciones de cara a la temporada 2016 que en breve se inicia y propuestas que activen el turismo en otras fechas. Mantenemos reunión de trabajo con la Presidenta del Consell Insular de Menorca Sra. Maite Salord, que ejerció esta vez, también de Consellera de Or-

denació Territorial i Túrística en funcions (por baja maternal de su titular, la Sra. Maria Sellarès) asistió también a este encuentro el Sr. Santiago Florit que es, Conseller de Promocio Turística, Artesania i Transports. La reunión se desarrolló en un ambiente cordial y receptivo por parte de las autoridades. Siéndoles transmitidas por nuestra parte las carencias de transporte público TAXIS (falta de licencias, en total hay 100 para toda la isla) y CLASE C (con sólo 6 vehículos autorizados para toda Menorca) lo que provoca mala imagen y falta de servicio a nuestros clientes, que en temporada alta se vienen produciendo en los últimos años. Sin que nuestros políticos y a la administración competente hagan nada para remediarlo. Proponemos licencias temporales TAXIS y ampliaciones CTV. Hablamos también de la reactivación de las reuniones con las Cías. Aéreas que en el

pasado se realizaban periódicamente, convocadas por la presidencia del Consell Insular, con el propósito de mantener contactos que ayuden a aumentar la conectividad de la Isla de Menorca y poder crear productos nuevos. De nuestra propuesta AVIBA turismo social y desestacionalizador Pla Oci vs Ecotasa y la petición de incluir el Descuento de Residente para Vehículos. Además de aspectos relacionados con los guías oficiales. Como temas más importantes.



Reunión con asociados AVIBA Menorca

Posteriormente con el propósito de informar de primera mano, del resultado de las entrevistas con la administración y plan de trabajo 2016.

Celebramos un almuerzo de trabajo en el Rte. Terra del Port de Maó. A la que pudieron asistir diversos asociados de AVIBA MENORCA.



Representantes de V. Pons Sans, V. Sidetours, V. Magon, V. San Luis y V. Es Freus.

Encuentro de los agentes de viaje de AVIBA de Ibiza y Formentera

El gerente de la Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de Baleares (AVIBA), Eduardo Riera, ha presentado a las empresas asociadas de Ibiza y Formentera el 'Plan Estratégico 2016-17' en un encuentro cuyo objetivo ha sido a su vez "recabar de primera mano las necesidades de los asociados que, si bien repre-

sentan a empresas que desarrollan una gran actividad en su sector, afrontan problemas, algunos de ellos muy concretos, que a través de AVIBA vamos a dar traslado a las diferentes administraciones", ha señalado Riera. El presidente de los agentes de viajes de Ibiza y Formentera, Antoni Torres, ha valorado positivamente el encuentro destacando que "es preciso actuar de forma unida y coordinada para dar solución a problemas concretos que

nos afectan a todos y que por separado sería imposible resolver". En el encuentro, celebrado en la sede de Ibiza de la Confederación de Asociaciones Empresariales de Baleares (CAEB), se han abordado temas como el alquiler vacacional ilegal particular, el intrusismo profesional que padece el sector, o la actividad 'pirata' y se ha puesto de manifiesto la necesidad de poder disponer en Ibiza de un plan de formación reglada especial-



Representantes de: V. Ibisol, V. Ibiza, V. Ebusus, V. Atalaya, V. Eco Ibiza, V. Urbis y V. Es Freus

izada en Turismo. Los agentes de viajes de Ibiza y Formentera también han mostrado su preocupación por la promoción del destino fuera de temporada, la necesidad de implementar campañas de co-branding de manera conjunta con la administración local y autonómica, así como reforzar el servicio que ofrecen las oficinas de información turística en el extranjero.

AVIBA APOYA AL PEQUEÑO Y MEDIANO COMERCIO

AVIBA participa en la campaña "COMPRANT AL PETIT FEIM PINYA" que repartirá 200.000 premios, valorados en más de 500.000 €. Entre el 23 de mayo y el 25 de julio repartirá hasta 40.000 premios directos entre los consumidores y otros 160.000 en forma de descuentos. La iniciativa de PIMECO Petita i Mitja comerç de Mallorca, está basada en una dinámica de premios directos. Es fruto de un gran acuerdo de colaboración intersectorial, en el que el comercio urbano, el sector cultural, del ocio y del deporte, representado por la principal entidad deportiva de la isla, el RCD Mallorca y en la que también colabora y participa la patronal de las Agencias de Viajes - AVIBA. Que unidos por un interés común, hacen una "GRAN PIÑA".

