

Núm. 36 / ABRIL 2017

Mundo inédito

LA REVISTA VIAJERA DE LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE VIAJES



MÉXICO COLONIAL: joyas del barroco por doquier

KYOTO, NARA y TAKAYAMA: esencia de las tradiciones del Japón

ceav
Confederación Española
de Agencias de Viajes

NOTICIAS CEAV · LAS ASOCIACIONES INFORMAN

ESCÁPATE A Ciudades únicas

25 AÑOS
DE ALTA VELOCIDAD
Y 25 DESTINOS
POR DESCUBRIR

RESERVA TU ESCAPADA EN
avexperience.es



Albacete
Alicante
Antequera
Barcelona
Ciudad Real
Calatayud
Córdoba
Cuenca
León
Lleida
Madrid
Málaga
Ourense
Palencia
Puertollano
Segovia
Sevilla
Tarragona
Toledo
Valencia
Valladolid
Villanueva de Córdoba
Villena
Zamora
Zaragoza

CIUDADES
ave

Andalucía

EN UN LUGAR
DE TU VIDA

es vida
CASTILLA Y LEÓN

CATALUNYA

MADRID
Region of Madrid SPAIN

renfe

ETOA

IBERIA

LOGITRAVEL.com

Colaboradores
de la Fundación
Pequeño Deseo

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

Abril 2017



Foto portada:

Maiko o aprendiz de gheisa en Kyoto, Japón. Fotografía: Román Hereter

Quiero empezar estas líneas agradeciendo a los miembros de las distintas asociaciones que conforman CEAV que se acercaron a nuestro stand, a nuestros colaboradores, y a todo nuestro equipo que contribuyó a que una vez más la participación en la Feria Internacional del Turismo celebrada en Madrid se cerrase con un éxito rotundo, consolidando cada vez más nuestra credibilidad y trayectoria como la primera patronal española en agencias de viajes y como auténtico referente en el sector.

En cinco años hemos conseguido entre todos aglutinar 19 asociaciones empresariales, 3.000 agencias de viajes y más de 40.000 profesionales con una facturación que supera los 15.000 millones de euros.

Además de seguir defendiendo los intereses profesionales de nuestros asociados, como no podría ser de otra manera, vamos a centrar nuestro trabajo en este 2017 en torno a la palabra INNOVACION, ya que en un mundo cambiante como el nuestro hay que estar muy atento a las novedades de nuestra sociedad para no perder el tren del futuro.

Entre las actividades más relevantes del año destacan la IV Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes, que organizaremos del 1 al 3 de noviembre en Valencia, el viaje profesional que tendrá como destino Costa Rica y del que ya os informaremos en su momento y las Jornadas Técnicas recientemente celebradas en Alemania, que han concluido, una vez más, con excelentes resultados.

Nuestra actividad también pasa por fomentar los máximos encuentros posibles entre agentes de viajes y proveedores, y por ello seguimos con la celebración de workshops como el Fly Meeting Valencia, celebrado el pasado 9 de marzo y los demás que ya hemos anunciado.

Nos congratulamos una vez más de los buenos resultados del turismo receptivo y la lenta pero progresiva recuperación de los viajes de media y larga distancia, así como de las reuniones mantenidas en FITUR con destinos como Japón, Córdoba de Argentina, Torino, Quito en Ecuador, Alemania, Polonia, Chequia, Sri Lanka, Tailandia, Malasia, Jaén, el Puerto de Santa María, Sevilla y Alicante, de cara a acciones futuras.

Seguimos muy atentos a los cambios legislativos de nuestras instituciones y no nos gusta la desregularización de los agentes de viajes presentada por la Generalitat de Cataluña que tiene por objeto eliminar la denominación de agente de viajes para las personas que se dedican a la venta y organización de viajes combinados, que implica la dudosa aplicación del convenio colectivo, el reglamento de facturación o la propia normativa IATA por solo poner algunos ejemplos.

No quiero finalizar sin desearos a todos una magnífica temporada tanto en lo personal como en lo profesional y que juntos podamos seguir disfrutando del buen funcionamiento de nuestra Confederación que tengo el orgullo y la satisfacción de presidir y que la hacemos entre todos día a día.

Rafael Gallego Nadal

Presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes

made in Italy



Vacaciones "Made in Italy"

El patrimonio artístico más rico del mundo, el calor del Mediterráneo, maravillosos paisajes, extraordinarios sabores: vive una experiencia irrepetible. En Italia hay mucho más.



www.italia.it www.enit.it



@italiaturismoMadrid



@ItaliaOficina



OficinaTurismoltalia

Sumario

- 06** NOTICIAS breves
- 24** **Presentación de la 4ª CUMBRE DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES** que se celebrará del 1 al 3 de Noviembre en Valencia.
- 30** **ENTREVISTA: Matilde Asián, Secretaria de Estado de Turismo.**
- 34** **MÉXICO COLONIAL: Joyas del barroco por doquier. Un recorrido por algunas de las ciudades coloniales más espectaculares del país.** Texto y fotografías: Román Hereter.
- 51** **REFLEXIÓN Resistir** es también **poder reflexionar** - Otro nuevo Mundo - La **estrategia** tiene el arte de crear poder - Vientos de cola **favorables** - Factor competitivo **diferencial** - **Objetivos** ambiciosos y factibles. Por Martin Sarrate, Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVE.
- 54** **ENTREVISTA: Enrique Sarasola, Presidente y Fundador de Room Mate Hotels y BeMate.com.**
- 56** **KYOTO, NARA Y TAKAYAMA, esencia de las tradiciones del Japón.** Magníficos Templos, santuarios y hermosos paisajes naturales. Texto y fotografías: Román Hereter.
- 64** **ENTREVISTA: Amuda Goueli, CEO de Destinia.**
- 66** **RUTA ROMÁNTICA, ganas de senderismo.** Cerca de 500 kilómetros que ofrecer a los senderistas, en la Ruta Vacacional más popular de Alemania.
- 70** **WURZBURGO: Naturaleza a cada paso.** Patrimonio de la Humanidad, vino de prestigio internacional, bienestar.
- 72** **Excelente** desarrollo de las **Jornadas Técnicas de CEAV** en Würzburg, Alemania - Ruta Romántica. Por Carlos González.
- 76** **LAS ASOCIACIONES INFORMAN**
- 92** **EXPERIENCIA VIAJERA: Oslo, la capital de Noruega.** Una bonita ciudad, muy amigable y cómoda para los visitantes. Texto y fotografías: Tomás Komuda de Viajes Jairán. Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Almería.





Presentados en el Stand de FITUR las novedades y eventos de CEAV 2017

A lo largo del Welcome to FITUR 2017, el presidente de CEAV fue el encargado de introducir las principales novedades y agenda de CEAV para 2017 entre las que ha destacado la IV Cumbre Mundial

de Asociaciones de Agencias de Viajes. Y es que del 1 al 3 de noviembre CEAV organizará la cuarta edición de esta Cumbre que tendrá lugar en Valencia y contará con el apoyo de la Consejería de Comercio y Turismo de la Generalitat de Valencia, de la Diputación de Valencia y de la Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Valencia.

“Es un proyecto en el que venimos trabajando desde hace más de un año y que va a contribuir a dinamizar el turismo de la comunidad valenciana”, aseguró el Presidente de CEAV. Gallego, acompañado por colaboradores, presidentes de Asociaciones de Agencias de Viajes españolas y agentes de viajes, presentó también las jornadas técnicas de CEAV de 2017. En concreto, los agentes de viajes han recorrido del 2 al 5 de marzo la Ruta Romántica de Alemania, de la mano de la Oficina Nacional de Turismo de Alemania, de IBERIA y de la Cadena de Hoteles Maritim. De igual modo, el presidente de la Confederación anunció que el viaje profesional de 2017 será en Costa Rica y que CEAV renovará su acuerdo anual con IBERIA y con RENFE.

Por su parte, la directora comercial de La Champagne, Elisabeth Vidal, fue la encargada de dar a conocer las novedades de turismo de esta región, patrimonio de la UNESCO, que fue sede de las jornadas técnicas de la Confederación en 2016. Gran Canaria, por tercer año consecutivo, aportó sus productos gastronómicos durante el aperitivo.

Cabe destacar que, durante la Feria Internacional de Turismo, el presidente de CEAV mantuvo reuniones con los Ministros de Turismo de países como Sri Lanka, Tailandia o Malasia y con los responsables de Turismo de Murcia y Caravaca, Sevilla y Ciudades AVE, entre otras acciones comerciales. Asimismo, el día 20 de enero, a las 12.00 h, en el stand de Galaxia Tours (Egipto) -Pabellón 4, 4G10- se realizó un homenaje al recientemente fallecido Presidente de Honor de CEAV, Vicente Blasco, promovido por Hamdi Zaki, Exconsejero de Turismo de Egipto para España y Portugal.



CEAV consolida en FITUR su credibilidad y trayectoria como primera patronal española de agencias de viajes

“Un año más cerramos FITUR cargados de éxitos y con un plan de acción para este 2017. En la feria, que de nuevo ha vuelto a batir records de asistencia, CEAV ha consolidado su credibilidad y trayectoria como primera patronal española de agencias de viajes. En 5 años hemos conseguido aglutinar a 19 asociaciones empresariales, 3.000 agencias de viajes y más de 40.000 profesionales”. Así lo ha asegurado el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, quien realizó un balance sobre esta Feria internacional celebrada del 18 al 22 de enero en Madrid. Gallego recordó que más de 100 profesionales acudieron, por cuarto año consecutivo, a la tradicional cita profesional turística de CEAV: el Welcome to FITUR 2017. Un encuentro que se celebró en el stand de la Confederación y en el que el presidente de la patronal presentó las principales novedades y agenda de CEAV para este año. Otro de los puntos que ha querido remarcar Rafael Gallego es la importancia que va a adquirir la Comunidad Valenciana en la agenda de CEAV de 2017. En este sentido, Gallego ha hecho referencia a la IV Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes, que la Confederación organizará del 1 al 3 de noviembre en Valencia, y a la que está previsto que asistan más de 100 asociaciones de agen-

cias de viajes, 85 de ellas internacionales. Asimismo, el presidente de CEAV subrayó que uno de los objetivos que persigue CEAV para este año es la innovación. “Prueba de ello es la iniciativa Viajar Juntos Es Mejor que hemos sellado en FITUR con la empresa de alimentación para mascotas, PURINA, y con la que vamos a apoyar a las empresas turísticas para que innoven a través de la especialización”.

Con respecto a la revista Mundo Inédito, el presidente de CEAV indicó que “esta revista, que lleva ya 35 números, se posiciona como la única revista de viajes y corporativa que es editada por una entidad privada y que el agente de viajes recibe de manera gratuita en su oficina”.

Por último, puso en valor las reuniones mantenidas durante FITUR 2017 con países y destinos como Japón, Córdoba (Argentina), Torino, Quito, Alemania, Polonia, Chequia, Sri Lanka, Tailandia, Malasia, Jaén, el Puerto de Santa María, Sevilla y Alicante, entre otros. Según éste se trata de “nuevos contactos que CEAV va a acercar a sus asociaciones para que sus agentes de viajes se profesionalicen más en nuevos destinos y rutas”. Asimismo, agradeció el homenaje al recientemente fallecido Presidente de Honor de CEAV, Vicente Blasco, que tuvo lugar durante la feria y que fue promovido por Hamdi Zaki, Exconsejero de Turismo de Egipto para España y Portugal.





Constituida en FITUR, CEAV Andalucía

La Confederación Española de Agencias de Viajes dio a conocer la Federación Andaluza de Agencias de Viajes, la nueva entidad que a partir de ahora defenderá los intereses del sector en Andalucía. El acto de presentación de la firma de la constitución de CEAV Andalucía tuvo lugar en el marco de la Feria Internacional de Turismo de Madrid (FITUR), concretamente en el stand que

CEAV tuvo instalado un año más. En el acto participaron el presidente de CEAV, Rafael Gallego, y los presidentes de las ocho asociaciones provinciales de Andalucía que forman la Federación: Antonio Caño de AAV CORDOBA; Ángel Juan Pascual de AAV CADIZ; José Manuel Lastra de AEVISE SEVILLA; Tomás Komuda de ASAVAL ALMERIA; Jorge Pérez de ASOC GRANADA; Luis Arroyo

Marín de ASOC HUELVA; Sergio García Ferreira de AEDAV ANDALUCIA (Málaga) y Francisco Javier Fernández de ASOC JAEN. El vicepresidente de la Junta de Andalucía, Manuel Jiménez Barrios, quien también estuvo presente en el acto, valoró positivamente la constitución de CEAV Andalucía: "Es importante mantener la unidad para defender una marca tan importante como es la de Andalucía". Uno de los proyectos a realizar por AEDAV Andalucía ha sido llevar a cabo la unificación del sector andaluz de agencias de viajes. Trabajando en esta línea desde hace tiempo, es ahora cuando AEDAV Andalucía da un paso más llegando al convencimiento de que estar unidos es la mejor opción para los intereses del sector en Andalucía y a nivel nacional.

CEAV y la Comunidad de Madrid renuevan el Programa de Rutas Culturales para personas mayores

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) y la Comunidad de Madrid han renovado el Programa de Rutas Culturales para personas mayores. El objetivo que persiguen ambas entidades es el de potenciar la cultura y la integración social de las personas mayores, favoreciendo y diversificando la ocupación de su tiempo libre y el envejecimiento activo. Barceló Viajes, Nautalia, Viajes Cemo, Viajes el Corte Inglés, Viajes Cibeles y el Grupo IAG7 Viajes son las 5 empresas asociadas a CEAV del sector de las agencias de viajes que participan activamente en esta edición. La Gerente de CEAV, Mercedes Tejero, y el Presidente de UNAV, José Luis Prieto, acudieron al acto de presentación de esta iniciativa que corrió a cargo del Consejero de Asuntos Sociales, Carlos Izquierdo y el Consejero de Políticas Sociales y Familia, Carlos González. Para este año se han programado 366 rutas culturales que se distribuyen en 109 destinos na-

cionales, 172 internacionales y 69 grandes recorridos. En total, está previsto que se oferten a precios económicos más de 160.000 plazas de viajes a personas mayores de 60 años de la Comunidad de Madrid. Entre los nuevos destinos, destacan Barcelona, la Ruta Jubilar (Murcia y Caravaca de la Cruz), la Ruta de las brujas y el País Vasco francés. Con respecto a los destinos europeos, se han incluido las Dolomitas, la Toscana o Córcega y Uzbequistán, Georgia, Argentina, Guatemala, Vietnam o Camboya dentro de los grandes recorridos. Esta iniciativa, que es de colaboración público privada, está pensada específicamente para personas de más de 60 años de la Comunidad de Madrid que puedan desenvolverse autónomamente. El régimen de todos los viajes de la XIII edición del Programa es de pensión completa en hoteles céntricos de 3 y 4 estrellas. Las excursiones y visitas, así como el acompañamiento permanente



Consejero de Asuntos Sociales y Familia de la Comunidad de Madrid, Carlos Izquierdo, Mercedes Tejero, Gerente de CEAV y el Director General de Atención a la Dependencia y al Mayor, Carlos González.

de un guía también se incluyen en el precio. Los interesados en participar en esta iniciativa podrán realizar su reserva en cualquiera de las 824 oficinas de las agencias participantes: Barceló Viajes, Nautalia, Viajes Cemo, Viajes el Corte Inglés, Viajes Cibeles y el Grup IAG7 Viajes. De igual modo pueden acudir a las webs de dichas agencias.



QUE NADA ESTROPEE UN GRAN VIAJE

Anulación, asistencia médica, pérdida de equipajes, overbooking... En RACE siempre encontrarás los seguros de viaje con coberturas pensadas para que nada, absolutamente nada, estropee un gran viaje a tus clientes.

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 Agencias de Viajes





Jornadas Técnicas de CEAV 2017

Del 2 al 5 del pasado mes de marzo se han celebrado en la ciudad de Würzburg, Alemania, las Jornadas Técnicas de la Confederación Española de Agencias de Viajes, 2017.

Del 2 al 5 de marzo se han celebrado en Würzburg, Alemania, las Jornadas Técnicas de CEAV 2017. Estas jornadas, que buscan la formación y profesionalización en una de las rutas más tradicionales de Alemania, sumergen al agente de viajes en la cultura, historia, naturaleza y gastronomía del destino. Es una ocasión única para conocer, de primera mano, uno de los destinos más demandados de Alemania en las agencias de viajes españolas: **la Ruta Romántica de Alemania**. Más de 70 agentes de viajes han recorrido la Ruta Romántica de Alemania visitando: el palacio Weikersheim y el Castillo de Neuschwanstein, junto con las localidades de Würzburg, Rothenburg ob der Tauber, Lauda, Wertheim, Röttingen, Dinkelsbühl, Feuchtwangen, Munich, Frankfurt y Füssen.

Esta ruta, la preferida de los alemanes, abarca más de 60 localidades y ofrece de norte a sur una gran variedad de

paisajes como valles, bosques y praderas. También es muy destacable la localidad de Würzburg y sus viñedos, los castillos reales, el valle del Tauber y Rothenburg, así como las regiones de

Lechfeld y de Pfaffenwinkel. Durante todo el recorrido, que incluye los Alpes de Baviera y diversos pueblos pintorescos, se pueden encontrar más de 72 iglesias, catedrales, castillos y conventos.



Un año más el objetivo que ha perseguido la Confederación con estas Jornadas es la profesionalización del agente de viajes a través de la formación de destino. En particular, para que posteriormente el agente, ya especializado en dicho destino, disponga de una nueva propuesta, totalmente novedosa, para ofrecer a su cliente final. De igual modo, los agentes reciben formación complementaria, ya que las Jornadas Técnicas de CEAV incluyen una sesión profesional en la que se debate sobre temas de interés para el sector. En esta edición, CEAV ha organizado las Jornadas junto a la Oficina Nacional de Turismo de Alemania, IBERIA, la Cadena de Hoteles Maritim, Vueling y la compañía AON.

“Alemania sigue generando crecimiento como destino turístico. En concreto, el volumen del turismo receptivo alemán ha crecido un 1,4 por ciento respecto al año 2015 y parte de este turismo procede de España porque, para los españoles, este país es uno de los destinos más atractivos de Europa y tiene un gran potencial de crecimiento para el negocio de las agencias de viajes españolas. Por este motivo, hemos escogido Alemania, y en particular la Ruta Romántica, para celebrar las Jornadas Técnicas de CEAV 2017. Porque consideramos que conocer esta ruta de la mano de Oficina Nacional de Turismo de Alemania puede generar una ventaja comparativa para los más de 70 agentes de viajes participantes. También les ayudará a incrementar sus ventas, al volver con una propuesta totalmente novedosa sobre este destino que podrán ofrecer a su cliente final”, afirmó el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego.

Para el presidente de CEAV, uno de los puntos más atractivos de las Jornadas Técnicas es la jornada profesional. En este sentido, Gallego ha puesto en valor el foro debate sobre la consolidación aérea asegurando que ésta es *“clave para las agencias porque es un nuevo modelo de intermediación que permite acceder a toda la oferta de las compañías aéreas sin la esclavitud que supone*





La jornada profesional tuvo lugar el sábado 4 de marzo en el Hotel Maritim de Würzburg, inaugurada por el Presidente de CEAV junto con la Directora de la Oficina Nacional de Turismo de Alemania en España, Ulrike Bohnet. Seguidamente, se realizó la presentación de la Ruta Romántica al completo. A continuación, se desarrolló la mesa redonda sobre los nuevos cambios en las garantías de las agencias de viajes en las diferentes Comunidades Autónomas para casos de quiebra e insolvencia, moderada por Catiana Tur, Gerente de ACAVE, con la participación de Antonio Nieto, Subdirector General de Cooperación y Competitividad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo, responsables de varias Comunidades Autónomas, y el Responsable Desarrollo Negocio Travel de AON, José García. A continuación, se celebró el foro debate sobre la consolidación aérea, presentado por Fernando Cuesta, Director General de AMADEUS ESPAÑA, y en donde se abordó la figura del consolidador aéreo.

IATA para el negocio de las agencias de viajes". Asimismo, se ha referido a la ponencia acerca de los nuevos cambios en las garantías de las agencias de viajes en las diferentes Comunidades Autónomas para casos de quiebra e insolvencia. "Por parte de las agencias, es importante estar al día en los cambios sobre la normativa de las garantías de las Agencias de Viajes, cuya aplicación por parte de las Comunidades Autónomas puede hacer que el sector de las agencias se vea perjudicado ante una interpretación injusta y que puede abocar

a que la recuperación del empleo en el sector se vea frenada". Las Jornadas finalizaron en la ciudad de Múnich para conocer la Iglesia Bürgersaalkirche, la Iglesia de San Miguel, la Iglesia de Nuestra Señora, la catedral de Múnich y su legendaria "huella del diablo", la Residencia Real, la plaza más famosa de la ciudad -Marienplatz-, el Ayuntamiento, la Iglesia de San Pedro, así como el encantador mercado Viktualienmarkt. De igual modo, visitaron el museo BMW Welt y el Allianz Arena, el estadio de Bayern de Munich.



CEAV y Turismo Valencia organizan la segunda edición del FLY Valencia Meeting

43 empresas turísticas de primer nivel participaron en la segunda edición de este Workshop que persigue potenciar la ciudad de Valencia como foco emisor de turismo.

La colaboración entre instituciones y empresas del sector turístico resulta fundamental para el incremento y consolidación de los buenos resultados en cuanto a número de plazas ofertadas, rutas y frecuencias en el Aeropuerto de Valencia.

"Todas las compañías aéreas que participaron ayer en el foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia reconocieron que el canal de ventas de las agencias de viajes supone más del 80% de sus ventas. Este porcentaje es el mayor de toda Europa, por lo que debemos seguir trabajando para mantener esta posición que nos indica que las agencias de viajes vamos en la buena dirección". Así lo aseguró el pasado día 10 de marzo el Presidente de CEAV, Rafael Gallego, quien valoró los resultados del segundo Fly Valencia Meeting.

Un evento organizado por la Confederación Española de Agencias de Viaje (CEAV), en colaboración con Turismo Valencia, que se celebró el 9 de marzo

en el Palacio de Congresos de Valencia. En total, 43 proveedores turísticos de primer nivel como Lufthansa o Iberia - British Airways acudieron a la segunda edición de este workshop, que fue un éxito de asistencia con la participación de cerca de 100 agentes de viajes de toda la Comunidad Valenciana. Según el Presidente de CEAV, Rafael Gallego, "hemos conseguido el objetivo que perseguíamos con el Fly Valencia Meeting: dinamizar el valor emisor de la ciudad de Valencia. Se consolida así una marca diferencial de jornada, el Fly Meeting, que en 2018 lo vamos a exportar a otras ciudades. Esto va en línea con una de las prioridades CEAV, que consiste en reforzar y consolidar la actividad de la Confederación en todo el territorio español".

Uno de los puntos fuertes del evento fue el foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia. En él intervinieron Sandra Gómez, primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia y presidenta de la Fundación Turismo Valencia; Carsten Hoffmann, director general para España y Portugal de Lufthansa Group; Verónica Catany-Rezk, directora comercial de Air France-KLM, y Santiago Escuder, delegado comercial zona este para Iberia - British Airways, entre otros ponentes.

Posteriormente, tuvo lugar el workshop en el que estuvieron presentes las siguientes **empresas turísticas**: Aerticket, Amadeus, Hahn Air, Servivuelo, Aon, Race, Intercontinental Hotels Group, Maritim Hoteles, Sandos Hoteles, Ame-



VALENCIA // SPAIN

CONVENTIONAL SOLUTIONS FOR NEW NEEDS

Tus necesidades son siempre especiales. Tus problemas, diferentes. ¿Qué sentido tendría ofrecerte soluciones convencionales? Suprime tus prejuicios, huye del estándar, imagina un evento diferente. Nosotros ponemos los medios para hacerlo posible.



Nuevas soluciones en www.palcongrecos-vlc.com



rican Receptive, Expedia Taap, Mapatours, Luxotour, Politours, Summerwind, BlueAir, Plus Ultra, Singapore Airlines, Ciudades Ave, Aeroflot, Air France, Transavia, Iberia, Lufthansa, Qatar Airways, Korean Air, Royal Air Maroc, Tap Portugal, United y Vueling.

Asimismo, estuvieron presentes los siguientes **destinos**: Albacete, Sevilla, Murcia, Valencia, Austria, Alemania, Malta, Noruega, Japón, Tolouse e Italia. Como colofón, se celebró una cena-coctel en el Palacio de Congresos.





CEAV se reúne con la Secretaria de Estado de Turismo

El presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, se reunió el pasado 22 de febrero con la Secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asían, para tratar diversos temas que generan preocupación dentro del sector de las agencias de viajes.

Así, las cuestiones que han centrado el encuentro han sido: la Transposición de la Directiva de Viajes Combinados y Garantías por quiebra e insolvencia de las Agencias de Viajes; la aplicación del Sistema de Información Inmediata con respecto al régimen especial del IVA de las Agencias de Viajes; los precios máximos en las bonificaciones al transporte aéreo de residentes en Canarias, Baleares, Ceuta y Melilla; los problemas en la comercialización de las entradas de la Alhambra de Granada y la facilitación de visados en mercados emisores hacia España. Tras la reunión, a la que también asistieron el Presidente UNAV, José Luis Prieto, el Presidente de ACAVE, Martín Sarrate, el Presidente de GEBTA, Juan Carlos González, y la Gerente de CEAV, Mercedes Tejero; Rafael Gallego agradeció "la magnífica disposición de la Secretaria de Estado de Turismo, así como la colaboración continua de su equipo técnico". Con respecto a la transposición de la nueva Directiva, Rafael Gallego declaró que "desde CEAV hemos solicitado a la Secretaria de Estado su apoyo ante Consumo para los puntos en los que sí pueden influir los Estados Miembros, como es la responsabilidad de Agencias Mayoristas y Minoristas, en la definición de servicio de viajes vinculados o en la de viajes ocasionales". También se ha referido a las garantías y ha asegurado que "le hemos trasladado nuestra preocupación por la inactividad de muchas CC.AA al respecto".

En relación a este proyecto de ley, que pretende eliminar la figura del agente de viajes y provocará la desregularización del sector en Cataluña, Rafael Gallego también pidió a Matilde Asían su apoyo frente a la Dirección General de Turismo de la Generalitat y ha explicado que "es absolutamente necesario que esta nor-



De izquierda a derecha: José Luis Prieto, Presidente de UNAV, Rafael Gallego, Presidente de CEAV, Martí Sarrate, Presidente de ACAVE y Juan Carlos González, Presidente de GEBTA. Oscar Almendros, Matilde Asián, Secretaria de Estado de Turismo, Antonio Nieto y Fuencisla Tejedor.

mativa mantenga la figura del agente de viajes como hasta ahora, siendo las únicas empresas facultadas para comercializar viajes combinados". Otro de los temas abordados durante la primera reunión de CEAV con Asían ha sido la aplicación del sistema de información inmediata en el sector, ya que la Confederación tiene previsto abordar esta cuestión con el Ministerio de Hacienda. En este sentido, el presidente de la Confederación indicó que "entendemos que esa normativa, prevista para el Régimen general del IVA, debería contemplar una serie de excepciones o de reglas ad hoc para el sector, puesto que tanto la normativa del sector, el REAV, como el funcionamiento práctico del mismo, no permiten una adecuada cumplimentación de la nueva normativa. Por tanto, lo que hemos pedido hoy durante la reunión es que nos apoyen en la adecuación de los requisitos a las particularidades. No solo por no llenar de cargas administrativa extras a las compañías, sino incluso para que la propia AEAT obtenga su finalidad

de conseguir información completa". Gallego prosiguió puntualizando que "no pedimos que nos eximan de cumplir con la obligación, sino que la adecuen a la especial regulación y funcionamiento de la actividad". "Además, desde CEAV le hemos trasladado a la Secretaria de Estado lo incongruente de esta normativa que, en vez de castigar a la empresa que ha cometido el fraude, castiga a los residentes en Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla que viajen en grupo. Por ello, hemos requerido su respaldo de cara a Fomento para dejar sin efecto la Resolución de precios máximos" indicó el presidente de CEAV. Por último, la Confederación ha planteado la colaboración de esta Secretaría con Turespaña para acciones de promoción exterior del destino España. Asimismo, CEAV le ha transmitido a Matilde Asían la problemática existente en la comercialización de las entradas a la Alhambra de Granada, así como la importancia de la facilitación de visados en mercados emisores hacia nuestro país.

PRÓXIMO EVENTO CEAV, 4 de mayo en BILBAO. Te esperamos.



Lufthansa

Alemania  Vacaciones entre amigos

Czech Republic  Land of Stories

Polska  POLISH TOURIST ORGANISATION

+ DE 100 LUGARES TOPS en ALEMANIA - REPÚBLICA CHECA - POLONIA.
¿QUIERES CONOCERLOS? Ven y participa.

DIA 04 DE MAYO en BILBAO EXHIBITION CENTRE.
Auditorio 2, Nivel 4 del Centro de Convenciones.
De 14.00 a 16.30 horas con lunch-buffete incluido para los inscritos.

Conoce también las nuevas programaciones de:
Expedia TAAP - MAPA TOURS - MARITIM HOTELES - POLITOURS
- SPECIAL TOURS - TUI SPAIN

Confirma tu asistencia en: eventos@ceav.info

Con la colaboración de:  



Tras múltiples reuniones mantenidas a distintos niveles, CEAV y el Gobierno de Canarias acuerdan trabajar en conjunto para garantizar los derechos de los residentes canarios

El vicepresidente y consejero de Obras Públicas y Transportes del Gobierno de Canarias, Pablo Rodríguez, mantuvo el pasado 29 de marzo en la delegación del Ejecutivo canario en Madrid una reunión de trabajo con el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, y su gerente, Mercedes Tejero, en la que se abordó la decisión tomada recientemente por el Ministerio de Fomento de adoptar nuevos sistemas de control para evitar el fraude en la venta de billetes de avión en grupo, sin que ello afecte a la subvención del 50% para viajar a la que tienen derecho los residentes canarios, tal y como había propuesto el Gobierno de Canarias.

Pablo Rodríguez apuntó que "gracias a las negociaciones que el Gobierno de Canarias ha mantenido a lo largo de los últimos meses con el Estado, el Ministerio ha frenado la entrada en vigor del decreto mediante el cual establecía un coste medio

del billete de avión para viajes en grupo, una medida que afectaba a la aplicación del derecho individual de cada canario de la subvención del 50% para viajar".

Para el vicepresidente del Ejecutivo autonómico, "el sistema que pretendía implantar Fomento suponía que los residentes canarios perdiesen derechos que ha costado años consolidar y que son innegociables dada nuestras características de territorio fragmentando y alejado del continente", y añadió que, además, "afectaba a sectores especialmente vulnerables que realizan con frecuencia viajes en grupo, tales como escolares, deportistas, mayores o colectivos culturales". Pablo Rodríguez afirmó que, "ya con anterioridad nos hemos visto obligados a viajar con el certificado de residencia por el mismo motivo y de ninguna manera las medidas que se tomen para mejorar el control pueden cercenar lo derechos de los canarios". En este sentido, el vicepre-

sidente aclaró que, "aunque estamos satisfechos con la paralización de la medida, no damos por resuelta la crisis", y que en la Comisión que pretende constituir el Ministerio de Fomento entre Baleares, Canarias y el Estado para mejorar el funcionamiento del sistema "vamos a ser muy activos y participaremos contando con la colaboración de los profesionales del sector, como es la opinión de la CEAV". El Gobierno Canario ya presentó hace varias semanas ante Aviación Civil una propuesta que contiene mecanismos que contribuyen a controlar supuestos fraudes sin menoscabo de los derechos de los canarios, como la utilización del Sistema de Acreditación de Residencia Automático (SARA), que establece una conexión directa en tiempo real entre el destinatario de la subvención, el residente y el órgano de control del Ministerio de Fomento. Un gran paso adelante, en un tema en el que CEAV viene trabajando desde hace meses.

LA CHAMPAGNE y CATAI lanzan el primer paquete combinado de venta exclusiva en las agencias de viajes

La Champagne presentó, de la mano del mayorista CATAI, el primer paquete de viaje combinado para que las agen-

cias de viajes minoristas puedan ofrecerlo a sus clientes.

Tras cuatro años trabajando con el mer-

cado español y que varias agencias minoristas hayan ya enviado a sus clientes individuales, grupos y viajes de incentivos a La Champagne, finalmente se presenta este programa como novedad en el catálogo de las Escapadas Europeas 2017 del mayorista CATAI.

Con el fin de formar a las agencias de viajes se han realizado 3 seminarios los días 21, 22 y 23 de marzo en Bilbao, Barcelona y Madrid. En ellos, casi un centenar de agentes de viajes se han formado sobre los principales atractivos turísticos de la región presentados por la Directora Comercial del Patronato de Turismo de la Champagne, Elisabet Vidal, junto con los equipos comerciales de CATAI de cada ciudad.



Manuel Lopez, Intermundial, Fálvia Rodríguez, la entonces Directora General de Seguros, Eva Blasco, Vicepresidenta de Relaciones Internacionales de CEAV y Katia Estace.

Las agencias de viajes quedarán fuera de la Directiva sobre la Mediación de Seguros

La Vicepresidenta de Relaciones Internacionales de CEAV, Eva Blasco, y la gerente de CEAV, Mercedes Tejero, se reunieron con el Subdirector General de Ordenación y Mediación de Seguros, Raúl Casado, para tratar la situación en la que se encuentra la transposición de la Directiva sobre Mediación de Seguros. Uno de los puntos más destacados de la reunión, celebrada el pasado 1 de marzo,

ha sido el efecto directo de la normativa en las Agencias de Viajes. A este respecto, Eva Blasco ha informado que "tras varios años trabajando en la exención del sector de las agencias de viajes de los requisitos que exige la Directiva para la Intermediación de Seguros Turísticos, la Dirección General de Seguros ha aceptado excluir a las agencias de viajes en la transposición de la norma".

En sentido ha proseguido desvelando que "Raúl Casado nos ha informado que ya existe un Anteproyecto de ley de modificación de la ley de seguros y reaseguros en el que se excluye de su ámbito de aplicación a los seguros turísticos". Ante la decisión del Ministerio, la Vicepresidenta de Relaciones Internacionales de CEAV se ha mostrado "muy satisfecha porque el Gobierno español ha cumplido su palabra y ha eliminado los daños de esta normativa, que podría haber causado al sector."

Cabe recordar que la Directiva elaborada por Bruselas contiene una serie de obligaciones "gravosas" para las agencias distribuidoras de seguros como una póliza de responsabilidad civil para quienes actúen como intermediarias y cuya cuantía asciende a los cerca de 1,7 millones de euros. También incluye requerimientos en materia de conocimiento o de capacidad y honorabilidad. Requisitos que, desde el punto de vista de la Confederación, eran "imposibles para el sector de las agencias de viajes, ya no solo en España, sino en cualquier país de la Unión Europea".

La Audiencia Nacional niega la representatividad de FETAVE

La Sala de lo Social de la Audiencia Nacional tardó solo una semana en desestimar íntegramente la impugnación del Convenio Colectivo ya que el pasado día 8 de marzo tuvo lugar el juicio en la Sala de lo Social de la Audiencia Nacional. Tras una semana, dictó una Sentencia desestimatoria, en su totalidad, a la impugnación de FETAVE que pedía la nulidad del Convenio Colectivo del Sector de Agencias de Viajes 2016-2018.

Ese tiempo ha sido más que suficiente, por lo evidente de los datos de representatividad Sectorial de FETAVE. Se ha acreditado que el Convenio incluye tres CNAE (79.11, 79.12 y 79.90) que afectan a 5.610 empresas y a 39.322 trabajadores. FETAVE no ostenta representatividad

suficiente y utiliza Asociaciones y Empresas "amigas" no miembros de FETAVE para intentar aumentar sus cifras, intento que ha sido rechazado por la Audiencia al establecer en la Sentencia que FETAVE no puede "...olvidarse de las reglas de legitimación para la negociación de convenios colectivos, que supone un poder ex lege de actuar y afectar a las esferas jurídicas de otros". El ejemplo más claro sería el del Grupo empresarial Globalia. Este grupo está claramente enfrentado a la Confederación por la denuncia realizada por ésta sobre el caso Residentes. El mismo utilizaría a FETAVE, para temas de interés general como este del Convenio Colectivo o para defender sus intereses actuales en el caso de las bonificaciones aéreas de residentes.

La Audiencia tampoco acepta la pretensión de FETAVE de dar al Convenio Carácter Extraestatutario, al estar acreditado que CEAV ostenta suficiente representatividad para negociarlo en solitario, ya que ha acreditado representar a 3.000 Agencias de Viajes que dan empleo a 30.000 trabajadores.

FETAVE ha creado durante meses una alarma social en el Sector, que les ha sido recriminado incluso por el Ministerio Fiscal, obedeciendo, sin duda, a su frustración al no ostentar, ni siquiera la representación exigible legalmente para formar parte de la negociación, que es de un 10% de las empresas y de los trabajadores del Sector o el 15% de los trabajadores del Sector.

CEAV constata que la mejora de la economía ha influido en la demanda de viajes para esta Semana Santa

Las ventas de viajes para Semana Santa se han incrementado entre un 10% y un 15% con respecto a las contrataciones efectuadas el año pasado. Así lo indican los datos recabados por la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) entre sus asociados, que explicó el pasado 7 de abril el Presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego. Unos datos, que, para Gallego, "son muy positivos y tienen que ver con la tónica de recuperación económica de nuestro país. También con que el turista español ya no depende del dinero para elegir el destino".

El Presidente de CEAV señaló que "el primer destino para los españoles es nuestro propio país. En concreto, el 80%

de las ventas de viajes de esta Semana Santa son para destinos nacionales. Además, como la climatología va a acompañar, las zonas de playa van a estar muy concurridas, lo que va a ayudar a mejorar la ocupación hotelera". También apuntó que las estaciones de esquí que estén abiertas llegarán al 100% de su ocupación, así como las ciudades con una marcada tradición religiosa como Córdoba, Sevilla, Málaga, Valladolid, Zamora, Cartagena, Murcia y Lorca. Por otra parte, Gallego aseguró que "la España verde también ha concentrado buena parte de las reservas de este año. Hablamos del País Vasco, Galicia, Asturias y Cantabria".

Con respecto a los destinos, el Presidente

de la Confederación señaló que para esta Semana Santa las ciudades europeas con mayor demanda en las agencias de viajes han sido Berlín, Viena, París, Ámsterdam y Londres. Si bien, desveló que "Bulgaria se está poniendo de moda, ha sido un destino muy solicitado esta Semana Santa". Con respecto a la larga distancia, los lugares más solicitados han sido, de EEUU, Nueva York y Miami, y en Asia, Tailandia. Otro de los datos recabados por CEAV ha sido el coste medio del viaje. "Si el viaje es por España, el coste medio ronda los 350 euros por viajero. En cambio, para la media distancia se sitúa en 500 euros y en la larga parte de los 1.300 euros", concluyó Rafael Gallego.

Icelandair unirá con vuelos directos España e Islandia

Icelandair, aerolínea de bandera islandesa, unirá de nuevo este verano España y Reykjavik con vuelos directos. La compañía, que lleva volando de forma directa desde hace 20 años entre ambos países, sigue con su apuesta por España con vuelos directos todos los sábados entre Barcelona y Reykjavik (3 de Junio al 2 de Septiembre) y todos los miércoles y sábados entre Madrid y Reykjavik (10 de Junio al 16 de Septiembre).

A pesar de que la distancia entre ambos países no es excesiva (a penas 4h 30 m. de vuelo separan Barcelona o Madrid de Reykjavik) Icelandair emplea espaciosos Boeing 757-200 con tres clases a bordo (Economy, Economy Comfort y

Saga Class) y lleva años siendo un claro abanderado del valor del servicio a bordo a tarifas competitivas.

La aerolínea, que también une España e Islandia el resto del año vía varias ciudades europeas, mantiene una relación muy estrecha con las agencias de viaje españolas ofreciendo soporte con un equipo local dedicado.

En todos nuestros vuelos el cliente tendrá una sorpresa a bordo, será posible ver las auroras boreales con el nuevo sistema de luz instalada dentro del avión.

Acerca de Icelandair

Icelandair es una compañía aérea islandesa que nació en 1937. Actualmente



cuenta con 36 destinos en América y Europa, y su flota está compuesta por 17 Boeing B757. Los aviones de Icelandair ofrecen tres clases de servicio: Economy Class, Economy Comfort y Saga Class. La compañía cuenta con dos rutas semanales en verano desde España desde los aeropuertos de Madrid y Barcelona a Reykjavik y, durante todo el año, vuelos vía punto europeo.

W: www.icelandair.es

T: 93 217 91 42

E: icelandair@discoverspain.net

Instagram/Blog: @QueverenIslandia



CEAV y Fomento crearán una comisión de trabajo para buscar medidas concretas que eviten el fraude en las bonificaciones al transporte aéreo

El presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego; el presidente de la Agrupación Empresarial de las Agencias de Viajes de Baleares (AVIBA), Toni Abrines; el Secretario de CEAV, Eduardo García, y la Gerente de la Confederación, Mercedes Tejero, se reunieron el 27 de febrero con la Secretaria General de Transportes, Carmen Librero, para abordar la normativa de Subvención del Residente. Una reunión muy esperada por CEAV y por sus asociaciones locales de Baleares y Canarias que, tal y como explicó Gallego, "se ha cerrado con nuestra propuesta de crear una comisión de trabajo para estudiar qué medidas serían realmente efectivas contra los abusos que se están

produciendo. Algo a lo que Librero se comprometió y está previsto que la reunión, en la que se estudiarán medidas concretas como la comprobación del pago por parte del pasajero final, se produzca a la semana que viene". Rafael Gallego subrayó que, aunque ambas entidades tienen como principal objetivo la lucha contra el fraude en las bonificaciones al transporte aéreo, "la Resolución de Precios máximos no va a evitar dicho fraude. Por ello, le hemos propuesto a la Secretaria General de Transportes un nuevo aplazamiento de la resolución, que ya nos ha adelantado que no ve factible, pero seguiremos insistiendo en su necesidad".

Cabe destacar que, en esta reunión, ade-

más de a AVIBA, CEAV representaba los intereses de sus Asociaciones de Canarias (Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Santa Cruz de Tenerife y la Asociación de Agencias de Viajes de Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote).

La Confederación quiere recordar que los cambios propuestos en la Ley de Subvención de Residente tienen como objetivo luchar contra el fraude en las subvenciones aéreas mediante la limitación del importe de la subvención aplicada a los residentes en Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla. En particular, en las emitidas en los contratos corporate y con tarifa de touroperador, así como con reservas de grupos.

CRM Travel, nuevo sistema CRM dirigido a las agencias de viaje

La empresa tecnológica Travel Loop ha lanzado una plataforma online que permite almacenar y gestionar todos los contactos, proveedores, clientes y futuros clientes potenciales: CRM Travel.

Se trata de una herramienta que busca la conexión de todos los departamentos de la agencia de viajes y desde donde se pueden planificar campañas y acciones para mejorar el rendimiento de la empresa y la atención al cliente. CRM Travel centraliza toda la información, tanto los contactos como las tareas que se llevan a cabo. Posee una agenda

– calendario donde cada usuario puede ir anotando sus citas, incidencias, reuniones tanto internas como externas y se crea un sistema de avisos y notificaciones. Ayuda a la planificación de campañas comerciales ya que dispone de una gran capacidad de segmentación por clientes, por zonas geográficas, por tipo de empresa... Además de poder integrar plataformas de e-mail marketing. Genera informes personalizados que permiten tener una previsión de ventas y la trazabilidad de todas las acciones. Es una herramienta intuitiva, fácil de

utilizar y de implementar ya que es compatible tanto con Ibersystem como con otros backoffice de terceros. Además, al ser un aplicativo en la nube se puede acceder a él desde cualquier dispositivo en cualquier lugar del mundo. CRM Travel se convierte en el aliado perfecto para gestionar la relación con los clientes, proveedores y empresas.