Todo con el objetivo de aportar más valor a los clientes del pequeño y mediano comercio. Que está siempre del lado del consumidor. Le dan vida a nuestros barrios, pueblos y ciudades. Saben lo que venden, conocen a sus clientes y generan empleo local.

¿COMO FUNCIONA? Las AGENCIAS DE VIAJES y comercios adheridos a este programa. Se basa en la distribución por parte del comercio a sus clientes, después de cada venta y a su libre criterio, de una tarjeta ' Rasca y Gana', que podría tener un premio directo entre los disponibles en cada comercio.

Paralelamente, y como gran premio de la campaña, los clientes también participarán en el sorteo de un crucero para dos personas, cumplimentando con sus



Viajes MANACOR, posando con la publicidad de esta campaña

datos personales y depositando la solapa de estas tarjetas " Rasca y Gana" en las urna que en cada comercio, se ha habilitado para a tal efecto. El ganador se conocerá el 1 de agosto. Se han editado 200.000 tarjetas RASCA y GANA, de las que 40.000 tienen premios directos; como excursiones, viajes o entradas a museos, parques temá-

ticos, noches de hotel, cenas, botellas de vino, entre otros. Y el resto, 160.000, tendrán un descuento, ventaja o facilidad. El valor conjunto de la suma de todos estos premios supera los 500.000€. La iniciativa se pondrá en marcha el 23 de mayo y estará vigente hasta el 25 de julio.



Presentación de la campaña



**Ingrid Rivera Rocafort,
Ministra de Turismo
de Puerto Rico**

Licenciada en Administración de Empresas con especialización en marketing por la Universidad de Puerto Rico, Ingrid Rivera fue nombrada en 2013 miembro del Consejo Asesor de Viajes y Turismo de Estados Unidos, siendo la primera mujer portorriqueña en ocupar este puesto.

En 1980 comenzó a trabajar para Procter & Gamble llegando hasta Directora de Relaciones externas de la División Multicultural. En 2012 fue nombrada por el Gobernador de Puerto Rico, Alejandro García Padilla como Directora Ejecutiva de Turismo de Puerto Rico, ocupando posteriormente responsabilidades ministeriales.

Entrevista a Ingrid Rivera Rocafort,
Ministra de Turismo de Puerto Rico

“Consideren a Puerto Rico para una experiencia completa”

¿Hasta qué punto Puerto Rico forma parte de los EEUU y hasta qué punto es una isla caribeña? ¿Cuál pesa más de ambos conceptos? y a que tiene cosas de los lados

Por su ubicación geográfica formamos parte del Caribe, dentro de las Antillas Mayores, a la derecha de la República Dominicana y un poco más lejos de Cuba y a nivel político somos un Estado Libre Asociado de los EEUU; por todo ello podemos ofrecer un ambiente relajado con aguas transparentes combinadas con una infraestructura moderna que permite disfrutar de la isla alquilando un coche con magníficas carreteras de una forma fácil, segura y llegando a todas partes debido al tamaño insular.

¿Cuáles son los grandes atractivos además del sol y playa?