En palabras de José Arias, CEO de Travel Loop, es "el CRM perfecto para los que buscan mejorar el servicio al cliente y optimizar sus recursos internos invirtiendo en Business Intelligence."

PRESENTACIÓN | DESAYUNO
CRM TRAVEL
BARCELONA. 25 de abril 2017 | MADRID. 26 de abril 2017

MÁS INFORMACIÓN Y REGISTRO EN:
crmtravel-eventos.travelloop.com

Plazas Limitadas Evento gratuito

La herramienta de optimización, explotación y gestión de tus contactos.



Viajar con mascota, una necesidad creciente y un gran mercado potencial para el agente de viajes

CEAV y la empresa de alimentación para mascotas PURINA ha puesto en marcha la campaña **VIAJAR JUNTOS ES MEJOR**, una iniciativa que busca promover y facilitar que los consumidores puedan viajar con sus mascotas. Así, el pasado mes de enero se dio el primer paso con la presentación en FITUR del sello **VIAJAR JUNTOS ES MEJOR**, con el que los consumidores identificarán a las agencias de viajes Pet Friendly. Es decir, a aquellas que ofrezcan una oferta vaca-

cional donde se admitan mascotas: transporte, alojamiento, ocio, etc.

En esta primera etapa el objetivo es identificar y dar a conocer a todas las agencias que están ofreciendo tanto viajes que incluyan mascotas como información y facilidades para este perfil viajero, en aumento cada año. A estas agencias, Purina les enviará de forma gratuita el SELLO VIAJAR JUNTOS ES MEJOR y pasarán a formar parte del directorio y geolocalizador de Agencias Pet Friendly de España, ubicado en su página web, con cerca de 400.000 visitas anuales.

¿Qué hay que hacer para conseguir el sello identificativo de AGENCIA PET FRIENDLY?

1. Contacta con Purina, llamando por teléfono al 902.10.20.19 de 9 a 19 h (de lunes a viernes) o bien envía un correo a: info@info.purina.es.

2. Una vez facilitada la información sobre tu agencia (nombre, dirección o qué tipo de servicios pet friendly ofreces, etc), recibirás el adhesivo identificativo de agencia Pet Friendly (GRATUITO).

3. Para finalizar, tan solo deberás enviar una foto a info@info.purina.es en la que aparezca el sello de forma visible para tus clientes, así como los datos de

contacto de la agencia. A continuación, estos datos serán incorporados en la página web de Purina www.purina.es, y de esta forma tan sencilla y sin coste alguno, tu agencia aparecerá en su geolocalizador de agencias Pet Friendly.

¿Qué ventajas aporta a la AGENCIA?

1. CONTAR con el sello identificativo de AGENCIA PET FRIENDLY.
2. Pasarás a formar parte del directorio de Agencias PET FRIENDLY que se lanzará tanto a través de la página web de CEAV como de la de PURINA, que cuenta en la actualidad con cerca de 400.000 visitas anuales.

3. Si mandas la foto de tu agencia, formarás parte del localizador de agencias Pet Friendly que estará en la página de www.purina.es y podrás llegar a viajeros de todo el territorio nacional.

Una necesidad en alza: viajar con tu mascota

En España el 43 % de los hogares tienen una mascota, un dato creciente que marca una nueva realidad: la mascota se percibe cada vez más como un miembro de la familia al que no se le quiere dejar de lado en vacaciones. En el caso de los perros, por ejemplo, según los últimos

datos oficiales ya están presentes en 4,2 millones de hogares españoles, cifra que va en aumento. Además, cada vez más, la sensibilidad hacia las mascotas se percibe por el consumidor como un valor a tener en cuenta. Hoy en día, sólo el 40% de estos propietarios viajan o pasan las vacaciones con ellas, y es un mercado potencial de gran valor.

ALGUNOS DATOS DE INTERÉS

- 32% de los hogares que tienen mascota en España decide el destino turístico dependiendo de si permite o no animales domésticos.
- 66% los propietarios de perros dicen que prefieren quedarse en hoteles Pet Friendly aunque no viajen con perros.
- 52% elegiría un destino turístico que tuviera un sello de garantía Pet Friendly.
- El 50% de los que viajan con su mascota hace unas vacaciones más cortas



por no dejar a sus mascotas en casa o con amigos durante tanto tiempo.

■ El 13% de los propietarios de mascotas no se va de vacaciones por no poder dejarlas con nadie o viajar con ellas.

Desde CEAV, junto con PURINA, se ha valorado como conveniente dar un paso

más en la innovación a través de un servicio mejor y más especializado. Esta iniciativa puede contribuir a fomentar la tenencia responsable de animales y evitar una de las principales dificultades a la hora de decidir tener una mascota: qué hacer con ella en vacaciones.



hola,

Un año más celebramos

TRAVEL NIGHT MADRID

Reserva esta fecha:

11 de Mayo de 2017

Hotel Miguel Angel

19:00 horas.

SE RUEGA CONFIRMACIÓN antes del 9 de Mayo en el correo: eventos@ceav.info

MADRID

11 Mayo

WORKSHOP

Y DESCUBRE A NUESTRA MISTERIOSA PRESENTADORA...

PAÍS ANFITRIÓN: JAPÓN



Rafael Gallego Nadal
Presidente de CEAV/CEAV President

El 2017 será el año en el que se celebre la **4ª Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes**. Este evento nació en 2013 con vocación de convertirse en foro mundial de intercambio de experiencias y problemáticas a las que nos enfrentamos las Agencias de Viajes y las Asociaciones que nos representan.

Celebradas ya tres ediciones, todas ellas exitosas tanto por el importante número de asistentes y elevado nivel de representatividad de los mismos, como por el contenido y aporte de valor de las sesiones de trabajo, podemos afirmar que la Cumbre se ha convertido en cita obligada de los principales referentes de nuestro sector, tanto a nivel nacional como internacional.

En este contexto, CEAV asume el reto de celebrar la 4ª Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes, que se celebrará en Valencia (España) del 1 al 3 de noviembre de 2017, contando con el total apoyo y soporte de las autoridades turísticas autonómicas, provinciales y locales: Agencia Valenciana de Turismo, Diputación Provincial de Valencia y Turismo Valencia; las cuales se están volcando en la organización del encuentro; como tenemos la certeza harán con la acogida y atención a los asistentes durante los días de celebración del mismo.

Los próximos meses serán de arduo trabajo para todo el equipo CEAV, junto con las autoridades turísticas valencianas, al efecto de garantizar el éxito de la Cumbre tanto a nivel de contenidos como operativo; Para aportar valor a los asistentes pero al mismo tiempo permitirles descubrir uno de los destinos turísticos de España que más está creciendo, como consecuencia -sin lugar a dudas- de sus enormes atractivos, de la amplitud de su oferta, de su excelente clima y de la calidez de sus gentes.

Nos vemos en Valencia en noviembre.

2017 will be the year in which the **4th Summit of Travel Agencies Associations** will be celebrated. This event was born in 2013 with the aim of becoming a global forum to share experiences and problems faced by us as Travel Agencies and our representative Associations.

Three editions have already been successfully held, thanks to the large number of the participating Associations and their high level of representativeness, as well as to the working sessions' content and value. For these reasons, we can proudly state that the Summit has become an essential event for the leaders of our sector, at both national and international level.

In this context, CEAV takes up the challenge of celebrating the 4th Summit of Travel Agencies Associations, which will take place in Valencia (Spain) from 1st to 3rd of November 2017. We have the full support of the Regional and Local Tourist Authorities: Agencia Valenciana de Turismo, Diputación Provincial de Valencia and Turismo Valencia, which are doing their utmost to organize the meeting. We are completely sure that they will do so also next November welcoming and lavishing on the participants during the celebration of the event.

The coming months are expected to be months of hard work for the whole CEAV team, together with the Valencian Tourist Authorities, in order to ensure the success of the Summit at both content and operational level; to provide participants with value but, at the same time, allow them to discover one of the Spain fastest-growing tourist destinations as a consequence of its large number of tourist attractions and offer, its varied tourist proposal, its wonderful weather and the warmth of its people.

See you in Valencia in November.

4TH SUMMIT of TRAVEL AGENCIES ASSOCIATIONS Valencia · 1-3 November 2017



PROGRAMA PROVISIONAL

Nos complace detallarles un primer esbozo del programa en el que estamos trabajando para preparar la próxima Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes, que tendrá lugar del 1 al 3 de Noviembre en Valencia, España.

En los espacios fuera del tiempo dedicado al tiempo profesional se organizarán excursiones y visitas para los participantes por la ciudad de Valencia y alrededores.

MIÉRCOLES, 01 DE NOVIEMBRE

Llegada de los asistentes a Valencia. A lo largo del día tendrán lugar diversas actividades, aún por determinar. La Ceremonia de Apertura y la Cena - Coctel a las 20.00 horas.

JUEVES, 02 DE NOVIEMBRE

Por la mañana tendrá lugar el encuentro profesional hasta las 17.30 horas. Con Cena y con "Swon Cooking".

VIERNES, 03 DE NOVIEMBRE

Encuentro en las sede principal de 10.00 a 14.00 horas. Se realizará un almuerzo especial para disfrutar de la gastronomía local con Un Taller de Paellas.

Después del mismo, los asistentes tendrán la tarde libre y para la clausura del SUMMIT asistiremos a la Cena de Gala.



QATAR AIRWAYS sorprende a la industria con el lanzamiento mundial de su nueva Clase Business Q-Suite

Qatar Airways dio a conocer el pasado 8 de marzo su nueva experiencia de Clase Business en una multitudinaria ceremonia exclusiva en la ITB de Berlín que congregó a más de 200 medios de comunicación internacionales, representantes del sector de viajes e invitados VIP.



Con una asistencia de más de 7.000 visitantes, la ITB de Berlín fue la plataforma perfecta para presentar el nuevo diseño de asientos, amenity kits y pijamas de lujo, una nueva y refinada vajilla y cubertería, y un menú renovado.

El CEO de Qatar Airways, el Sr. Akbar Al Baker declaró: "Este nuevo producto que ofrecemos, una mejora sin precedentes de nuestra ya galardonada Clase Business, desafiará las reglas y las expectativas de la industria. Verdaderamente se trata del futuro de los viajes Premium y estoy encantado con la reacción de nuestros viajeros, los medios de comunicación y la industria. En este, nuestro vigésimo aniversario, estoy orgulloso de seguir liderando la industria en términos de innovación y ambición para asegurar que continuamos ofreciendo a

nuestros pasajeros el mejor producto y servicio".

La exclusiva **family-suite** fue la gran atracción para los invitados que querían experimentar la opción de viajar con sus seres queridos en un entorno social que nunca antes se había ofrecido a familias. QSuite cuenta con la primera cama doble en Clase Business.

Por su parte, Su Excelencia el jeque Saoud Bin Abdulrahman Al-Thani, Embajador del Estado de Qatar en Alemania, comentó: "Ésta es una presentación de primera categoría de un producto de primer nivel y me siento honrado de estar presente en esta ocasión trascendental. La nueva experiencia de "Primera en Clase Business" que ofrece Qatar Airways mantiene perfectamente la repu-

tación de compañía premiada con la "Mejor Clase Business del Mundo" y ofrece un nuevo nivel de confort para los viajes Premium, lo que nos hace sentir muy orgullosos de este logro".

Además de presentar la primera cama doble disponible en Clase Business de toda la industria, el nuevo diseño del asiento cuenta con paneles de privacidad que separan y permiten a los pasajeros de asientos contiguos crear su propia habitación. Los paneles regulables y los monitores de televisión móviles en el centro de los cuatro asientos permiten a amigos, compañeros o familiares viajar juntos y transformar el espacio en una suite privada, para poder trabajar, comer o socializarse. Estas nuevas características proporcionan la mejor experiencia de viaje personalizada, permitiendo al



pasajero crear un ambiente privado y adecuado a sus necesidades.

Cada asiento está elaborado a mano con detalles minuciosos y de lujo: cuero italiano cosido a mano y terminaciones en rosa satinado y dorado, otorgando un nivel de lujo, privacidad y estilo sin precedentes a la nueva Clase Business de Qatar Airways. Para complementar más allá la experiencia de asiento a bordo personalizada que los pasajeros disfrutarán, Qatar Airways también ha lanzado un nuevo concepto en comida y bebida, introduciendo un menú que ofrece diferentes opciones. Junto con el actual servicio de 'Menú a la carta', la nueva clase Business ofrecerá ahora una selección de menú de aperitivos "para compartir" disponibles durante todo el vuelo, permitiendo a los viajeros disfrutar de su comida a 35.000 pies de altura convirtiéndolo en una experiencia social. Un servicio de despertador y desayuno express también estará disponible para aquellos que quieran dormir un poco más, haciendo uso también de la opción de 'No molestar' disponible en la puerta de la QSuite privada.

Recientemente se ha anunciado la asociación con The White Company, que suministrará pijamas de algodón en exclusiva. También la marca de equipajes BRIC's proveerá los nuevos amenity

kitscon productos procedentes de Italia, de la firma Castello Monte VibianoVecchio, completando esta experiencia renovada a bordo de la Clase Business.

Reconocido por los viajeros de todo el mundo por ofrecer una extraordinaria experiencia al cliente Premium, y haciendo honor a su reconocimiento como la "Mejor Clase Business del Mundo", galardón otorgado por Skytrax en 2016, Qatar Airways seguirá deleitando a los pasajeros con una serie de toques especiales y mejoras adicionales de servicio, incluyendo una nueva y elegante vajilla y cubertería, un mobiliario suntuoso y confortable y ropa de cama de lujo.

Qatar Airways también ha lanzado la nueva interfaz de nueva generación Oryx One, su galardonado sistema de entretenimiento a bordo. La interfaz de Oryx One ha sido rediseñada para que sea de más fácil navegación y el viajero pueda elegir hasta 3.000 opciones de entretenimiento -más que en cualquier otra aerolínea. La interfaz de nueva generación ha evolucionado a raíz de la rápida madurez de los medios online y presenta películas, juegos y un menú especial para niños en un formato que se hace inmediatamente familiar y revolucionario para los pasajeros a bordo.

El Sr. Al Baker también ha anunciado que a partir de este verano, Qatar Airways

comenzará a ofrecer una mejor conectividad a bordo para dispositivos móviles, y tiene previsto anunciar más novedades en las próximas semanas y meses.

Este servicio exclusivo se presenta en un momento en el que la compañía celebra 20 años de operaciones, marcando dos décadas de crecimiento, liderazgo e innovación. El nuevo concepto QSuite se implementará en la flota actual de Qatar Airways a partir de junio de 2017, a un ritmo estimado de una aeronave por mes. Conocida por ser una aerolínea innovadora, Qatar Airways es la compañía aérea de bandera del Estado de Qatar, una de las compañías de más rápido crecimiento y con una flota más jóvenes del mundo, con 195 aviones que vuelan a más de 150 destinos clave de negocios y de ocio a través de seis continentes. Qatar Airways opera en España dos vuelos diarios desde Madrid y Barcelona a más de 150 destinos a través de su hub, el Hamad International Airport en Doha.



Para más información

www.qatarairways.es



AERTICKET
El consolidador para profesionales

CAMBIO DE PERSPECTIVA.

Cockpit – El nuevo mundo de reservas de AERTICKET

Ven a descubrirlo ya en www.aerticket.es



**Matilde Asián González,
Secretaria de Estado de Turismo**

Matilde Pastora Asián González, actualmente secretaria de Estado de Turismo. Fue Diputada por Las Palmas en las X, XI y XII Legislaturas. Inspectora de Hacienda del Estado. Auditora de cuentas y censora Jurada de Cuentas. Master de Alta Dirección Instituto Bravo Murillo.

Ha ejercido diversos cargos públicos en Canarias, entre los que destacan los de presidenta de la Zona Especial de Canarias y viceconsejera de Economía y Asuntos Económicos de la Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Canarias. Ha sido profesora asociada a tiempo parcial de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Entrevista a Matilde Asián,
Secretaria de Estado de Turismo

“El auge de la tecnología es imparable y la única forma de hacer frente a ese cambio con garantía de éxito es la innovación”

En estos últimos años, España está batiendo todos los récords en lo referente a llegadas de turistas debido a un triple motivo: nuestros múltiples atractivos, la calidad y madurez de nuestros servicios y la coyuntura internacional, con problemas en algunos de nuestros tradicionales competidores. ¿Cuáles son los retos que se ha planteado en su nuevo cargo?

El sector turístico ha demostrado ser la industria más dinámica en el proceso de recuperación económica, y el año 2016 ha sido un ejemplo de que España es una potencia turística. Hemos batido el récord de visitantes superando los 70 millones por primera vez en la historia. Además, esos turistas han gastado 77.625 millones de euros y el gasto diario se ha situado por encima de los 1.000 euros. Una vez conseguido el éxito, lo que nos toca es mantenernos. Estamos trabajando en nuevos productos para atraer a clientes con una mayor predisposición al gasto. Además, tenemos un recorrido muy grande con nuevos mercados que están empezando a descubrir España.

Una de las palabras que más utiliza es la de innovación. ¿En qué direcciones hemos de innovar?

En el contexto actual, el auge de la tecnología es imparable y la única forma de hacer frente a ese cambio con garantía de éxito es la innovación.

Podemos entender la innovación como el proceso de generación de valor a partir de la transformación de lo que hacemos en ámbitos como los modelos de negocio, los canales de distribución, la experiencia de cliente, la estrategia de marca o el desarrollo de productos. Y los campos en los que se desarrolla esa innovación en el sector turístico son muchos: el entorno móvil, nuevas estrategias de fidelización y retención del cliente, los territorios y destinos inteligentes, el Big Data aplicado al conocimiento del cliente... hay que utilizar la herramienta Big Data para conocer el tipo de búsquedas que realizan nuestros potenciales clientes con antelación, de modo que la oferta tenga tiempo suficiente para reaccionar y orientar sus productos hacia lo que sus clientes están buscando. De esta forma, su aplicación nos permitirá ofrecer productos turísticos en España que se adaptarán a la demanda de nuestros potenciales visitantes.

Desde hace varias décadas se viene debatiendo entre si debemos seguir creciendo en la cantidad de turistas o debemos incidir en el aspecto cualitativo, aumentando el gasto por turista. ¿Cuál es su posición al respecto?

El crecimiento de una actividad económica lo determinan sus niveles de ingresos, el volumen de su producción y el bienestar que aporta en términos de volumen y calidad del empleo. No hay que olvidar que el turismo es una actividad finalista y su objetivo es la generación de



riqueza para el país que lo recibe, y por tanto bienestar económico para sus residentes. Por tanto, hay que considerar, como referencias básicas del funcionamiento del turismo, los ingresos por turista y día, los ingresos totales, el crecimiento del PIB y el empleo. Y nuestra apuesta es la de incrementar el gasto de los que nos visitan mejorando los diferentes productos turísticos. Una de las líneas estratégicas con las que trabaja el ministerio para mantener nuestros niveles de excelencia y calidad turística es la creación y comercialización de nuevas categorías de producto que contribuyan a lograr la desestacionalización, la diversificación geográfica (aumentar el turismo hacia las ciudades y zonas de interior) y la diversificación motivacional. El objetivo es continuar diversificando la dependencia del sol y playa mediante la creación de nuevos productos. Se trata, en definitiva, de promover un turismo ligado a experiencias que puedan disfrutarse durante todo el año y en todo el territorio nacional: turismo cultural, de compras,

”...nuestra apuesta es la de incrementar el gasto de los que nos visitan mejorando los diferentes productos turísticos.”

de negocios, de congresos, deportivo, gastronómico, enológico, etc.

También se ha cuestionado el modelo de sol y playa, que por otra parte sigue siendo el más importante para nuestro país. Me imagino que como canaria está convencida de que no hay que dudar en ningún momento del mismo.

Es evidente que España, como acabamos de comentar, tiene que ofrecer nuevos productos, pero no podemos olvidar que los destinos de playa gozan ya de un significativo prestigio internacional, especialmente entre los mercados europeos, por lo que es importante continuar prestando servicios de calidad y potenciar la renovación de esos destinos pioneros para mejorar su competitividad y rentabilidad. En este sentido, es fundamental la colaboración público-privada. Se observa que el sector privado tiene interés en renovar la red de alojamientos y todos los establecimientos turísticos en sentido amplio. Desde el sector público hay que acompañar este interés, porque de nada sirve que el sector privado haga un esfuerzo y tenga, por ejemplo, un buen equipamiento de ocio en una localidad, y luego la carretera esté mal asfaltada, las farolas estén rotas, los contenedores de basura sobrecargados... El sector público debe acompañar al sector privado en esta reconversión.

¿Se ven las cosas distintas desde el archipiélago que desde la península?

Distintas, no. Todos somos personas y eso nos une. Todos queremos lo mismo. Tener una vida con oportunidades, que nuestros hijos tengan un futuro mejor que el nuestro, cuidar a nuestra familia y a nuestro entorno... pero sí, verdaderamente, el vivir en un archipiélago marca. Tiene un problema de conectividad. Si vives en un archipiélago es diferente a si vives en un territorio continuado, pero la verdad es que en las Islas Canarias se vive bien. Tratando de mejorar todas las deficiencias que actualmente tenemos.

Respecto al sector turístico en concreto, en Canarias sabemos mucho de turismo, pero en otros sitios también. En España, que es el país líder mundial en competitividad turística, hay muchas personas expertas en la materia.

Una de las reivindicaciones históricas del sector es tener un Ministerio de Turismo. ¿Se pueden defender igual sus intereses desde una Secretaría General?

Turismo no es una secretaría general, sino una secretaría de Estado, que tiene mayor rango. En cualquier caso, y afortunadamente, tenemos un ministerio, el Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, y un ministro excelente.

Nos puede señalar alguna de las recomendaciones que les hace a las Comunidades Autónomas en materia de turismo, ya que las competencias están transferidas.

La primera recomendación, como órgano que tiene la competencia de planificación de la actividad económica, es poner el acento en la importancia que en materia turística tiene la colaboración y la coordinación. Debemos tener unas normas turísticas que estén perfectamente armonizadas en todo el territorio nacional.

¿Cómo se presenta el 2017 y que políticas va a desarrollar?

Este ministerio dispone de una estrategia de marketing fruto de un profundo estudio de los países emisores. Este estudio nos lleva a la conclusión de que en los países tradicionalmente emisores hay un segmento de población que hemos denominado cosmopolita y que está definido por dos elementos: un alto poder adquisitivo y una propensión mayor al gasto y por crear tendencia. Estos dos aspectos hacen que sean para nosotros un objetivo.

En cuanto a otros países, países emergentes en los que España aún no es tan conocida, también elaboramos una estrategia basada en la mayor conectividad y una política de comunicación vinculada a la marca España.

Y desde su punto de vista ¿cuál es el papel que deben jugar las agencias de viajes?

Las agencias de viajes tienen un papel fundamental. Lo han tenido tradicionalmente y lo seguirán teniendo siempre, porque representan una asistencia a todas las personas que quieren conocer más y mejor los aspectos de su viaje. Indudablemente, el hacer un viaje a través de una agencia supone una garantía de calidad y resultado. Las agencias son un apoyo fundamental para el viajero.

”Indudablemente, el hacer un viaje a través de una agencia supone una garantía de calidad y resultado. Las agencias son un apoyo fundamental para el viajero.”

Como máxima responsable política de turismo, es lógico que sus objetivos sean aumentar las cifras año tras año en lo que a turismo receptivo se refiere. Pero es evidente que también existe el turismo emisor que en estos últimos años ha sufrido mucho con motivo de la crisis y parece que se está recuperando poco a poco. ¿Ve con buenos ojos que los españoles viajen al extranjero y conozcan bien el mundo?

Cómo no. Los españoles siempre hemos sido un pueblo al que le ha gustado mucho conocer el exterior. Y, además, conociendo el exterior, también valoras más tu propio país. Viajar permite conocer otras culturas, otras condiciones de vida y aporta una gran sensibilidad sociológica.

Muchas gracias



València

BARCELONA BIRMINGHAM COPENHAGUE GLASGOW HAMBURGO NÁPOLES

MÁS CONECTADA QUE NUNCA

Vuelos directos a
60 destinos internacionales y 17 en España esta primavera-verano.

24 NUEVAS CONEXIONES CON **RYANAIR** (COPENHAGUE, CRACOVIA, CRAIOVA, GLASGOW, HAMBURGO, LANZAROTE, MALTA, MARRAKECH, MARSELLA, NÁPOLES, SANTANDER, SEVILLA Y VARSOVIA MODLIN), **EASYJET** (HAMBURGO, LONDRES LUTON Y TOULOUSE), **VUELING** (BARCELONA Y ORÁN), **MONARCH** (BIRMINGHAM), **TRANSAVIA** (ROTTERDAM), **FLY ONE** (CHISINAU), **BLUE AIR** (IASI), **VOLOTEA** (SANTANDER) Y **IBERIA/AIR NOSTRUM** (BARCELONA Y VIGO)

Consulta en tu agencia de viajes

VLC FLY VALENCIA
WWW.VISITVALENCIA.COM

AJUNTAMENT DE VALÈNCIA
ÀREA DE DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC SOSTENIBLE
REGIDORIA DE TURISME

México Colonial:

joyas del barroco por doquier

nido la oportunidad de hacerlo, empezando por la capital del país.

En la doble página anterior: La catedral de Zacatecas iluminada al atardecer

CDMX

La Ciudad de México, anteriormente conocida como Distrito Federal, es conjuntamente con la Zona Metropolitana una de las mayores aglomeraciones urbanas del mundo y la más grande de América y del mundo hispanoparlante con una población de más de 21 millones de habitantes.

El 29 de enero de 2016, se promulgó y publicó el decreto de reforma constitucional por la que el Distrito Federal dejaba de existir para convertirse, a partir del día siguiente, en una entidad con plena autonomía dentro de la federación bajo el nombre de Ciudad de México; continuando conservando el carácter de capital de la República y siguiendo albergando los poderes de la unión.

La macrourbe ocupa en la actualidad una extensión colosal y acoge día a día constantes y masivas migraciones de habitantes del resto del país. Su centro neurálgico es la Plaza de la Constitución conocida popularmente como el Zócalo. Desde la época prehistórica ha sido escenario de todo tipo de manifestaciones políticas y culturales y alberga una variedad de edificios, símbolos del poder estatal y eclesiástico, construidos en diferentes estilos arquitectónicos a lo largo de diversas épocas. Junto a uno de los ángulos de la plaza, las excavaciones del Templo Mayor, han sacado a la luz, algunos de los tesoros sin profanar de una época esplendorosa.

En la época prehispánica, la hoy Plaza de la Constitución, fue espacio abierto del centro ceremonial principal de la ciudad de México-Tenochtitlan, capital Azteca que se desarrolló en 1325 a 1521, última fecha en que fue destruida una de las culturas más sobresalientes de América.

Al definir los españoles conquistadores la nueva traza para construir la capital de Nueva España, este lugar se tomó como punto de partida asignándole dimensiones mayores de las que hoy tiene, que variaron con el tiempo y que al concluirse las edificaciones que hoy la enmarcan, se conformó como una de las plazas mayores del mundo con 240 metros por lado.

El nombre popular con el que también se la conoce es el de Zócalo, porque en el centro de la plaza se construyó un basamento o zócalo para sostener un monumento dedicado a la independencia, que no fue realizado y cuyo proyecto quedó paralizado desde el año 1843 hasta 1920.

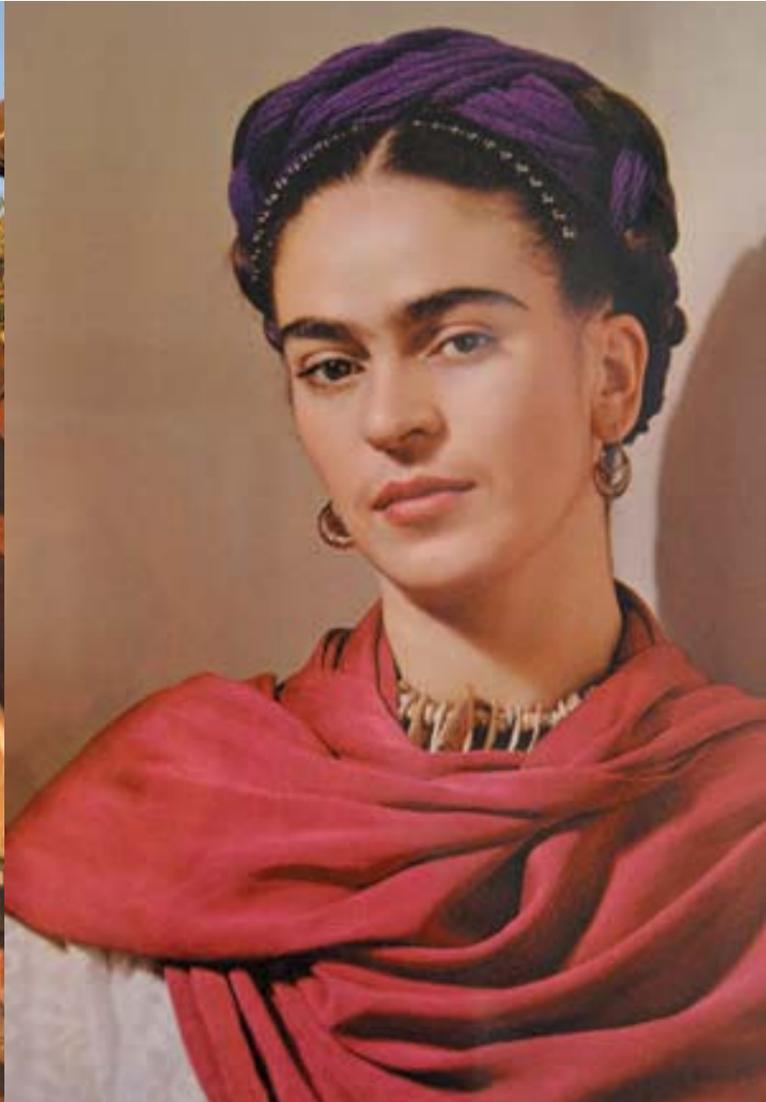
El Palacio Nacional es el recinto oficial del Poder Ejecutivo Federal encabezado por el Presidente de la República Mexicana. Ocupa el lado oriental de la Plaza de la Constitución. Después de consumada la conquista de México por los españoles, en el año 1522 con el primer reparto de lotes para la reconstrucción de la ciudad, se designó el lugar

En estas páginas: Centro de Guanajuato.



Si queremos resumir los tres puntos fuertes del turismo mexicano deberíamos mencionar a grandes rasgos: playas, restos arqueológicos prehispánicos y ciudades coloniales. Un recorrido por San Miguel de Allende, Guanajuato, Zacatecas y Puebla constituye un regalo para los sentidos en general y para la vista en particular.

Debo reconocer que mi pasión por la arqueología había provocado que siempre que había tenido la ocasión de viajar a México me decantara por visitar algunos de los enclaves precolombinos más espectaculares del país, como es el caso de Teotihuacán, Tula, Palenque, Ezná, Uxmal, Chichén Itzá, Tulum, etc. Y siempre me quedaba el deseo de regresar para disfrutar de algunas de sus ciudades coloniales. Los nombres de Zacatecas, Puebla, Guanajuato o San Miguel de Allende resonaban poderosamente en mi mente a medida que se iba acrecentando mi deseo de visitarlas, recorrerlas y por supuesto, fotografiarlas. Recientemente he te-



Varios detalles de la Plaza de la Constitución al lado del retrato de Frida Kahlo

para edificar la residencia de la capitania general de Nueva España. El sitio señalado fue donde estaban las llamadas Casas Nuevas de Moctezuma II, el noveno emperador mexicano quien en el año 1520 tuvo el primer encuentro con Hernán Cortes.

En los muros de las escaleras principales se encuentra representada la historia de México pintada por Diego Rivera, quien con su visión y sensibilidad artística plasmó las facetas importantes de la vida indígena precolombina, de la época virreinal y la independiente de México, hasta la revolución mexicana iniciada en el año 1910.

Otro de los atractivos del Palacio Nacional es el Recinto de Homenaje a Don Benito Juárez que ocupa las habitaciones del lado norte, donde vivió los últimos 5 años de su vida antes de su fallecimiento en 1872. Comprende 4 salas donde se exhiben objetos de uso personal del presidente Juárez y de su familia, el mobiliario, una biblioteca donde se conservan diversos documentos y más de 180 pinturas de personajes históricos.

Catedral Metropolitana

Localizada en el norte de la Plaza de la Constitución, la catedral metropolitana es una obra maestra donde se conjugan varios estilos arquitectónicos. Sus primeros basamentos datan del

año 1524 y fueron dedicados a la Asunción de la Virgen. Al principio era una pequeña capilla que poco a poco fue adquiriendo importancia. En el año 1536, por Cédula Real, se autorizó su edificación y no fue hasta el año 1567 cuando el arquitecto Claudio de Arciniega hizo los planos para la primera Iglesia de Nueva España, cuya nueva cimentación se inició en el año 1573.

La actual Catedral de México es la más grande de la América Católica y la más antigua del continente, ya que la de Santo Domingo, en la República Dominicana está en una isla. El interior contiene bellísimos altares y retablos, como el altar del Perdón y el Coro que fueron reconstruidos a causa de un incendio, así como los órganos.

El Sagrario Metropolitano es la iglesia que está justo a la derecha de la Catedral y fue construida entre los años 1749 y 1768. Su fachada es una muestra del llamado barroco mexicano.

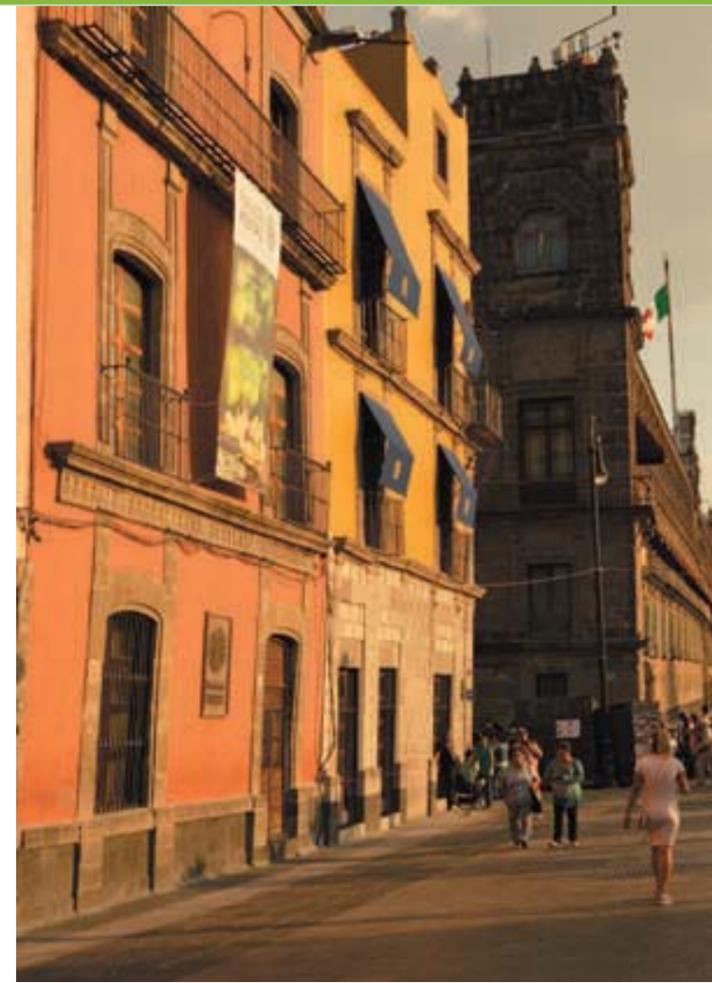
México-Tenochtitlan fue una ciudad lacustre en toda su extensión. Se encontraba asentada en un islote de un gran lago que era fuente de riqueza para la agricultura al utilizarse sus aguas para el riego. Se aprovechó también para defenderse de los enemigos y para alimentarse. De ahí surgió la práctica de la navegación. Sólo había tres calzadas que unían el centro de la ciudad con tierra firme que, junto con canales y acequias eran los caminos

o vías de comunicación para las relaciones de unos pueblos con otros. Para ello utilizaban canoas o acalis.

Con la nueva traza de la ciudad hispana después de consumada la conquista, se conservaron algunos canales y acequias para continuar trayendo los productos agrícolas de otras poblaciones; así que con el crecimiento de la nueva metrópoli, la Acequia Real se preservó hasta los primeros años del siglo XIX.

Nunca me canso de visitar el espectacular Museo de Antropología cuando paso por la capital pero esta vez me decanté por acercarme al Museo Frida Kahlo situado en la calle de Londres 247, en uno de los barrios más antiguos y bellos de la urbe como es el centro de Coyoacán. El inmueble perteneció a la familia Kahlo desde 1904 y cuatro años después de la muerte de la pintora, en 1958, fue convertida en museo.

El padre de Frida, Guillermo Kahlo, húngaro-alemán de nacimiento, había construido en 1904 la casa con un patio central rodeado por las habitaciones y con el exterior afrancesado. Fueron Diego Rivera y Frida quienes, más tarde, le dieron un estilo muy particular y, al mismo tiempo, le imprimieron a través de los colores y la decoración popular, su admiración por los pueblos de México". Durante los años posteriores, la propiedad sufrió una serie de modificaciones acordes a los gustos de la pareja.





En 1937 se realizó la adquisición de lo que hoy es el jardín y en 1946 Diego Rivera decidió construir un estudio para Frida. La Casa Museo permite a los visitantes descubrir la profunda relación que existe entre Frida, sus pinturas y su hogar. Entre lo más destacado se encuentran las camas, de día y de noche, que utilizó Frida para pintar mientras se encontraba inmovilizada de la columna debido al terrible accidente que tuvo. Muchos de sus cuadros fueron inspirados por este y por el sufrimiento que vivió después de varias cirugías reconstructivas.

La cocina de la casa ha sido preservada en el mismo estado que cuando la utilizaba la pintora. A pesar de que en la época en que vivieron Frida y Diego ya se usaba el gas en las cocinas, a Frida le gustaba preparar las comidas de una forma más tradicional, con cocina a base de leña. Entre las obras más famosas que se encuentran en el museo están Viva la vida y Frida y la cesárea.

En vida, Rivera le pidió a Dolores Olmedo que cuando él y Frida murieran convirtiera la casa en museo, dejando todo abierto al público con excepción de un baño, el cual podrían abrir quince años después de su deceso. Esos años se convirtieron en cincuenta y al abrir el espacio descubrieron miles de documentos, fotos, vestidos, libros y juguetes, que se exhiben en un inmueble contiguo.

El centro histórico de Coyoacán es uno de los barrios intelectuales y bohemios de la capital mexicana. Numerosos personajes públicos como artistas, intelectuales y políticos han tenido su residencia aquí.

San Miguel de Allende

Dejando la Ciudad de México en dirección noroeste y tras 247 kilómetros de recorrido llegamos a San Miguel de Allende, localidad inscrita en la lista del Patrimonio de la Humanidad bajo el título de Villa Protectora de San Miguel el Grande y Santuario de Jesús Nazareno de Atotonilco, distinción otorgada debido a su aporte cultural y arquitectónico al barroco mexicano y a su importancia en la lucha de Independencia de México frente a España. La ciudad fue fundada en 1542 por el monje franciscano Fray Juan de San Miguel, quien bautizó el asentamiento como San Miguel el Grande. Era un punto de paso importante del Antiguo Camino Real, parte de la ruta de plata que se conectaba con Zacatecas.

Durante la década de 1950, San Miguel de Allende se convirtió en un lugar turístico conocido por su bella arquitectura colonial y sus fuentes termales y tras la Segunda Guerra Mundial comenzó a revivir sus atractivos turísticos cuando muchos soldados norteamericanos fuera de servicio descubrieron que los servicios educativos de instituciones de EEUU acreditaban al Instituto Allende, fundado en 1950, por lo que se garantizaba la educación de su familia, por lo que empezaron a pasar largas



temporadas en esta ciudad.

San Miguel cuenta con numerosas iglesias católicas con fachadas hermosas de cantera, pero la más espectacular, la Parroquia de San Miguel Arcángel, Convertida en el símbolo de la ciudad; esta interesante mole de cantera rosa, fue construida en el siglo XVIII con una portada en estilo barroco. Hacia 1880 se le sobrepuso la nueva fachada neogótica, realizada por el maestro Ceferrino Gutiérrez, en la que sorprende la genial disposición de arcos ojivales, columnas y nichos con esculturas estilizadas. El interior del templo, de planta de cruz latina y decorado al estilo neoclásico, conserva algunos lienzos con temas religiosos.

Guanajuato: entre las minas de plata y su festival cervantino

Guanajuato es la capital del estado del mismo nombre y posee una población que ronda los 172.000 habitantes. Su historia se remonta a la época precolombina cuando en sus primeros años se llamaba Mo-o-ti por los chichimecas, que significa "lugar de metales". Posteriormente los aztecas le dieron el nombre de Paxtitlan, que en castellano significa "lugar de la paja".

Durante la época colonial alcanzó un gran desarrollo debido a la explotación de sus yacimientos de oro y plata. A comienzos del siglo XIX fue escenario de una de los más destacados triunfos insurgentes, la toma de la Alhóndiga de Granaditas por el ejército de Miguel Hidalgo y la masacre de la guardia virreinal y los civiles españoles refugiados en ella.

A mediados del siglo XVI, los españoles explo-

Imágenes de San Miguel de Allende.



taron ricos yacimientos de plata en las colinas de Guanaxhuata en el México central. En el año de 1541 el virrey Antonio de Mendoza otorgó estas tierras a Rodrigo Vázquez, en recompensa por los servicios prestados durante la conquista. El establecimiento de esta ciudad que llegó a convertirse en una de las más importantes de la Nueva

España, se debió al descubrimiento del mineral de plata en lo que fueron posteriormente las minas de San Bernabé y Rayas a partir de 1548. En 1570 se fundó legalmente el pueblo de Santa Fe de Guanajuato.

Ya en el siglo XVIII, Guanajuato se había convertido en el centro de extracción de plata más importante del mundo entero y los impresionantes edificios barrocos como la Basílica Colegiata de Nuestra Señora de Guanajuato, el Templo de San Roque y la Alhóndiga de Granaditas reflejaban su riqueza.

Las iglesias de La Compañía (1745-1765) y La Valenciana (1765-1788) se consideran obras maestras del estilo Churrigueresco mexicano. Fue en este periodo cuando se establecieron los jesuitas en la ciudad con la intención de crear un colegio que sería la base de lo que ahora es la Universidad de Guanajuato.

La ciudad y sus minas colindantes fueron declaradas Patrimonio de la Humanidad con el nombre de "Ciudad Histórica de Guanajuato y Minas Adyacentes" en el año de 1988 por la UNESCO, debido a que su arquitectura representa el pasado colonial y la riqueza minera de la región, que le valió ser una de las ciudades más importantes en la Nueva España durante la época colonial, además de jugar un papel fundamental en la historia de la independencia del país.

El centro de la ciudad actual es la Plaza de la Paz, también llamada Plaza Mayor. Desde la época colonial las familias más acaudaladas construyeron sus casas en esta zona, al igual que varios edificios administrativos y la Basílica. Además se encuentran varias casonas y locales comerciales que en su tiempo fueron las mansiones de las familias pertenecientes a la nobleza, entre las que destacan la del Conde de Rul, la de los Condes de Gálvez y la de los condes de los Chico. La mansión del Conde de Rul fue construida al final del siglo XVIII y en ella se hospedó Alexander von Humboldt en 1803.

La Basílica Colegiata de Nuestra Señora de Guanajuato es la iglesia principal de la ciudad y fue construida entre 1671 y 1696, en estilo barroco mexicano, pero cuenta con elementos populares de donaciones hechas por mineros que demuestran la influencia de la riqueza de la nobleza minera. El altar está dedicado a nuestra Señora de Guanajuato, patrona de la ciudad, cuya escultura se muestra en el centro.