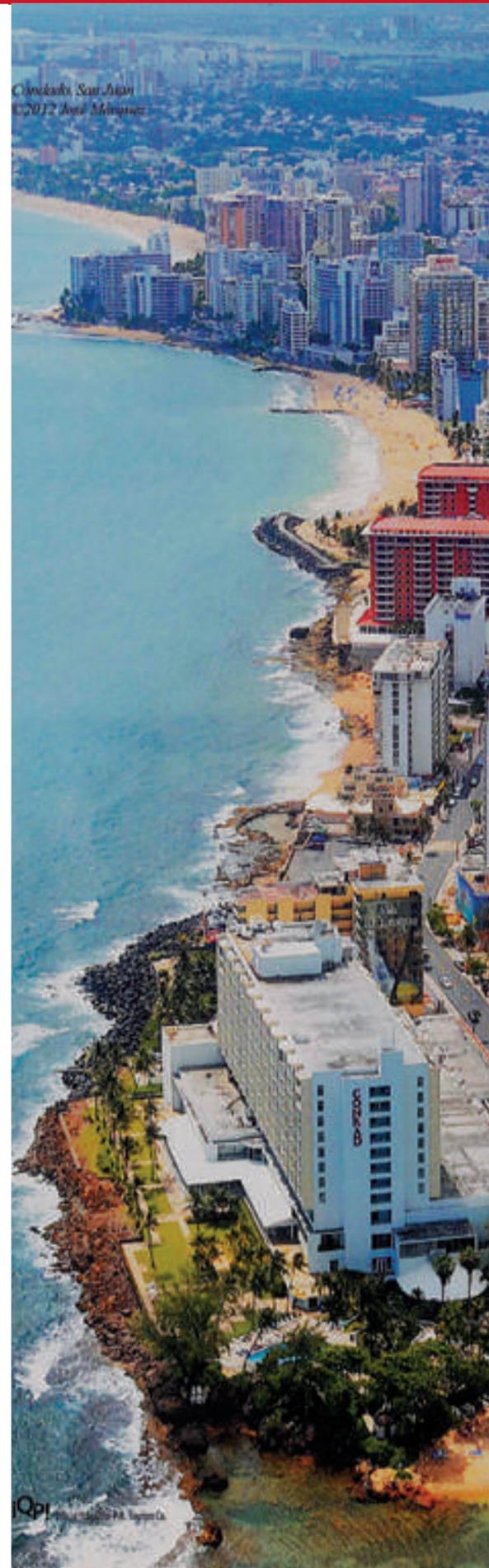
En primer lugar la belleza de los paisajes naturales, con una gran variedad que va desde el único bosque pluvial de los EEUU como es El Yunque, bosque seco, cuevas subterráneas, bahías luminiscentes como Fajardo, todo ello combinado con una gran variedad de actividades de aventura, como por ejemplo en Toro Verde tenemos la tirolina más larga del mundo con un recorrido de dos kilómetros y medio; y además pudiendo disfrutar de una gastronomía espectacular con chefs de gran creatividad reconocidos mundialmente con productos como el plátano, la langosta, los camarones, el churrasco, el pollo guisado, productos todos muy bien condimentados. Además, para los que les gusta ir de shopping tenemos unos modernos y muy bien surtidos centros comerciales, que nosotros llamamos malls, tanto con enfoque muy de lujo hasta distintos outlets que sabemos que encantan a los españoles.

Sin lugar a duda, la capital San Juan de Puerto Rico y especialmente el Viejo San Juan es una ciudad espectacular con su ambiente colonial y las fortalezas con El Castillo del Morro y San Cristóbal. Mucha gente lo conoce porque desde el puerto salen gran cantidad de cruceros. ¿Esto no evita que las personas visiten el resto de la isla?

En primer lugar vamos a hablar de cruceros. Estamos muy satisfechos de que las más importantes compañías hayan elegido San Juan de Puerto Rico como puerto base. Hemos trabajado concienzudamente en favor de los cruceros y hemos crecido un 45% en este sentido, alcanzado la cifra de 1.500.000 visitantes al año. Pero a la vez ofrecemos una serie de excursiones para que los cruceristas puedan conocer más a fondo el resto de la isla, 8 en concreto que aparecen en nuestra página web www.seepuertorico.com, o quedarse unos cuantos días más en la isla para visitarla más a fondo. Para ello disponemos de una amplia gama de alojamientos que van desde los resorts de lujo como El Dorado Beach hasta Bred and Breakfast atendidos por la familia, pasando por posadas instaladas en antiguos conventos y una amplia variedad de hospedajes a precios asequibles. Tratamos de comunicar el mensaje de que no sólo San Juan, una ciudad colonial con más de 500 años de historia, es espectacular. Tenemos más de 20 campos de golf, la hermosa ciudad de Ponce, etc. etc.

Tanto Cuba como la República Dominicana tienen una gran cantidad de hotelería española que ha propiciado la existencia de ofertas muy competitivas con vuelos incluidos. Este no es el caso de Puerto Rico.