La Alhóndiga de Granaditas abarca una manzana entera, construida originalmente como almacén de granos con capacidad de almacenamiento de

hasta un año para proteger la ciudad contra las hambrunas como la ocurrida en 1783. Pero en Guanajuato vale la pena callejear y sorprenderse por rincones coloristas capaces de complementar las múltiples actividades culturales en la ciudad cuyo punto álgido es el Festival Cervantino.

El Festival Internacional Cervantino, popularmente conocido como «El Cervantino», se realiza desde 1972 y nació cuando aún se representaban en las plazas los entremeses de Miguel de Cervantes, llevados a escena por el maestro Enrique Ruelas Espinosa. Fue entonces cuando se incluyeron más actividades artísticas a las representaciones tradicionales para reforzar su dimensión internacional. Desde entonces ha crecido hasta convertirse en uno de los cuatro mayores festivales de su género en el mundo. La ciudad de Guanajuato posee una vasta cultura que se ha desarrollado desde la época de la Colonia.

La riqueza producida por la explotación de las minas durante el periodo colonial dio inicio a la tradición de los teatros y otros eventos culturales para satisfacer los deseos de las clases media y alta. Se hizo tradición que la ciudad auspiciara recitales, puestas teatrales y de danza, no solamente en los teatros, sino también en muchas plazas pequeñas. Enrique Ruelas Espinosa, profesor de la Universidad de Guanajuato, inició en 1953 un espectáculo teatral titulado Los entremeses de Miguel de Cervantes Saavedra.

En 1972 fundó el Coloquio Cervantino, simposio que se realizó entre junio y septiembre como ex-

tensión de la actividad teatral dedicada al autor de El Quijote, lo que sirvió como referente para nombrar al festival en honor del escritor. La tradición de Los entremeses guanajuatenses sobresalió sobre cualquier otro motivo para que la ciudad fuera seleccionada como sede. De esta manera se consolidó la idea para que se llevara a cabo el primer evento internacional en 1972, con espectáculos de catorce países, México incluido. El festival llamó rápidamente la atención de personajes renombrados como Isabel II de Inglaterra y el príncipe Felipe, duque de Edimburgo, quienes asistieron en 1975. En 1976, la Secretaría de Educación Pública, el Estado de Guanajuato, la ciudad homónima y la Universidad de Guanajuato establecieron, por decreto, la creación de un comité organizador encargado de invitar a los artistas, tanto mexicanos como extranjeros. Algunos de los primeros en ser invitados fueron Mario Moreno Cantinflas y Dolores del Río. En 1978, Juan Carlos I de Borbón y Sofía asistieron como invitados de honor. En la década de los ochenta, el Festival contó con la participación de Mercedes Sosa, la Orquesta Filarmónica de Nueva York, Joan Baez, Gilbert Bécaud y el Teatro Bolshói, entre otros.

En 1989 la UNESCO declaró a la ciudad de Guanajuato Patrimonio Cultural de la Humanidad, lo que permitió la restauración de la mayor parte de su arquitectura tanto colonial como la del siglo XIX, incluyendo los teatros. Guanajuato fue declarada "Capital Cervantina de América" en el 2005 y la edición de 2011 convocó a 2800 artistas de

Guanajuato destaca tanto por el colorido de sus iglesias como por el de las fachadas de algunas de sus casas.





El estado de Jalisco es uno de los que posee una mayor personalidad que va desde pequeños pueblos como Tequila hasta zonas tranquilas como la laguna de Chapala, pasando, lógicamente, por su capital: Guadalajara.

veintinueve países, en una variedad de géneros desde la música clásica y la música folk hasta la música techno, así como teatro al aire libre, exposiciones, piezas teatrales recientes y otras obras del siglo pasado, compuestas por escritores de renombre. Los espectáculos se realizan en los cuarenta y nueve teatros, las plazas y los otros lugares afines de la ciudad.

Guadalajara en un llano...

La urbe más poblada del estado de Jalisco es la segunda megalópolis más poblada de México con un millón y medio de habitantes que junto a sus municipios adyacentes alcanza los cuatro millones y medio.

Su centro urbano presenta las formas arquitectónicas de la colonia, producto de corrientes arquitectónicas francesas y españolas que durante la fundación de Guadalajara resplandecían en el continente europeo y que de manera paralela dejaron influencia en la ciudad. En el centro histórico se puede apreciar el más puro ejemplo de arquitectura neoclásica comenzando con la catedral metropolitana, el teatro Degollado y edificios a los alrededores. El centro histórico alberga edificios coloniales



de carácter religioso y civil, que destacan por su trascendencia arquitectónica e histórica, y constituyen una rica mezcla de estilos cuya raíz se halla en aportaciones culturales indígenas, principalmente de origen ute, incorporadas a lo mozarabe y lo castizo, y posteriormente en influencias europeas modernas, principalmente francesas e italianas, y otras procedentes de Estados Unidos.

Durante el Porfiriato el estilo francés invadió la ciudad debido a la pasión del entonces presidente Porfirio Díaz por estas corrientes, mientras que también arquitectos italianos fueron los encargados de dar forma a las estructuras neogóticas que se levantan en la ciudad. El paso del tiempo dejó plasmadas diversas corrientes que pasan desde el barroco, al churrigueresco, el neogótico y el neoclásico más puro.

Guadalajara cuenta decenas de edificaciones de carácter religioso, teniendo 24 construcciones de mayor importancia en el municipio, entre las cuales se puede considerar como de mayor importancia a la Catedral construida entre los años 1561 a 1618 en estilo neoclásico aunque sus características torres neogóticas datan de 1824 y sustituyen a las que derribara el temblor de 1813.

La laguna de Chapala y la población de Tequila

Este embalse natural es el más grande de la República Mexicana y la principal fuente de abastecimiento de agua potable de la Zona Metropolitana de Guadalajara, ya que aporta el 60% del agua que llega a la ciudad. En la época prehispánica llegaron desde hasta aquí procedentes de Aztlán varias familias fundando los primeros asentamientos llamando al lago Chimaloacán que significa región donde se usa el chimalli o escudo. Sus habitantes eran Tecuexes descendientes de los tol-

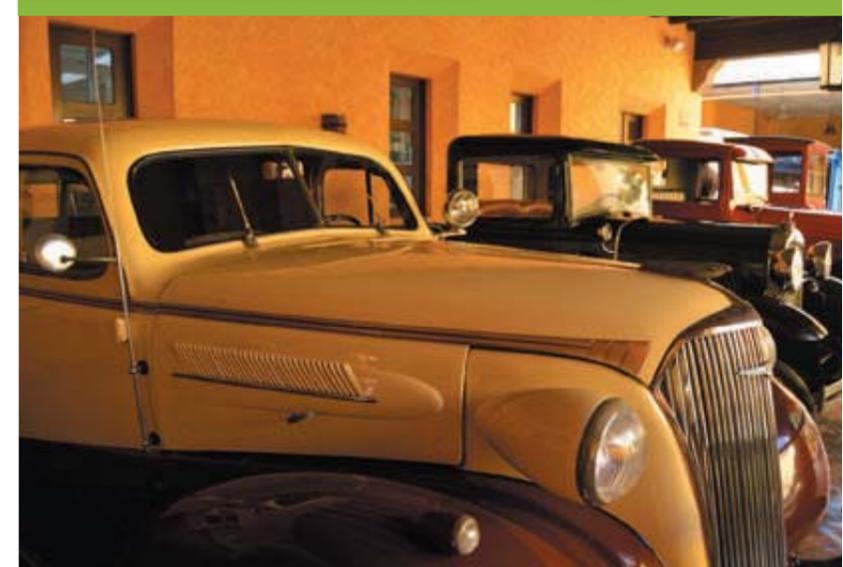
tecas y que se regían bajo el señorío de Tonalán. Según la tradición, un caudillo llamado Chapa alentó a los habitantes a fundar Chapala, que en ese entonces se llamaba Chapatla o Chapatlán.

El turismo se estableció en el siglo XIX cuando se ofrecían viajes en tren desde Ocotlán y paseos en barcos a vapor por la ribera del lago. Cuando el presidente Porfirio Díaz visitó Chapala, el turismo creció exponencialmente. Pero no fue hasta los años cincuenta cuando el embalse encontró un buen desarrollo para el turismo en la región, habiéndose desarrollado hasta la fecha colonias de retiro canadienses y estadounidenses.

El municipio de Tequila debe su nombre a la palabra náhuatl Tekilan que significa Lugar de los trabajadores. Sus primitivos pobladores fueron chichimecas, otomíes, toltecas y nahuatlacas. La principal actividad económica de esta ciudad es la producción del popular destilado alcohólico homónimo. Desde sus inicios, la producción de tequila en la región ha sido reconocido internacionalmente.

El tequila se elabora a partir de la fermentación y destilado, al igual que el mezcal, del jugo extraído del agave, en particular el llamado agave azul, Agave tequilana, con denominación de origen en cinco estados de la República Mexicana Guanajuato, Michoacán, Nayarit, Tamaulipas y por supuesto en todo el estado de Jalisco ya que en los tres primeros solo se puede producir en algunos municipios, los fronterizos a Jalisco. Es probablemente la bebida más conocida y representativa de México en el mundo.

La pureza de un tequila consiste en estar hecho completamente a partir del agave. Cuando un tequila no señala en su etiqueta que es 100% de agave es un tequila mixto. Esto significa que una proporción del azúcar obtenida del agave se mezcló con otros azúcares durante su elaboración. Durante muchos años existió en México una norma que permitía



que los tequilas tuvieran un mínimo de 51% de agave y un máximo de 49% de otros azúcares. Desde hace algún tiempo, sin embargo, la norma exige que para ser llamado tequila debe ser al menos 60% agave. En los tequilas mixtos, el agave se mezcla con jarabe de maíz o de caña de azúcar.

Existen 10 casas tequileras que se consideran las más importantes de México tanto por su antigüedad, volumen de producción e importancia en el mercado, cuya lista está encabezada por Tequila

Cuervo, que muestra la elaboración en Mundo Cuervo en la propia localidad de Tequila, en la destilería más antigua de América, La Rojeña y que acaba de inaugurar un hotel a muy pocos metros de la misma, El Solar de las Ánimas.

La fundación de la destilería se remonta a la época de la colonia. Carlos IV concedió licencia en 1795 para la elaboración de "vino de mezcal", como se llamaba entonces, a José María Guadalupe Cuervo. Su padre, José Antonio de Cuervo, había comprado previamente, en 1758, la Hacienda Cuisillos en la que se encontraba una destilería. Desde entonces se ha producido una sucesión ininterrumpida ligada a la familia Cuervo de producción de tequila.

Zacatecas, la bien iluminada

Fundada en septiembre de 1546 a partir del descubrimiento de las ricas minas de plata por Juan de Tolosa, la ciudad de Zacatecas dio gracias a su riqueza mineral fuertes ingresos a la Corona

también al declive de la minería cuando el despoblamiento de la ciudad fue más notorio.

Su centro histórico se reconoce por su preservación y conservación de edificios históricos, catalogados por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, debido a su traza urbana, riqueza arquitectónica y su historia. Sus monumentos representativos son la Catedral de Zacatecas, considerada uno de los tesoros coloniales más valiosos del país, por su trabajo arquitectónico en cantera labrada, cuyo colorido exterior cambia del rosa pálido al naranja quemado, según la posición del sol. Zacatecas se considera, después de la Ciudad de México, la segunda ciudad con más museos del país, de los cuales destacan el Pedro Coronel, con piezas de arte de Grecia, China, Japón, Italia, países de África y Oceanía y pinturas de Dalí, Miró, Picasso, etc; y el Rafael Coronel que cuenta con la mayor colección de máscaras en el mundo.

La estructura urbana que tiene Zacatecas, en apariencia sin traza ni planeación, se debe a varios factores entre ellos, a la actividad económica que

lo que pasear por sus calles constituye un auténtico placer. Las razones por las cuales el Centro Histórico de Zacatecas fue agregado en 1993 al registro de Patrimonio Mundial por la UNESCO se relacionan con sus elementos culturales, sus numerosas fachadas barrocas y su proyección armónica. En esta última, diferentes elementos ornamentales indígenas se mezclan con adornos europeos.

Heroica Ciudad de Puebla de Zaragoza

Volvemos sobre nuestros pasos hacia el sur para descubrir otro centro histórico catalogado como Patrimonio Cultural de la Humanidad. La Heroica Ciudad de Puebla de Zaragoza fue fundada el 16 de abril de 1531 como Puebla de Ángeles y construida de acuerdo con los planes del obispo Julián Garcés, estratégicamente localizada entre la Ciudad de México y el puerto de Veracruz.

Alberga algunas de las muestras más importantes de arquitectura civil y colonial, que abarcan

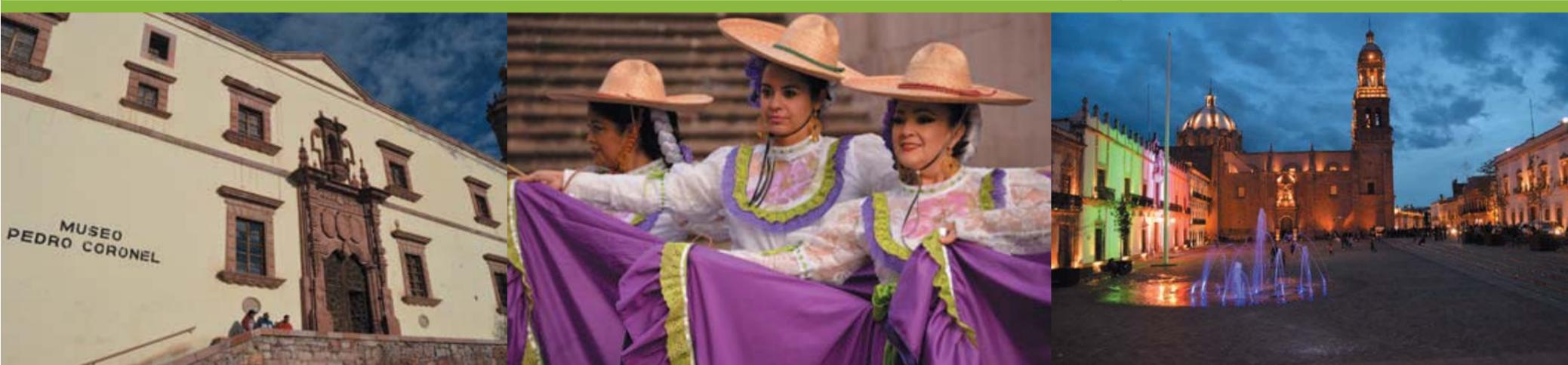


En recuerdo de ello, el escudo concedido por Carlos V a la ciudad consiste en una iglesia de cinco torres sostenida por dos ángeles.

Las formas arquitectónicas de la colonia son producto de corrientes arquitectónicas francesas y españolas que durante la fundación de Puebla resplandecían en el continente europeo y que de manera paralela dejaron su influencia al otro lado del Atlántico. En el centro histórico se puede apreciar el más puro ejemplo de arquitectura barroca y neoclásica comenzando con la catedral, el teatro principal, el palacio municipal y algunos de los edificios de los alrededores.

El centro histórico alberga edificios coloniales de carácter religioso y civil que destacan por su trascendencia arquitectónica e histórica, y constituyen una rica mezcla de estilos cuya raíz se halla en aportaciones culturales españolas y mestizas, principalmente en iglesias, y posteriormente en influencias europeas y orientales, principalmente francesas, alemanas y árabes.

Durante el período conocido como Porfiriato, el estilo francés invadió la ciudad debido a la pasión del entonces presidente Porfirio Díaz por estas corrientes, cuando diversos arquitectos galos fueron los encargados de dar forma a las estructuras que se levantan en la urbe. El paso del tiempo dejó



La ciudad de Zacatecas debe su prosperidad histórica a sus ricas minas de plata. Hoy la ciudad se presenta magníficamente iluminada al atardecer.

Española, lo que hizo posible que recibiera el título de Ciudad de Nuestra Señora de los Zacatecas. Ostenta los títulos de Muy Noble y Muy Leal Ciudad de Zacatecas, otorgado por el rey Felipe II en San Lorenzo de El Escorial. Gracias a su posición estratégica y a los beneficios de su extracción de plata, la ciudad llegó a ser considerada la segunda ciudad más importante de la Nueva España y a principios del siglo XX, la ciudad fue escenario de la que se considera la batalla más importante de la Revolución mexicana: la toma de Zacatecas, librada el 23 de junio de 1914, cuando las fuerzas de Francisco "Pancho" Villa tomaron la ciudad en un día combatiendo contra el ejército de Victoriano Huerta y en buena medida definieron el destino del país. La ciudad se quedó tras la Revolución con la mitad de los habitantes que tenía; el censo de población de 1910 indicaba que había 25.900; el siguiente, de 1920, señalaba que se tenían 15.462, aunado

se desarrolló apoyada en la minería, y a las circunstancias topográficas. Ambas fueron determinantes para que la población se estableciera en un lugar preciso. Los primeros pobladores fueron agrupando sus casas de manera desordenada, cerca de las áreas de trabajo, en los bordes del arroyo, en las faldas de los cerros: de la Bufo, del Grillo, de la Carnicería, de los Remedios y en las lomas circundantes, que tomaban sus nombres dependiendo de la mina, hacienda o referencia cercana.

Actualmente, el centro de la ciudad tiene como eje principal la Avenida Hidalgo, que lo recorre de sur a norte y que es considerada por algunos como una de las más bellas del país, tanto por sus edificios virreinales, como por las plazas y casonas que se le agregaron más tarde, sobre todo en épocas de Porfirio Díaz. Hay que reconocer que si bien Zacatecas aparece radiante durante el día, está magníficamente iluminada durante la noche,

épocas desde el renacimiento hasta el barroco y neoclásico. Su centro histórico aún conserva mucha arquitectura colonial española. Varios de los edificios más antiguos fueron gravemente dañados tras el terremoto de 1999, la mayoría de los cuales ya fueron reparados.

La necesidad de una ruta comercial más corta entre la Ciudad de México y Veracruz, así como el creciente número de españoles marginados del sistema de encomiendas, hizo que se comenzara a plantear la creación de una ciudad alejada de los asentamientos indígenas, y dedicada al descanso y comercio de españoles. Aunque posteriormente fue elevada al rango de ciudad, se le sigue llamando Puebla hasta la actualidad.

La leyenda dice que los ángeles bajaron en sueños a Julián Garcés, primer obispo de Tlaxcala, y le señalaron el lugar donde debía fundar la nueva población española en el valle Poblano-Tlaxcalteca.

MÉXICO COLONIAL



plasmadas diversas corrientes que van desde el barroco, al churrigueresco, neogótico, art nouveau, renacentista y el neoclásico más puro. Varios estilos y técnicas como la barroca, renacentista y la arquitectura clásica están representados aquí en más de 5.000 edificios, lo que la convierte en la segunda ciudad con más edificios y monumentos históricos de Latinoamérica solo después de Cuzco, Perú.

El centro histórico está lleno de iglesias, monasterios, palacios, etc, todo hecho en piedra de cantera gris, ladrillo rojo y decorado con azulejos multicolores. Puebla es también considerada como la "cuna del barroco mexicano", tanto en la arquitectura, en las artes decorativas y constituye una de las cinco ciudades virreinales más importantes de México. De todos los edificios virreinales, el más impresionante es la propia Catedral de Puebla,

que presume de ser la más grande de Latinoamérica en su base, cuyo estilo es el neoclásico.

La impresionante Capilla del Rosario está localizada en la Iglesia de Santo Domingo y fue construida entre 1650 y 1690, llena de simbolismo con imágenes y elementos que son representativos del barroco de la Nueva España. Contiene tres temas importantes para la Iglesia: los misterios del rosario, las virtudes de la misma y la Virgen del Rosario.

Cholula, a cuatro pasos de Puebla

Cholula oficialmente Cholula de Rivadavia y a veces llamada San Pedro Cholula, se encuentra prácticamente conurbada con Puebla y se localiza en el asentamiento de la antigua ciudad prehispánica de Cholula, de la que recibe del nombre.

El sitio que actualmente ocupa la ciudad muestra indicios de ocupación humana por lo menos desde el Preclásico medio mesoamericano (s. XII-IV aC.), lo que representa una ocupación continua desde hace más de 30 siglos. La antigua Cholollan fue un importante centro ceremonial de Mesoamérica, manteniéndose como el lugar de iniciación de sacerdotes y personalidades de diversas culturas hasta la gran matanza de cholulteca, cuando Hernán Cortés, ayudado por guerreros tlaxcaltecas, durante seis días en octubre de 1519 cometió genocidio sobre la población y varios días de matanza fueron suficientes para aniquilar a la población civil, dignatarios y oficiales. Se afirma que tantos fueron los muertos que las calzadas y patios de los altares se tiñeron de rojo, corriendo la sangre como si fuera un día de lluvia. En la época colonial llegaron

a construirse en el valle cholulteca más de un centenar de iglesias.

Campeche, cañones junto al mar

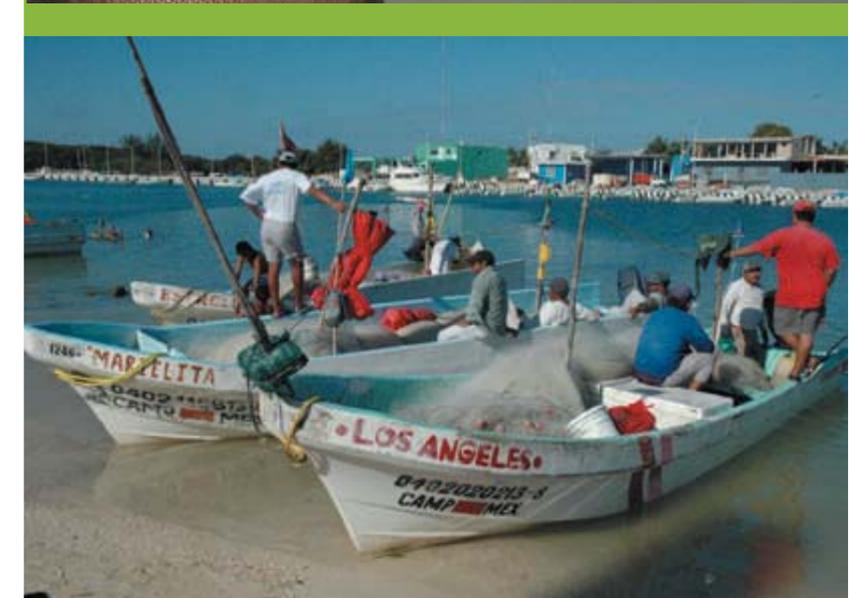
Hace algo más de tres siglos, cuando los piratas solían merodear frente a las costas de la península de Yucatán, el ingeniero militar Martín de la Torre escribió al rey de España proponiéndole proteger su puerto principal, Campeche, con una cadena de fuertes y bastiones. La propuesta tuvo y se construyeron una serie de fuertes bautizados con el nombre de diversos santos: Santiago, Pedro, Francisco, Juan, Carlos y, por si acaso, Nuestra Señora de la Soledad. Cuando por fin terminaron las obras, los piratas ya casi habían dejado de constituir una amenaza.

Campeche quedó marcada para siempre como una de las dos únicas ciudades amuralladas, junto a Cartagena de Indias en Colombia, construidas por los españoles en América. Si bien las murallas han sido ya demolidas en su mayor parte, aún quedan muchos fuertes como atracción turística, además de un centro histórico colonial capaz de dejar boquiabierto al viajero y declarado por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad.

El modo más sencillo de recorrerla es seguir a pie la ruta de los bastiones, un hexágono irregular que separa el Centro Histórico del resto de la ciudad. El recinto amurallado original tenía cuatro entradas principales de las que sólo quedan dos: la imponente Puerta de la Tierra, de 1732, donde se exhibe una colección de cañones, dibujos y fotografías antiguas, y la Puerta del Mar, reconstruida en los años 50. El tramo entre los fuertes San Juan y San Pedro da una idea aproximada de cómo se vivía en el casco viejo.

La catedral de Campeche fue fundada el 4 de octubre de 1540 por Don Francisco de Montego y León y terminada de construir en el año de 1705 después de varias modificaciones cuando recibió la consagración como parroquia por parte del obispo de Yucatán. Fue en 1760 y 1850 cuando tuvo sus dos torres: "la española" y la "campechana". La parroquia ascendió a la categoría de catedral en 1895 al crearse el obispado de Campeche.

En el cerro de Bellavista, conocido también como "de las tres piedras", se alza el Fuerte de San Miguel, que servía de protección a las baterías de costa de san Matías y de san Lucas. Es la fortaleza de mayor dimensión en comparación con todas las que se construyeron y tenía la función de proteger la costa de sotavento del poblado, siendo, además, el principal reducto fortificado extramuros de la ciudad. Contaba con las baterías de protección de San Luis y San Fernando, colocadas a orillas del mar. En su interior se encuentra el museo de cultura maya con una exposición de figuras y objetos de los principales sitios



Al pie del volcán, Cholula representa el contrapunto a la monumentalidad de la ciudad de Puebla de Zaragoza.



En la página anterior:

Campeche llama la atención por sus fuertes y bastiones junto al mar.

A la derecha: Uno de los pueblos con más encanto del sur de México es Izamal, utilizado en varias ocasiones como un decorado de película.

arqueológicos del estado.

En 1565 se construyó la Iglesia de San Román, como ermita en honor de San Román Mártir, concluyéndose su construcción en los años de 1570-1580. La venerada imagen del Cristo Negro, que acoge en su interior, arribó a Campeche en el año de 1566 siendo objeto de gran veneración por los fieles.

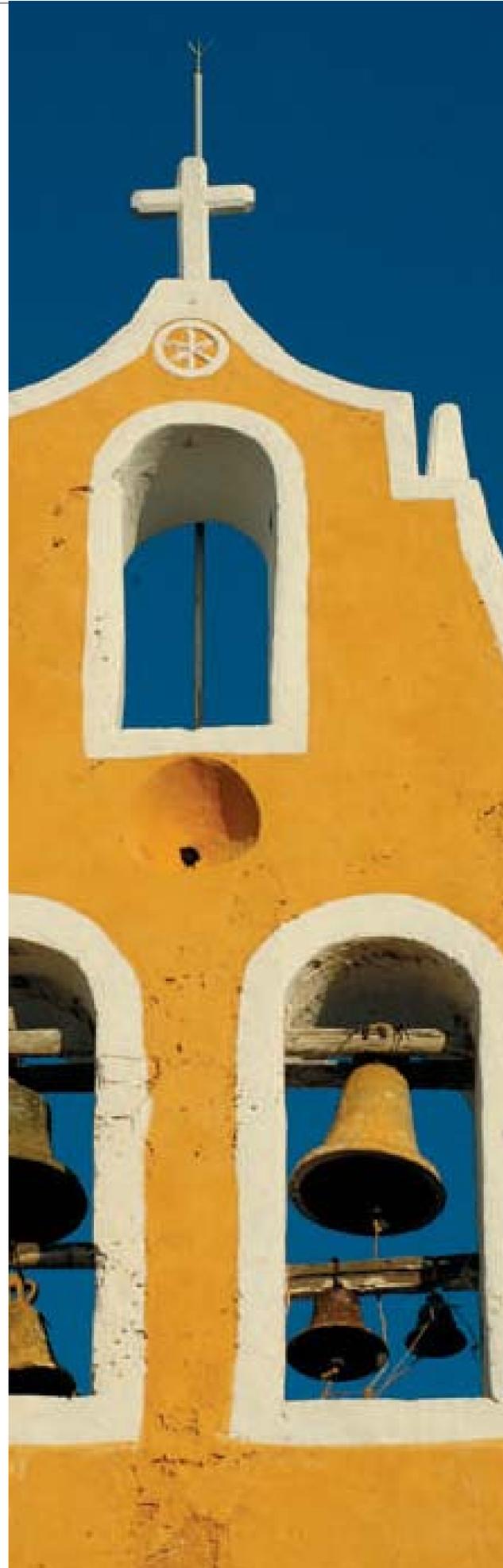
Izamal, convento franciscano sobre restos mayas

Finalizaremos nuestra ruta en Izamal, la que fuera en su día un enorme centro ceremonial maya. Dicen que es más antigua que Chichén y Uxmal. Se han encontrado y catalogado alrededor de 80 estructuras prehispánicas dentro de la traza de la ciudad siendo una de las más importantes la pirámide Kinich Kak Moo, que es la tercera estructura prehispánica de mayor volumen en México. Fue con las piedras labradas de estos edificios que los españoles construyeron el enorme convento franciscano, que tiene el atrio cerrado más grande de América Latina.

Hoy en día, Izamal es una ciudad tranquila. Casi todos los edificios están pintados de amarillo, lo que le da un sabor único. El enorme convento con sus 75 arcos no es la excepción. En la plaza se pueden encontrar numerosas calesas y victorias, que son el medio de transporte de gran número de izamaleños y que ofrecen a los visitantes una forma diferente y divertida de dar un paseo por la ciudad. El convento de San Francisco es sin duda uno de los mejores conjuntos conventuales más impresionantes del siglo XVI en todo México.

El convento franciscano de San Antonio en Izamal está construido sobre una gigantesca plataforma Maya, en la que se elevaba el edificio prehispánico que sirvió con sus materiales para levantar el convento. Esta plataforma supera el nivel de los techos, por lo que se tiene una vista panorámica completa, sólo interrumpida por la gran pirámide, de Izamal o Itzamna. La mole del templo es espectacular y nos lleva en la imaginación a los castillos medievales. El muro testero, los contrafuertes botareles y las escaleras posteriores forman una escenografía única. San Antonio de Izamal fue construido por el célebre y controvertido obispo fray Diego de Landa en 1549. Su arquitecto fue fray Juan de Mérida, soldado convertido en fraile.

Hemos tenido la oportunidad de realizar un recorrido por algunas de las ciudades y pueblos coloniales más espectaculares de México, pero quedan muchos más, ya que este no es un país de un solo viaje. Su gran extensión, sus restos arqueológicos, sus ciudades coloniales y sus playas bien merecen más de una visita.



Resistir es también poder reflexionar - Otro nuevo Mundo - La estrategia tiene el arte de crear poder - Vientos de cola favorables - Factor competitivo diferencial - Objetivos ambiciosos y factibles

Martín Sarrate

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

Tendríamos que reflexionar entre tener planes y tener estrategia. Siempre los planes nos dirigen a conseguir unas metas, articulando una serie de procesos. En la estrategia hay que enfrentarse a otras personas y mantener el poder y evidentemente conseguir los objetivos marcados, y con unos planteamientos rigurosamente estudiados.

A veces parecemos como los más débiles delante de nuestros proveedores y de unos nuevos actores que aparecen en nuestro Sector, para conectar directamente con los clientes y consumidores y siempre con la obsesión de y objetivo de saltarse a las Agencias de Viajes como canal de distribución, en esta cadena de valor que le aportamos a nuestros clientes. Y me gustaría referirme a la historia de cómo David, aparentemente más débil, pudo a Goliat, que era más fuerte.

Y podemos sacar nuestras conclusiones, de que tenemos un concepto del servicio mucho más acentuado y primordial con mucha más adaptación a todos los cambios y con mucha más rapidez y agilidad. Seguro que si logramos estar cada vez más unidos, lograremos con nuestra estrategia vencer a actores que aparentemente puedan parecer más poderosos.

Muy importante que podamos contar con aliados en esta estrategia, como es la innovación y tenemos que conseguir más soportes de alianzas en nuestro Sector para poder superar los retos que tenemos y conseguir nuestros objetivos.

El orden y la consistencia en las acciones exigen planes detallados, estructuras estables y sistemas de control que sean capaces de detectar desviaciones y debemos de asignar responsabilidades de una forma clara, mientras que la innovación requiere una total flexibilidad.

También tenemos que poner de relieve nuestra capacidad de adaptación y de controlar toda una serie de imprevistos del día a día y que son intrínsecos en nuestra profesión y que garantizamos al máximo todas las soluciones a nuestro alcance.

Las empresas intentamos huir de la mediocridad, cuando hace de la innovación y de la emprendeduría una manera de hacer de las personas en las empresas y de estas en

la sociedad, a veces la innovación no es de fácil aplicación, pero en un Sector como el nuestro, sin adaptación, sin diferenciación y sin la creación de valores añadidos para nuestros clientes, será difícil sobrevivir.

En el año 2016 hemos batido el record de turistas con un total de 75,6 millones, que representa un incremento del 10,3% y que Cataluña lidera como primera destinación con 18 millones de visitantes, pero los indicadores reflejan que se ha producido una bajada del 3,2 % del ingreso medio por turista, que pasa de 742 euros a 718 euros, por causa de la estancia media.

El Turismo seguirá creciendo por varios motivos como: nuestra seguridad, nuestra competitividad, nuestros productos y marcas, etc. y en consecuencia se generara más empleos. El hecho más importante a nuestra recuperación es el repunte del consumo privado, motivado por la disminución del temor a perder el puesto de trabajo.

Asimismo debemos de apostar por un turismo de calidad, y que sea asumible socialmente por los ciudadanos y que logremos sensibilizarles de los beneficios que pueden producir en todos los entornos para que sea sostenible. Debemos de coordinar una buena gestión público-privada para gestionar bien los recursos y que no se produzca un rechazo global y debemos de fomentar una buena convivencia entre turistas y residentes, para incrementar nuestra calidad turística.

El Turismo de calidad tiene que generar una riqueza, que pueda ser repartida de forma razonable y equitativa para todo el mundo. El Turismo de calidad debe de ser asumible socialmente y sobre todo para el inevitable impacto en el entorno donde se desarrolla la actividad y que sea moderado y equilibrado sobre los beneficios que se produzcan en ese entorno. El turismo de calidad tiene que ser sostenible en el medio ambiente y con el objetivo de unas buenas alianzas público-privadas para poder conseguirlos.

Y me gustaría terminar con una cita de Michael Leboeuf, profesor de Dirección Empresarial de la Universidad de Orleans, que dice: "UN CLIENTE SATISFECHO ES LA MEJOR ESTRATEGIA DE TODOS LOS NEGOCIOS "

WE



VOLAR
FÁCIL

RESERVAR PARA TUS CLIENTES AHORA ES **MÁS FÁCIL**

- **Flexibilización** de las condiciones en la tarifa Basic.
- **Eliminación de la restricción i/v** de todas las rutas para la tarifa Optima a través de GDS.
- **Formación continua** del personal de Soporte Agencias.
- **Nuevo sistema** de gestión de reclamaciones vía telefónica.
- **Mejora del periodo de respuesta** en la solicitud de reserva de grupos.
- **Mostrador para grupos** en el aeropuerto de Barcelona.
- **Web de agencia** mejorada.
- **Blog exclusivo** para agencias de viajes.
- **Acuerdos interline** con American Airlines, British Airways, Qatar Airways, Royal Jordanian, Latam Airlines, Cathay Pacific y Dragonair.



Enrique Sarasola, Presidente y Fundador de Room Mate Hotels y BeMate.com

Un emprendedor nato, uno de los líderes del sector hotelero en nuestro país, y su carrera como jinete aglutina uno de los mejores palmarés de la historia de la hípica española.

Fundó la cadena Room Mate Hotels. Un nuevo concepto de hotel. Actualmente Room Mate Hotels dispone de 30 establecimientos en diversas ciudades de América y Europa.

En 2014 Kike Sarasola da un paso más y crea un nuevo concepto de alojamiento: BeMate.com, una comunidad que pone en contacto a viajeros, propietarios de viviendas turísticas y hoteles. En 2015 fue galardonado con la Medalla al Mérito Turístico otorgada por el Consejo de Ministros. En 2016 comienza el rodaje de ESTE HOTEL ES UN INFIERNO.

Entrevista a Enrique Sarasola, Presidente y Fundador de Room Mate Hotels y BeMate.com

“Nuestro objetivo es estar en las grandes ciudades de Estados Unidos y Europa”

Enrique Sarasola Marulanda ha sido cuatro veces campeón de España de hípica, medalla de bronce en el Campeonato Europeo de Concurso Completo de 2001 y tres veces diploma olímpico en Barcelona, Atlanta y Sidney.

Como empresario, es Presidente y Fundador de Room Mate Hotels y BeMate.com. En el año 2015 le otorgaron la Medalla al Mérito Turístico a la Innovación, además de haber recibido múltiples premios y reconocimientos por su actividad como hotelero.

El hecho de haber sido un deportista de élite y el carácter competitivo que implica, ¿Le sirve en su actividad empresarial?

Si, es una experiencia muy valiosa que me sirve en muchas facetas de mi vida. Cuando era jinete, vi lo importante que era levantarse tras cada caída, eso lo he llevado a la faceta empresarial. Es importante no rendirse y no aceptar un no por respuesta, buscar otra manera de hacer las cosas. Por otro lado, cuando eres deportista de élite tus objetivos los haces a cuatro años vista, que es cuando tienen lugar los Juegos Olímpicos, y eso es algo que también hemos integrado en Room Mate Hotels: nuestros objetivos los miramos con cuatro años de previsión.

¿Qué recuerda de aquella época tan relacionada con la hípica?

Fue una época muy bonita, muy apasionante, con mucho trabajo detrás. La recuerdo con mucho cariño, tengo grandes momentos grabados en mi retina y conservo muchos amigos de entonces.

¿Y por qué se decidió por los hoteles?

Yo quería ser empresario, y tras un viaje con mi marido Carlos Marrero (hoy Vicepresidente de Room Mate Hotels) a Nueva York, en el que nos alojamos en un hotel lejos del centro y caro, al que sólo fuimos a dormir, desayunar y ducharnos, volvimos a Madrid y pensamos: no hay ninguna cadena hotelera que tenga hoteles en el centro de la ciudad, a un precio asequible y con un diseño vanguardista. Y así es como comenzamos con Gorka Atorrasagasti, nuestro amigo, con el primer hotel de la cadena, Room Mate Mario, en pleno centro de Madrid.

Hoteles con su sello especial. ¿Intenta evitar los errores de los demás, o prevalece la creatividad?

Desde luego, Room Mate Hotels es una cadena en la que prevalece la creatividad, pero también nos gusta fijarnos en los aciertos de los demás y repetirlos. No tenemos problemas en copiar o en que nos copien, porque eso significa que lo estamos haciendo bien.

¿Hay todavía mucho que innovar en hotelería?

Mucho, muchísimo. Hay que poner al cliente en el centro de todo. Nosotros introdujimos servicios como el desayuno hasta las 12, el WiFi gratis en el hotel y, luego, en toda la ciudad con el servicio WiMate, un minirouter al que puedes conectar hasta cinco dispositivos y tienes 100MB diarios gratis. Pero no paramos de pensar en servicios que puedan hacer mejor la experiencia del cliente.



“...Room Mate Hotels es una cadena en la que prevalece la creatividad, pero también nos gusta fijarnos en los aciertos de los demás y repetirlos.”

En España, por ejemplo, estamos muy relajados, nos hemos convertido en una potencia turística pero no nos damos cuenta que mucho de esto es porque nuestra competencia lo está pasando mal. ¿Qué pasará cuando nuestra competencia se recupere? Que vendrán las vacas flacas: tenemos que pensar en el cliente, reformar hoteles, destinos...

Location, location and location?

¡And location! Estamos en los centros de las grandes ciudades: Piazza del Duomo en Milán, Paseo de Gracia en Barcelona, Times Square en NY... Buscamos edificios especiales, que transmitan, y les damos nuestro toque. Hace poco lanzamos Room Mate Playa, es nuestra apuesta por el negocio de playa, no puedo decir dónde será nuestra primera localización, pero espero poder contarlo pronto.

¿Y cuál es la habitación ideal?

Aquella que esté hecha pensando por y para el cliente, para que tenga una estancia memorable.

¿Innovación, diseño y servicio?

Todo a la vez es posible, ¡Lo hemos demostrado en Room Mate Hotels! Nuestro letemotiv es: el “NO” no existe, y lo aplicamos en todas las áreas de negocio.

¿Nos puede explicar la evolución de room-mate hotels y sus objetivos a cuatro años?

Nuestro objetivo es estar en las principales ciudades de Estados Unidos y Europa: Londres, París, Roma, Berlín, San Francisco, Los Ángeles, Chicago... y seguir cumpliendo las expectativas de los clientes, visita tras visita.

¿Hoteles o apartamentos?

Ambos, no son excluyentes, depende del viaje, de con quién viajas...

¿Y por qué, también apartamentos?

Porque hay un tipo de viajero al que le gusta estar en apartamentos, es una opción más que proponemos. Si es una necesidad del cliente, nosotros queremos estar ahí para ofrecérsela.

Háblenos de BeMate.com

BeMate.com son apartamentos con servicios de hotel, son apartamentos que cumplen unos criterios, que nosotros hemos revisado, y que ofrecemos para su alquiler. Tenemos una figura que es la del CityMate, un conserje que ayuda a los viajeros con todo lo que necesitan: *check in*, servicios extra, recomendaciones de la ciudad... No queremos dejar a los viajeros solos sin ayuda, queremos estar a su lado para todo lo que puedan necesitar.

¿Siempre en grandes ciudades?

De momento, sí, acaba de abrir en Londres, París, Palma de Mallorca y Granada, pero seguirá creciendo. Está ya en 12 ciudades de toda Europa.

¿Le gustaría añadir alguna cosa más?

Por mi parte, daros las gracias por vuestro interés en hacerme esta entrevista ¡Ha sido todo un placer!

Room Mate
HOTELS

BE MATE
.COM

Kyoto, Nara y Takayama:

esencia de las tradiciones del Japón



Texto: Román Hereter





La ciudad de Kyoto constituye el corazón cultural y espiritual del país. La antigua ciudad es la que mantiene la tradición más arraigada. Capital histórica y religiosa, acoge en su casco urbano más de seiscientos templos budistas y trescientos santuarios sintoístas. Kioto fue la capital de Japón desde 794 hasta el desplazamiento del gobierno a Tokio en 1868, cuando tuvo lugar la Restauración Meiji. Su visita puede realizarse con la vecina Nara y la montañosa Takayama.

En Kyoto destaca el Palacio Imperial cuyos edificios son relativamente recientes (1855) y sorprenden por su simplicidad. El castillo Nijo representa el contrapunto y símbolo del poder feudal, construido en 1603 como residencia de los shogunes Tokugawa. Y el hermosísimo Pabellón Dorado, junto a un lago rodeado por un agradable jardín y convertido en templo tras la muerte del shogún Yoshimitsu Ashikaga, acostumbra a dejar boquiabiertos a los que lo visitan. El Gion Corner, famoso centro de artesanía, y el templo de Sanjusanzendo, pueden completar el eje central de la visita a Kyoto.

Debido al gran patrimonio cultural, la ciudad no fue bombardeada durante la Segunda Guerra Mundial. Hoy en día, es la única gran ciudad de Japón que aún conserva numerosos edificios de preguerra, aunque la modernización ha supuesto la demolición progresiva del Kyoto tradicional, que está siendo sustituido por nuevos estilos arquitectónicos. La Unesco ha declarado Patrimonio de la Humanidad 13 templos budistas, tres santuarios sintoístas y la fortaleza de Nijo.

La ciudad es bien conocida por sus festivales tradicionales que se han mantenido durante más de 1000 años y que actualmente constituyen una de sus mayores atracciones turísticas de Kyoto.

El Aoi Matsuri también conocido como el Kamo Matsuri se celebra el 15 de mayo desde la época del emperador Kinmei, aproximadamente hace 1400 años y su nombre procede de la tradición de ofrecer geranios a los dioses, acompañada de la decoración de los templos. Después el Gion Matsuri se celebra durante el mes de julio todo lo alto y es conocido por ser uno de los 3 grandes festivales de Japón, junto con los festivales de Kanda en Tokio y Tenjin en Osaka. El 16 de agosto tiene lugar el Gozan Okuribi que consiste en el encendido de hogueras en las montañas para guiar a los espíritus en su vuelta a casa. Finalmente en octubre se celebra el Jidai Matsuri o "Festival de las edades" que recuerda el pasado histórico más ilustre de Kioto y destaca por el hecho de que al cabo de una hora de haber empezado se recrea en la comitiva la evolución cultural e histórica en el cambio de la indumentaria.