Tanto Meliá como Be Live, la cadena hotelera de Globalia, están presentes en la isla y pronto anunciaremos nuevas inversiones ya que estamos en conversaciones con otras cadenas. Lo que no tenemos es el concepto del “todo incluido” pero pensamos que alquilando un coche, vale la pena disfrutar



“La accesibilidad aérea es muy importante. Desde la puesta en marcha del vuelo directo de Air Europa el turismo español ha crecido el 87% ...”

de los múltiples atractivos de nuestra isla como la naturaleza, la cultura y la gastronomía.

Sin duda las conexiones aéreas facilitan los flujos turísticos

Es básico. Disponemos de dos frecuencias semanales de Air Europa que aumentará a tres en verano y nos congratulamos del regreso de Iberia, con tres vuelos a la semana. La accesibilidad aérea es muy importante. Desde la puesta en marcha del vuelo directo de Air Europa el turismo español ha crecido el 87% en lo que respecta a registros hoteleros, además de los que alquilan apartamentos o se embarcan en cruceros.

¿Cuál es la mejor época para venir en cuanto a los eventos se refiere?

En marzo se celebra el Puerto Rico Open Golf, el Iron Man para los que les guste correr y también el Festival Casals ya que su mamá nació en la isla, en abril tenemos el evento gastronómico Saborea, en verano las aguas están más cálidas y más ricas y en enero se celebran las Fiestas de San Sebastián normalmente en la tercera semana y concluyen las navidades más largas del mundo que además se pueden disfrutar en bañador gracias a nuestro clima tropical. Pueden consultar el calendario en la página web anteriormente mencionada. De todas formas durante todo el año es muy agradable venir a Puerto Rico.



¿Cuál es la importancia que otorgan a las Agencias de Viajes?

Fundamental. Hemos negociado unos paquetes muy atractivos en FITUR para que se puedan comercializar a través de las agencias de viajes y del 11 al 13 de mayo se celebra nuestra Feria de Turismo, momento ideal para conocer directamente nuestra amplia oferta turística.

¿Le gustaría añadir alguna cosa más?

Puerto Rico es la isla estrella donde se puede disfrutar de una gran diversidad de experiencias desde la naturaleza, un programa de agroturismo, el ecoturismo, la ruta del café, las rutas religiosas del viejo San Juan y del oeste con 14 municipios implicados, hacer tu propio queso, vivir emociones distintas que te llevan a conocer el Puerto Rico tierra adentro con una variedad de sensaciones de aventura, gastronomía, turismo de salud, médico, etc. Consideren a Puerto Rico para una experiencia completa.

Muchas gracias.



“Si en una ciudad viven 4.000 habitantes, seguro que habrá al menos 5.000 perros.”

son adorados por los locales y los niños no se separan de ellos. Hablando de niños, sorprende la cantidad de pequeños que puedes encontrar jugando en la calle, aunque quizás no debería... por que los inviernos son largos y el día es corto... Los Inuit tiene per miso para cazar ballenas para consumo propio. Durante mi visita (mes de agosto), en un pueblo de 600 habitantes me contaron que dos her manos cazaron en el mes de marzo una ballena y todo el pueblo todavía vivía de esta captura. No se desaprovecha nada; hasta el esqueleto y los huesos son utilizados, bien para hacer algunas herramientas o artes para la pesca, o transformados en collares, pulseras, anillos, colgantes y toda clase de bisutería que posteriormente venden a los turistas. La venta es toda una curiosidad; lo mayoría de los Inuit no habla ningún otro idioma salvo el suyo. Tampoco reconocen otra moneda que no sea la corona danesa. Si quieres comprar algo y “preguntas” por el precio, el vendedor saca un fajo de billetes de euro y te muestra cuanto

Groenlandia

Texto y fotografías: Tomás Komuda de Viajes Jairan
Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Almería

La isla más grande del mundo (sin contar el continente australiano) es una región autónoma que pertenece a Dinamarca. Con más de 2,15 mill. km² de superficie, esta enorme isla está cubierta de hielo en un 80% y después de la Antártida es la segunda reserva más grande de agua dulce en el mundo. Situada entre el océano Atlántico y el océano Glacial Ártico, geográficamente pertenece al continente americano aunque políticamente la isla es europea. Su población de unos 60 mil habitantes, de los cuales más del 85% son nativos Inuit, viven en su mayoría concentrados en la costa oeste. Más de la cuarta parte (aprox. 15.000) viven en la capital de la isla Nuuk. Ahí encontramos la universidad, numerosas instalaciones de