Una de las visitas más agradecidas de la ciudad es la que tiene por objetivo el Pabellón Dorado o Kinkaku, un edificio de tres plantas ubicado en los terrenos del templo. Las dos plantas superiores del pabellón están recubiertas con hojas de oro puro. El primer piso, llamado la Cámara de las Aguas, en estilo palacio imperial, evoca la clásica decoración japonesa modulada. Es básicamente una gran habitación rodeada por una baranda. El segundo, llamada la Torre de las Ondas de Viento es de estilo samurái, un recinto cerrado y con una baranda alrededor que alberga al Bodhisattva Kannon. El tercero, con ventanas, es de estilo templo Zen, y es llamado Kukkyoo-choo, y que alberga una tríada de Budas y 25 figurillas Bodhisattvas. El pabellón funciona como un sharden, guardando las reliquias del Buda y está rodeado por un magnífico jardín japonés inmediatamente adyacente. El estanque que se ubica enfrente es llamado Kyko-

En la página anterior, Pabellón Dorado de Kyoto. Sobre estas líneas, paseo de los Torii donados por hombres de negocios en el Fushimi Inari, cerca de Kyoto y detalle del Castillo Nijo, en la misma ciudad.



chi o Espejo de agua. En el estanque existen numerosas islas y piedras que representan la historia de la creación budista.

Por su parte el Castillo Nijo posee una superficie de 275.000 metros cuadrados, de los cuales 8.000 metros están ocupados por diversos edificios. Tenía dos defensas en forma de anillos concéntricos, que consistían en muros y un ancho foso. Un muro interior más sencillo rodeaba el Palacio de Ninomaru que con una superficie de 3.300 metros cuadrados está construido principalmente de ciprés Hinoki. Localizado en el lado este, se caracteriza por su elegante y simple estilo arquitectónico con un aire del japonés samurai. La lujosa decoración del palacio incluye grandes cantidades de hojas de oro, así como grabados en madera, con lo cual se intentaba impresionar a los visitantes con el poder y bienestar del shogun. Las puertas corredizas y las paredes de cada habitación están decoradas con diversas pinturas realizadas por artistas de la famosa escuela Kano.

El castillo es un ejemplo del control social manifestado en la arquitectura. Los visitantes de bajo rango eran recibidos en las habitaciones exteriores, en la región más austera del Ninomaru, mientras que a los visitantes de alto rango se les recibía en habitaciones interiores, con decoraciones suma-

mente lujosas. Lejos de intentar ocultar las entradas a las habitaciones donde se encontraban sus guardaespaldas, como en muchos castillos, los shogunes Tokugawa preferían mostrarlas prominentemente para expresar un sentido de intimidación y poder a todos los visitantes del Periodo Edo.

En las afueras de la ciudad destaca el Fushimi Inari-Taisha, el principal santuario jinja sintoísta dedicado al espíritu de Inari, y situado en Fushimiku. El santuario se encuentra situado en la base de una montaña también conocida como "Inari", que incluye varios senderos para llegar a otros santuarios más pequeños.

Desde las épocas más antiguas de Japón, Inari era vista como patrona de los negocios, en tanto que cada Torii o arco rojo de los miles que dispone ha sido donado por algún hombre de negocios japonés. Los comerciantes y artesanos ofrecían culto a Inari a cambio de obtener riqueza en sus negocios, por lo que donaban numerosos torii que actualmente forman parte de la vista panorámica del santuario. Se le considera uno de los lugares más bellos de Kyoto, y uno de los símbolos de Japón. En Japón se dice que hay más de 32.000 santuarios dedicados a Inari.

Las primeras estructuras fueron construidas

hacia el 711 en la colina Inariyama del sudoeste de Kioto, pero el santuario sería reubicado en el 816 a petición de un monje y la principal estructura del santuario fue reconstruida en 1494. La manera más sencilla de llegar a Fushimi Inari es mediante el tren.

Nara y el templo Todaiji

Nara fue durante el periodo del 710 al 784 capital de Japón, con el nombre de Heijō-kyō. Fue durante este tiempo cuando se construyeron la mayoría de los grandes templos por los que la ciudad es conocida. Si bien es cierto que tras trasladarse la capital a Kyoto la ciudad quedó algo descuidada, gracias a sus templos mantuvo su importancia hasta el día de hoy. En 1180 fue destruida gran parte de la ciudad en un ataque de los Taira.

El majestuoso templo Todaiji, con una estatua en bronce de Buda en su interior de 16,2 metros de altura; el santuario Kasuga con sus 1.800 linternas de piedra y 1.000 de metal; y los templos de Shin-Yakushiji, Yakushiji, Horyuji, Chuguji, Kofukuji, Gankouji y Tosoho-daiji son sus monumentos de máximo interés.

Se trata de uno de los destinos turísticos más importantes debido a la gran cantidad de templos antiguos y por su buena conservación. Los templos

y ruinas de Nara forman parte del Patrimonio de la Humanidad de la Unesco, formando el conjunto llamado Monumentos históricos de la antigua Nara, y en los alrededores de la ciudad se extienden algunos campos de té, infusión de la tradicional ceremonia que constituye uno de los elementos más característicos de las tradiciones del país.

También es conocido el parque de Nara por sus ciervos sika, que campan libremente por toda el área verde de Nara y algunos habitantes de la zona venden galletitas preparadas para alimentarlos y con paciencia acariciar a estos animales, que están tan acostumbrados a la gente que se dejan tocar.

El Todaiji alberga la estatua gigante del Buda Vairocana, llamado daibutsu en japonés que significa "Buda que brilla a lo largo del mundo como el sol". El templo también sirve como los cuarteles japoneses de la escuela Kegon del budismo. Aun habiendo sido reconstruido 2 veces por causa de incendios provocados por la guerra siendo así un 33% más pequeño que el original, ostenta el récord mundial siendo la construcción de madera más grande del mundo.

El Gran Santuario Kasuga fue fundado en el año 768 y reconstruido varias veces a lo largo de los siglos y su interior es famoso por sus muchas

Los ciervos y las linternas de piedra, protagonizan una buena parte de los atractivos de la ciudad de Nara.



En los festivales de Takayama destacan los desfiles de carrozas ornamentadas y los trajes tradicionales de los habitantes de la ciudad.

linternas de bronce. Llegó a estar bajo el patronazgo imperial durante el comienzo del periodo Heian. Durante los festivales de Setsubun Mantoro del 2 al 4 de febrero y Obon Mantoro del 14 al 15 de agosto, las miles de linternas del Kasuga-tashi son encendidas simultáneamente.

Takayama y los Alpes Japoneses

Takayama tiene una población de 99.497 habitantes. Ubicada entre montañas, conocidas como los Alpes japoneses, posee una agricultura pobre. Durante el siglo VIII, al no poder contribuir con el arroz necesario para el pago de impuestos, Takayama lo compensaba con carpinteros, que eran altamente experimentados ya que la región es rica en madera. Entre 1682 y 1868, Takayama fue considerada la fuente oficial de madera, carpinteros y ebanistas para el shogunato. La ciudad es popularmente conocida como Hida-Takayama para diferenciarla de otras poblaciones con el mismo nombre en el país.

La ciudad es un popular centro turístico debido a que conserva varios edificios antiguos, y en las afueras se construyó la "aldea típica de Hida", donde se han reproducido edificios de las aldeas montañosas del valle de Shirakawa, de los siglos XVII, XVIII y XIX, llamados gassho-zukuri. El vocablo gassho hace referencia a las palmas de las manos unidas para rezar, y se usa debido a la forma del techo de dichas construcciones.

Hida-Takayama ha conservado la atmósfera de una ciudad castillo, aparente por sus calles

repletas de historia. Con las ventanas de celosías y los aleros enlazados de las casas de comerciantes en Sanmachi Suji, los imperecederos templos y santuarios históricos de Higashiyama, y la reproducción de las aldeas de agricultores de las montañas de Hida con sus casas de techos inclinados la zona posee mucho interés.

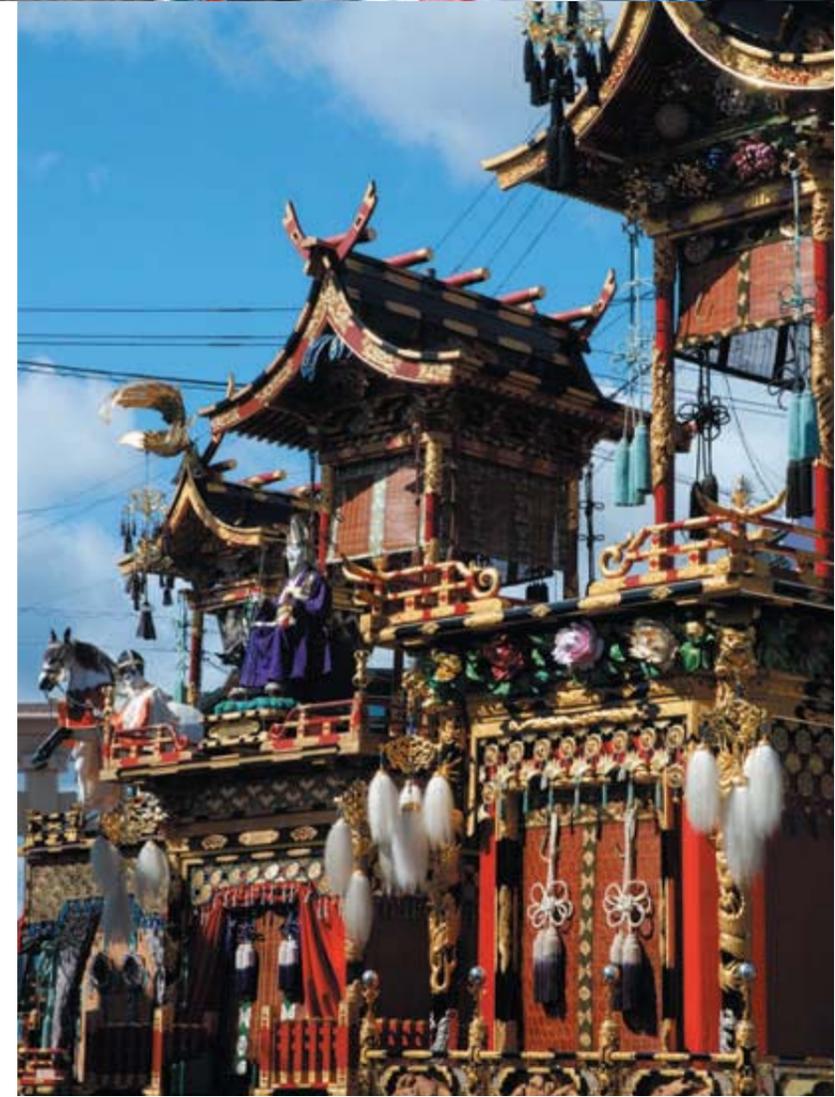
Hay muchas ruinas históricas del periodo Jomon, de hace unos 8.000 años. Hacia el fin del periodo Muromachi, hace unos 450 años, Takayama Geki construyó un castillo en Tenjinyama, llamado ahora Shiroyama, o "montaña castillo". Por esta razón, el área cerca del castillo de Takayama Geki se creó y continúa siendo llamada "Takayama". En 1585, Kanamori Nagachika conquistó Hida y se esforzó en revivir la cultura del castillo, su pueblo y sus templos. Este periodo Kanamori continuó durante 107 años a través de 6 gobernantes.

Cuando el periodo Kanamori terminó, Hida quedó bajo el control directo del shogunato Tokugawa. El Castillo de Takayama, destruido en 1695, fue designado como un monumento histórico prefectural, y el "Sitio del Castillo de Takayama" es ahora el Parque Shiroyama. El periodo de control directo por el Shogunato duró 177 años y tuvo 25 gobernantes locales, durando a través de los innumerables cambios de la Restauración Meiji de 1868 y en 1936, el área se convirtió en la ciudad de Takayama. La ciudad luego se fusionó con varios pueblos y aldeas, y en 2005 con otros nueve pueblos y aldeas colindantes, convirtiéndose así en una ciudad con un término "municipal" tan grande como Tokio.

Los festivales de Takayama son famosos en todo el Japón. Elegantes y hermosos, destacan por los desfiles de carrozas ornamentales, llamadas yatai, que se exhiben durante el día y circulan por las calles. Originalmente se las construyó como una súplica a los dioses para que protegieran a los habitantes de la ciudad de una peste, pero el espíritu de competencia entre los ricos mercaderes las hizo cada vez más lujosas. Algunas de ellas tienen 300 años. El festival de primavera tiene lugar el 14 y 15 de abril y el de otoño el 9 y 10 de octubre. Completan el atractivo de las carrozas, los puestos de venta arreglados como el Youmeimon y títeres manejados diestramente.

Cada festival se caracteriza por su propio conjunto de alrededor de una docena de carrozas bellamente decoradas que atraen una gran cantidad de visitantes y turistas extranjeros. Durante la celebración del Takayama Matsuri, cerca de una docena de carrozas increíblemente decoradas y adornadas, llamadas Yatai, son portadas a hombros por todo el casco antiguo de la ciudad. Las carrozas son ya un espectáculo en sí mismas, ya que muchas de ellas están decoradas con unos muñecos mecánicos llamados Karakuri Ningyo que se mueven y bailan.

Realizar un recorrido de incluya las tres ciudades constituye descubrir buena parte de la esencia de las tradiciones del Japón.





**Amuda Goueli,
CEO de Destinia**

Co-fundador y CEO de Destinia, nació en tierra de nadie, en Nubia (Egipto). Se crió en el desierto hasta los 8 años, cuando se mudó a El Cairo para estudiar. Tras un periplo viajero, acabo afincándose en España en el año 2000. Un año después, de la mano de su socio y amigo Ian Webber, fundó Destinia, una de las cinco mayores OTA de España. Amuda posee un MBA de IE Business School y es analista experto en Turismo por la Organización Mundial del Turismo desde 2011, además de ser miembro de los órganos de dirección de la Asociación Española de la Economía Digital y la Unión Española Agente de Viajes. Se define emprendedor empedernido y viajero incansable. Su lema es: 'Think big y actúa en consecuencia'. Además de su experiencia con Destinia, Amuda es socio fundador de otros portales relacionados con los viajes online como Troovel, Onlinetravel y Globalclick.

Entrevista a Amuda Goueli, CEO de Destinia

“Con TOR Travel queremos convertirnos en el socio tecnológico de las agencias para todos los servicios turísticos”

¿Nos puede explicar la evolución de Destinia desde su fundación hasta nuestros días?

Desde que nos adentramos en este negocio en 2001 hasta hoy hemos evolucionado y crecido como nunca pude haber imaginado. Empezamos siendo mi socio y yo y hoy tenemos un grupo turístico con 170 trabajadores, que vende en más de 30 países. Pero en todo este tiempo mantenemos intacto nuestro espíritu innovador y nuestra capacidad de ir contracorriente. Cuando todo el mundo miraba a Latinoamérica para crecer, nosotros pusimos el foco en Oriente Medio: El Cairo, Dubai y en 2015 fuimos la primera agencia occidental en abrir oficina en Teherán. Y con este mismo espíritu inquieto acabamos de dar el salto al negocio B2B para crear un gran grupo turístico integrado.

¿Qué servicios ofrecen?

Todo lo que puedas imaginar o necesitar para tu viaje. Incluso entradas, visados o accesos a salas vip del aeropuerto.

¿Cuál es la filosofía que inspira la empresa?

Nacimos con una vocación clara: acercar cualquier rincón del mundo a cualquier persona. Y en esto más de quince años de vida, si hay algo que nos ha permitido evolucionar como empresa y situarnos entre las mayores OTAs de España es tener una clara pasión tecnológica y un ADN innovador. Nuestro lema es pensar a lo grande, sin límites, y con esta mentalidad ofrecemos destinos imposibles como viajes al espacio, Corea del Norte o la Antártida y hemos incorporado innovaciones como la moneda virtual bitcoin. En este sector, la tecnología ha introducido una velocidad de cambio brutal y el que no sea capaz de adaptarse, desaparecerá. Nuestra última apuesta: un chatbot en Facebook Messenger para reservar hoteles. Es solo el primer paso.

Están desarrollando un proyecto estratégico B2B, llamado TOR Travel. ¿En qué consiste y cuáles son los objetivos?

El año pasado tuvimos la oportunidad de quedarnos con TOR Systems, que es una referencia entre las plataformas tecnológicas del sector turístico, y lo acabamos de relanzar para adentrarnos en el negocio B2B bajo la marca TOR Travel. Somos una empresa tecnológica desde nuestro nacimiento y TOR es una oportunidad única, porque levantar esto de cero es muy costoso en términos de tiempo y recursos. Pero nuestro objetivo no es convertirnos en un banco de camas al uso. Aquí hay grandes actores y creemos que nuestra diferenciación está en convertirnos en el socio tecnológico de las agencias de viajes, con una única plataforma desde la que acceder a todo tipo de productos (hoteles, vuelos, vuelo+hotel, traslados, coches, seguros...), algo que ahora no ofrece ningún banco de camas tradicional. Con TOR Travel queremos ayudar a las agencias a conectarse con quien quieran, donde quieran y con la mejor tecnología. Ya hemos empezado a firmar los primeros acuerdos de integración y estamos muy contentos de cómo van saliendo las cosas.

Hemos notado que no sólo se limitan a la venta de viajes sino que hay una cierta ideología detrás de las propuestas, como por ejemplo el incentivar los viajes entre México y Estados Unidos. ¿Es sólo un argumento más de venta o responde a una posición ideológica? Yo no lo llamaría ideología, se trata, más bien, de una cuestión de valores de marca. En el caso concreto de la campaña de México quisimos, claramente, aportar nuestro granito de arena apoyando lo que para nosotros



es importante: tender puentes en lugar de levantar muros. Siempre he defendido que cuantas menos fronteras haya, geográficas y mentales, mejor.

¿Cómo está evolucionando la venta de viajes por Internet y cuál cree que será su futuro?

El sector agencias de viajes es líder indiscutible del comercio electrónico en España -con una cuota del 15,5% a finales de 2016- pero el potencial de crecimiento todavía es enorme si nos fijamos en otros mercados europeos. Pero ahora, además, tenemos que hablar del mcommerce: el móvil lo ha revolucionado todo. En una empresa como la nuestra, donde las compras no son precisamente impulsivas, no es lo mismo comprarte una camiseta que un viaje, las ventas vía dispositivos móviles han pasado del 14% en 2014 al 30% en 2016. Y sigue creciendo. Tenemos que trabajar mucho la omnicanalidad y el reto del llamado cross device, porque un consumidor salta de un dispositivo a otro y no puedes perderle el rastro. Pero creo que el futuro, sin lugar a duda, pasa por la personalización: ser capaces de ofrecer lo que el cliente realmente necesita y cuando lo necesita. El viajero cada vez está más informado y ya no necesita de ti como antes para viajar a destinos conocidos. Es capaz de organizarse solo su viaje. Por eso, como agencia de viajes online tenemos que avanzar en ofrecer al cliente esa capacidad de configurar su viaje a la medida, añadiendo el hotel y vuelo que más le convenga y los servicios (excursiones, entradas, visitas) que le interesen. Parece fácil, pero tecnológicamente es un reto.

Y en cuanto a las tendencias, tipos de viajes y destinos, hacia donde cree que vamos.

Hay tantos tipos de viajes como personas. Nosotros debemos de poder atender a todos, al que quiere un hotel en Benidorm como al que quiere ir a la Antártida. Como destinos, sin duda Europa y Caribe siguen siendo muy fuertes. El sudeste asiático se ha abaratado mucho, y destinos como Tailandia,

India y Vietnam están muy bien posicionados. Al igual que Japón o Israel que están haciendo muchos esfuerzos de promoción. La apertura de rutas aéreas directas facilita mucho la accesibilidad a un destino.

Usted es egipcio, más concretamente nubio, ¿cuándo y por qué decidió venir a España y hasta qué punto nuestro país es interesante para desarrollar una empresa global con más de 30 idiomas en su página web?

Vine a España en la década de los noventa porque había aprendido el idioma en mi país, en el primigenio Instituto Cervantes, y quería conocer este país. Me encantó y me quedé. Mi socio, un australiano, y yo decidimos emprender aquí porque hemos creído en España. Teníamos dos alternativas: irnos a EEUU o a Oriente Medio. El Gobierno de Dubai nos hizo una oferta. Allí han creado una Internet city, cogiendo mucha gente de Google o Microsoft. Quieren hacer un Silicon Valley en Dubai. La masa va a EEUU, porque parece que si no estás en Silicon Valley no existes, pero yo tiendo a ir contracorriente. Si algo me ha enseñado la vida es que puedes subsistir en cualquier lugar del mundo. Hay tantos inteligentes aquí, como en India, Bangladesh o Pakistán. En España estoy aquí a gusto y no tengo que sacrificar lo que ha habido conseguido: mi familia, mis amigos... Quedarse en España fue una decisión personal. La suerte de haber creído en Internet desde el principio es que puedes montar una empresa global donde quieras. Otra cosa es que tenga, además, un sentido crítico de cómo se hacen aquí las cosas y de lo mucho que tenemos que cambiar si queremos, como país, adentrarnos en una verdadera economía digital.

¿Cómo ve la situación de Egipto y hasta qué punto puede recuperar el turismo a los niveles anteriores a la primavera árabe?

La situación en mi país dista mucho de ser buena todavía, pero sigo siendo optimista y pienso que el cambio que supuso la revolución de Tahrir se acabará consolidando, pero va a llevar tiempo, quizá más del que inicialmente pensábamos. El turismo no es el único que se ha resentido pero ya estamos viendo una recuperación.

Durante un tiempo se han disociado claramente las agencias de viajes convencionales y las que operan por internet. Cree que en el futuro acabaran interactuando plenamente.