investigación científica, un centro cultural, el aeropuerto, un hospital; todo lo que una ciudad necesita. Además de la capital, las poblaciones más importantes son: Ilulissat, Narsaq, Qaqortoq, Qeqertarsuaq, Tasiilaq y Upernavik, ojo, algunas de ellas no llegan ni a mil habitantes. Es curioso el transporte existente entre las ciudades. Al carecer totalmente, salvo los núcleos urbanos, de carreteras, el desplazamiento se efectúa por aire, agua o... trineos tirados por perros (huskies), ya que durante gran parte del año todo está cubierto de nieve. No es nada raro ver una señal de tráfico de “ceda el paso” con trineos pintados o “precaución trineos”. Siendo isla no sorprende que la economía dependa de la pesca. Las limpias y frías aguas propor-

cionan abundantes capturas que son exportadas, congeladas o procesadas, por todo el mundo. Casi todos los pueblos, incluso algunos con 300 habitantes poseen alguna planta o conservera de procesamiento de pescado y marisco. Curiosamente otra de las importantes fuentes de ingreso son los sellos postales muy cotizados en el mundo. También el turismo se abre cada vez más paso pero hay que reconocer que el destino no es nada barato. No obstante ya son decenas de miles los turistas que visitan la isla todos los años y que dejan una importante cantidad de dinero a la economía local.

La mayoría de la gente vive en casas individuales. No son muy grandes pero tienen todas las comodidades. Pintadas en unos muy llamativos colores, de lejos parecen bloques de legos. Todo el mundo tiene perros para tirar de los trineos. Si en una ciudad viven 4 mil habitantes, seguro que habrá al menos 5 mil perros. Los perros





es, pero no por los números sino por colores. O sea si es azul son 20 euros, naranja 50 y así sucesivamente. Lo que puede ocurrir es que si te acercas y quieres alguna cosa te enseña por ejemplo un billete naranja, pero dentro de un rato la misma pieza puede ser "azul" o "verde" así que nunca se sabe lo que te puede tocar. Lo mejor es comprar si el precio te parece bien y no preguntar otra vez.

Tal como comenté antes los inviernos son muy duros y los veranos bastante frescos y cortos. Sin embargo durante la época estival los paisajes son maravillosos. Explosión de colores, enormes témpanos de hielo azul desprendidos de los glaciares, agua cristalina, aire impoluto, un terreno accidentado que añade belleza al lugar; todos estos elementos son dignos de elogio. Groenlandia carece totalmente de árboles. Todas las plantas, arbustos y matas son muy bajos debido a las temperaturas y los vientos, pero esto en conjunto añade belleza a la isla y nos recuerda la dureza de la vida aquí. Todo es campo abierto, montaña y los únicos lugares donde resguardarse son las casas.

Espero que el reportaje gráfico refleje de alguna manera la belleza de esta maravillosa isla.

Resumiendo: es un lugar totalmente distinto. Estoy seguro que no deja a nadie indiferente. La naturaleza salvaje es espectacular y uno no se cansa de descubrir algo distinto a cada paso. La seguridad es absoluta, los hoteles son suficientes (sin esperar grandes lujos), la gente muy amable aunque puede haber alguna dificultad al comunicarse, sobre todo en las aldeas más pequeñas (pero para esto tenemos las manos). No es barato pero ya se sabe, si uno quiere algo diferente, distinto, único, esto se paga. Sin embargo no vamos a lamentar ningún euro gastado porque Groenlandia merece indudablemente la pena, y mucho, ser visitada. Por si había alguna duda: el pescado y los mariscos son de escándalo.

P.D.
Este será mi último post en unas semanas, ya que estaré de viaje para traer nuevos destinos y nuevas vivencias. Hasta pronto.

¿TUS CLIENTES HAN RESERVADO SU VIAJE PERO SIN SEGURO?

➤ Con nuestra App totalmente gratuita podrás ofrecer un seguro de última hora enviándoles un SMS horas antes del viaje



SMS
**SEGURO
SAFE TRIP**

93 366 26 02

✉ booking.seguros@aon.es

Hola Shanghái.

Estrenamos vuelo directo entre Madrid y Shanghái a partir del 28 de junio. Disfruta de tres vuelos semanales y pon rumbo a la Perla de Oriente, una ciudad llena de contrastes.

Un continente exótico te espera.