Las nuevas generaciones son claramente digitales y eso es una tendencia imparable. Dicho esto, ¿las agencias físicas van a desaparecer? No lo creo, pero tendrán que encontrar su propuesta de valor y saber dar el salto online. Nosotros tenemos una solución, Onlinetravel, para ayudar a las agencias a dar ese paso al mundo digital.

Ganas de senderismo en la Ruta Romántica

Naturaleza a cada paso



Alrededor de 500 kilómetros de acontecimientos en caminos para senderismo señalizados ofrece la Ruta Vacacional más popular de Alemania. Quien además se decide por explorar las bellezas que ofrece la naturaleza entre los viñedos y los Alpes, puede entusiasmarse en ellas a lo largo de semanas.

LA RUTA ROMÁNTICA

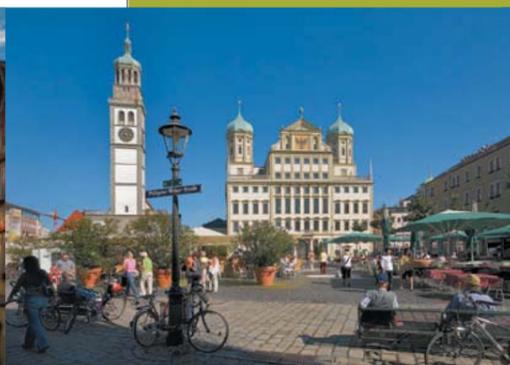
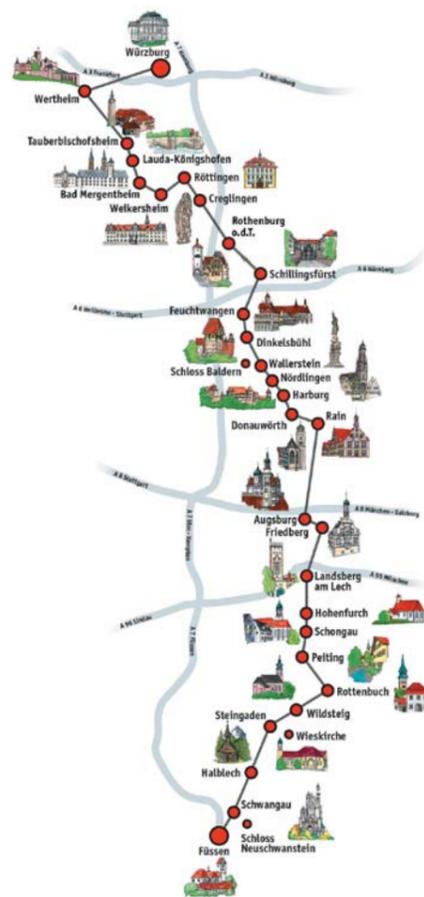
Es igual donde se mire: Entremedias de todas las casas de paredes entramadas, castillos y bosques de encanto que se encuentran a lo largo de la Ruta Romántica, uno se siente un poco retrocedido a la época medieval. Sobre todo en la primavera y verano cuando el bosque y las praderas florecen en todo su esplendor, la ruta vacacional más popular de Alemania se muestra por su lado más fascinante. Y es absolutamente igual si se trata del Valle del Tauber, de las colinas de Frankenhöhe, del valle del Lech o de la región prealpina: Cada uno tiene sus riquezas naturales y edificios monumentales que merece la pena visitar.

Del valle al cráter

Para explorar de verdad todos los rincones, debe dejarse el coche -en su lugar merece la pena aprovechar uno de los diversos caminos de senderismo. Aquel que desee recorrer todo el sendero, tiene que traer, sobre todo una cosa: tiempo. Porque desde el valle del Meno hasta al pie de los Alpes, la ruta ferial se extiende a lo largo de 500 kilómetros en total y para los senderistas 'duros' ofrece por término medio cuatro semanas de arte y cultura.

Punto de partida son los viñedos alrededor de Würzburg que representan un verdadero centro de interés. Si nos desplazamos desde este hacia el sur, a lo largo del Tauber - que fluye por verdes valles y ciudadelas apacibles, brota literalmente un ambiente "romántico". El que sigue el río y traspasa Feuchtwangen así como Dinkelsbühl, conocido por sus espectáculos de teatro en las fiestas veraniegas, pasados algunos kilómetros llega al "Ries". Aquí se encuentra el cráter de impacto más grande de Alemania, abierto por un cuerpo celeste; el cráter se puede recorrer por la cercana ciudad principal de Nördlingen. El sendero pasa por el Jura franconiano y suave y desemboca en los Alpes, paisajes de vegas y regiones campesinas del valle del Lech. Desde aquí, Füssen, al pie de los Alpes, se encuentra a solo un paso -y al Castillo de Neuschwanstein que, en todo el mundo, se considera símbolo de la época del romanticismo que representa un verdadero punto de atracción para los turistas.

Exactamente igual que la naturaleza y los edificios medievales, la gastronomía desempeña un gran papel a lo largo de la Ruta Romántica: Exquisitescs culinarias y restaurantes o localidades conscientes de la tradición se encuentran en todas las ciudadelas y, gracias al ambiente de las casas de paredes entramadas, ofrecen no solo algo para el paladar y el estómago, sino también algo para la vista. En Lauda-Königshofen se debe visitar imprescindiblemente la cooperativa vitivinícola franconiana de Tauber Beckstein, cuyos vinos Schwarzriesling y Spätburgunder



estimulan las papilas gustativas. Mientras tanto, en el corazón de Wallerstein se ha instalado la fábrica de cerveza Fürst Wallerstein Brauhaus AG, detrás de las murallas del Castillo y ofrece recorridos por la cervecería así como pequeños piscobabis para los senderistas.

Aquel que se ocupa una vez de la Ruta Romántica, pero sobre todo, precisamente de sus escondidos rinconcitos pintorescos, con seguridad le entrarán ganas de practicar senderismo. Felizmente, los 500 kilómetros que ofrece el camino para el senderismo están magníficamente señalados.



Más material informativo y mapas pondrá a disposición la ruta vacacional en su página web

www.romantischestrassen.de,

donde se pueden encontrar también consejos sobre las posibilidades de pernoctar.

Patrimonio de la Humanidad,
vino de prestigio internacional, bienestar

Wurzburg



La bulliciosa ciudad universitaria de Würzburg, sede de numerosos congresos y punto de partida de la Ruta Romántica, está dominada por su referente más famoso, la fortaleza Marienberg. Los orígenes de esta fortaleza se remontan en torno al año 1000 a.C., cuando en este lugar se alzaba un refugio fortificado celta. Desde que se fundara el obispado de Würzburg en 742, la ciudad ha sido el centro neurálgico de la región en materia religiosa. Würzburg conoció su periodo más próspero durante el mandato de los príncipes-obispos de la familia Schönborn, aman-

tes de las artes para los cuales Balthasar Neumann construyó el «palacio de palacios», la Residencia de Würzburg, entre 1719 y 1744. El artista veneciano Tiepolo pintó el enorme fresco sobre el techo que cubre la famosa escalera de la Residencia, y que se convirtió en la pintura más grande del mundo. En 1981, en virtud de su extraordinaria importancia arquitectónica, la Residencia fue inscrita en la Lista de los bienes culturales Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO.

Otros monumentos de Würzburg incluyen la catedral de St. Kilian y la iglesia

adyacente Neumünster, con su romántico jardincillo Lusamgärtchen, donde se encuentra la tumba del poeta medieval Walther von der Vogelweide. Merece la pena también visitar la Capilla de Santa María (Marienkapelle), del gótico tardío, desde la que se puede ver la plaza del mercado y el Mainfränkisches Museum, que acoge una excepcional colección de obras del escultor medieval Tilman Riemenschneider.

Otro atractivo museo es el Museum am Dom, cuya colección permanente se centra en las obras de arte moderno de artis-

tas como Joseph Beuys, Otto Dix, Ben Wilkens y Käthe Kollwitz, combinadas con otras obras de artistas históricos. Un silo histórico restaurado se ha transformado en el premiado Museum am Kulturspeicher, un museo que ahora exhibe varias colecciones de arte, entre las que destaca una espectacular colección de arte concreto de Europa posterior a 1945, que incluye obras de Max Bill y Victor Vasarely.

El sumamente variado abanico de eventos culturales que se celebran en Würzburg abarca desde el Africa Festival

(un evento único que tiene lugar a finales de mayo) y el mundialmente famoso Mozart Festival (junio), hasta el festival cultural al aire libre Hafensommer (julio/agosto), en el que se incluyen conciertos y películas, el Bach Festival y el Jazz Festival (noviembre). Eventos deportivos como el Maratón de Würzburg concitan a miles de personas cada año. Teatros y cabarés de la mano de propiedades vinícolas: todos contribuyen a su manera a la vida cultural de la ciudad. Muchos restaurantes, pubs y fiestas del vino ofrecen a los visitantes múltiples oportunidades para disfrutar de la gastronomía

y los excelentes vinos de Franconia. Los amantes de los deportes disponen de gran cantidad de pistas de senderismo y de bicicletas de montaña, así como de un campo de golf.

Ruta romántica:

www.romantischestrasse.de

Würzburg:

www.wuerzburg.de/en

Germany.travel:

www.germany.travel

Excelente desarrollo de las Jornadas Técnicas de CEAV en Würzburg, Alemania - Ruta Romántica

Por Carlos González

Durante los días 2 al 5 de Marzo 2017 se han celebrado las habituales Jornadas Técnicas de CEAV. Este año en el incomparable marco que supone Alemania, tan acogedora como siempre, y más en concreto, disfrutando de su sorprendente "Ruta Romántica".

La bella ciudad de WÜRZBURG (patrimonio cultural de la Unesco), se constituyó en nuestra base de operaciones. El paseo nocturno nos permitió admirar todas las posibilidades turísticas de esta ciudad barroca. Comenzamos nuestro camino por la rivera del río Main, teniendo como fondo la iluminada fortaleza de Marienberg, así como la iglesia de St. Burkard. Unos pasos más adelante nos encontramos con la "Alter Kranen", antigua grúa y uno de los símbolos de la ciudad. El "Alte Mainbrücke" o Puente Viejo nos permitirá contemplar una panorámica de la fortaleza, así como de la Domstrasse. Abandonamos el curso del Main para adentrarnos plenamente en la ciudad y pasear por sus medievales calles, así se nos muestra el "Grafeneckart" (Ayuntamiento) con su esbelta torre, antesala de la espaciosa Plaza Mayor, dónde se encuentra el edificio gótico tardío de la "Marienkapelle" y a la espalda de este el sorprendente edificio rococó: "Falkenhaus", antiguo restaurante decorado con estucos y conocido como la Casa del Halcón. La Neumünster y su fachada barroca apuntando forma circular, así como la Catedral de San Kiliannos preparan para el imprevisto espectáculo que supone contemplar "La Residencia". Este palacio, considerado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, es la principal obra barroca del sur de Alemania, contando en su interior con obras de arte, como los frescos de G. B. Tiépolo, los estucos de A. Bossi y bellos salones de estilo Rococó.

Después de este paseo llegaría la gran sorpresa, la cena en las Bodegas "HOFKELLER" situadas en los bajos de la "Residence", donde, tras las explicaciones del Maestro de Ceremonias, pudimos degustar sus muy buenos vinos acompañando a platos típicos de la zona.

El merecido descanso nos esperaba en el acogedor HOTEL MARITIM.

Nuevo y soleado día para disfrutar de LA RUTA ROMÁNTICA en los graciosos autobuses de época que nos esperaban a la salida del hotel. A bordo de nuestro "Magirus Deutz", fuimos obsequiados con cerveza y el típico "brezen". Rápidamente comenzaron a funcionar las cámaras de fotos, había que conseguir el primer premio del concurso de "LA RUTA ROMÁNTICA", y así fue, ya que nuestra compañera Teresa García consiguió el tan deseado galardón.

ROTHENBURG constituye una auténtica joya entre las ciudades medievales de Alemania. Situada sobre el río Tauber, su recinto amurallado (transitable y con 42 torres) enmarca un casco antiguo, admirable por su excelente estado de conservación y las vistas de sus casas típicas perfectamente mantenidas.

En una de las esquinas de la amplia plaza del Mercado (Marktplatz) nos encontramos el Ayuntamiento (Rathaus), con sus bien definidos estilos arquitectónicos, la parte trasera de obra gótica (1250-1400) y la delantera renacentista (1572-1578), así como su torre de 60 metros de altura que ofrece unas excelentes vistas de la ciudad. En la misma plaza aparece "LA TABERNA DE LOS CONCEJALES" (Ratstrinkstube), con su reloj artesano, cuyas ventanillas, a derecha e izquierda, se abren cada hora (de 10 a 22) para poder contemplar la escena del "Trago Maestro".

Muy cerca de la plaza se encuentra la JAKOBSKIRCHE o Iglesia de Santiago, de estilo gótico (1311-1484) y con un interesante altar mayor (De los Doce Apóstoles). En un hueco de su fachada, esculturas que representan la escena del Monte de los Olivos.

Pero ROTHENBURG asombra por otras muchas cosas, por ejemplo su antiguo arte de la herrería, presente en los atrevidos distintivos de los comercios que cuelgan de las delicadas fachadas como un elemento más de su decoración. Sorprende por ser un pueblo "navideño" contando con un "Museo de



la Navidad Alemán" y numerosas tiendas dedicadas a estos productos, entre la que sobresale la "Käthe Wohlfahrt". Terminamos nuestra visita y después de una deliciosa comida en el acogedor restaurante "Sonne", partimos hacia nuestro nuevo destino "romántico".

Breve paso por LAUDA para comprobar sus cuidadas viñas y las excelencias de sus vinos que pudimos apreciar gracias a la amabilidad de la Sra. Wobser, el Sr. Rudert y el chef C. Hedderich, todos ellos del complejo "Red gut Die Weinherberge" que cuenta con restaurante y un pequeño hotel al pie de sus viñedos.

Las últimas horas de la tarde nos reciben en WERTHEIM, para que paseemos por las orillas del río Tauber, recorramos sus calles, nos encontremos con el pozo que constituyó la fuente del pueblo, sus iglesias y subamos al castillo que domina la ciudad, dónde nos espera una nueva degustación de vinos procedentes de la bodega familiar "Schlör". Atendidos personalmente por el propietario de la bodega nos fue explicando, con detalle, las características de los caldos que elaboran, desde los afrutados blancos, el tinto y otro blanco ligeramente dulce que acompañaron nuestra cena.

El sábado se convirtió en nuestro día de trabajo, que tuvo lugar en el salón de congresos del hotel MARITIM.

Las JORNADAS TÉCNICAS, fueron inauguradas por el Presidente de CEAV, D. Rafael Gallego Nadal y por la Directora de la Oficina Nacional de Turismo de Alemania en España, D^a. Ulrike Bohnet.

La RUTA ROMANTICA fue "descubierta" y explicada por D. Jürgen Ludwig, Jefe de Marketing de la Oficina de Turismo de Würzburg, D. Jürgen Wünschmyer y D^a. Mercedes Orejas, Marketing Manager de la Oficina Nacional de Turismo de Alemania en España.

D^a. Catiana Tur, Gerente de ACAVE, moderó la ponencia: "Nuevos Cambios en las Garantía de las Agencias de Viajes en las diferentes Comunidades Autónomas, para casos de quiebra o insolvencia", que contó con las intervenciones de D. Antonio Nieto, Subdirector General de Cooperación y Competitividad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo, D. Jon Zalakain de la Dirección de Turismo del País Vasco, D^a. María Jesús Zorita, Subdirectora General de Competitividad Turística de la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid y D. José García, Responsable Desarrollo Negocio Travel de AON.

Tras el descanso se inició el Foro-Debate: “La Consolidación Aérea”, presentado por D. Fernando Cuesta, Director General de AMADEUS-ESPAÑA, con la participación de: D^a. Teresa García de IATA, D. Víctor Moneo de IBERIA, D. Stephan Ebert de AERTICKET, D. Jorge Zamora de SERVIVUELO, D^a. Eva Blasco de EUROPA-TRAVEL y D. Alvaro Márquez de COGEOALVUELO, con amplio coloquio sobre la operativa del sector.

Por último, el Presidente de CEAV: D. Rafael Gallego Nadal y la Directora de la Oficina Nacional de Turismo de Alemania en España: D^a. Ulrike Bohnet, procedieron a la entrega de premios, así como a la clausura de la Jornadas.

Ligeras gotas de lluvia nos caen camino de Munich y nos hacen pensar que nos abandonará el buen tiempo que hemos tenido, pero estas cesan antes de llegar a la capital Bávara, donde otra vez gozaremos de la estancia en el HOTEL MARITIM.

El nuevo día se nos muestra frío y gris y así comenzamos nuestra visita panorámica de Munich, cuyo nombre proviene del alemán antiguo MUNICHEN o ciudad de los monjes, ya que los monjes benedictinos fundaron la ciudad, figurando uno de ellos en su escudo.

Nos dispusimos a entrar en el casco antiguo por la Puerta de Karlstor (Carlos), parte de las murallas de origen medieval, y dejando a nuestra espalda la mole neoclásica del Palacio de Justicia en el que se celebró el juicio de la Rosa Blanca. Unos pasos más adelante nos encontramos con la Iglesia “Sala de los Ciudadanos” (*Bürgersaal*), aquí se encuentra enterrado el beato jesuita Rupert Mayer, figura destacada de la lucha contra el nazismo. No muy lejos, la antigua Iglesia jesuita de San Miguel se nos muestra como la más grande, al norte de los Alpes, en estilo renacentista y con su interior decorado en estuco blanco que la proporciona mucha luminosidad. En su interior está enterrado Luis II de Baviera, conocido como el Rey Loco.

Desafortunadamente no pudimos admirar las torres de la catedral de Munich por encontrarse en restauración, solo quedaban libres de los andamiajes las dos cúpulas bulbosas, construidas en el Renacimiento y extrañas al gótico tardío en ladrillo del resto del edificio (S. XV), que se han convertido en uno de los símbolos de la ciudad. Muy curiosa es la leyenda de la “pisada del Diablo” en el interior del templo.

Poco después, la Marienplatz o Plaza de María se ofrecerá ante nuestros ojos mostrándonos, en su centro la pequeña columna rematada por la imagen dorada de la Virgen María que da nombre a la plaza. Cubriendo totalmente uno de sus laterales el edificio neogótico del Nuevo Ayuntamiento con su torre, que alberga el famoso “Carillón” (*Glockenspiel*), donde todos los días y en determinadas horas (11h, 12h y 17 h, según épocas) unas figuras de tamaño real escenifican la “Danza de Cooper” al son de una agradable melodía, conmemorando el acto que tuvo lugar el año 1517 para celebrar el fin de la peste. La pericia de nuestros guías hizo que pudiéramos disfrutar este curioso espectáculo. Cierra la plaza, en otro de sus laterales, el edificio del Antiguo Ayuntamiento, de estilo neogótico, destaca por su esbelta torre, que en su obra original formaba parte de las murallas. En su interior guarda un interesante Museo del Juguete. Por último mencionar que en este edificio se proclamó “La noche de los cristales rotos” el 9 de Noviembre de 1938.

Tras visitar la Iglesia del Espíritu Santo (*Heilig-Geist-Kirche*), con bellos frescos barrocos, llegamos al mercado más famoso de Munich, que no es otro que el “*Viktualienmarkt*”. Aquí los campesinos ofrecían sus productos a los ciudadanos, actualmente se venden frutas, quesos, flores y otros múltiples y coloridos productos. Alberga uno de los famosos “Jardines de la Cerveza” o “*Biergärten*”, donde uno puede llevar su comida y consumir algunas de las seis cervezas oficiales del Oktoberfest, a saber: Augustiner, Hackert-Pschorr, Hofbräu, Löwenbräu, Paulaner y Spaten-Franziskaner.

Deliciosa comida en el típico “Ratskeller”, situado en los bajos del Nuevo Ayuntamiento y después las visitas programadas al “Allianz Arena”, feudo del Bayern de Munich, o al “Museo BMW”, según la elección de los participantes.

Llegados al aeropuerto comienzan las despedidas después de estos amenos días y los deseos de vernos próximamente.

Por último, felicitar a todas las personas y entidades que han organizado este evento, así como a patrocinadores y colaboradores, todos ellos han contribuido a que las JORNADAS TÉCNICAS de CEAV en WÜRZBURG hayan sido un éxito.



Su compañía aérea de bajo coste para Francia, Holanda y Alemania



transavia

AIRFRANCE KLM

ACAVE nos informa...



ACAVE SE OPONE A LA DESREGULARIZACIÓN DE LOS AGENTES DE VIAJES PRESENTADA POR EL GOBIERNO DE LA GENERALITAT DE CATALUÑA

El pasado mes de diciembre ACAVe presentó alegaciones a la propuesta de Ley de Medidas Fiscales, Financieras y del Sector Público 2017, presentada al Parlament de Catalunya, y que proponía la modificación de la Ley de Turismo de Catalunya, desregulando a las agencias de viajes. Durante el mes de enero, ACAVe mantuvo reuniones con la Dirección General de Turismo y con todos los grupos parlamentarios, excepto con el de la CUP, el cual no accedió a reunirse. Después de las reuniones mantenidas tenemos que lamentar que los grupos de Junts pel Sí y Ciudadanos no apoyarán las alegaciones presentadas por ACAVe, las cuales sí que fueron apoya-

das por el Partido Socialista de Catalunya, el Partido Popular de Catalunya y Catalunya Si que es Pot. Si bien Junts pel Sí presentó alegaciones a fin de que la definición de agente de viajes se recoja en la Ley de Turismo de Catalunya, la misma se trata de una definición que abre las puertas a que cualquier persona que organice servicios turísticos, disponga o no de garantías para la organización de viajes combinados, pueda denominarse agente de viajes. Es decir, se pretende una generalización del término agente de viajes y que cualquier intermediario en la venta de servicios turísticos pueda denominarse agencia de viajes. Teniendo en cuenta este escenario, ACAVe publicó en www.change.org un manifiesto en contra de la desregularización del sector de las agencias de viajes, el cual recibió el apoyo de 2.000 firmantes. No obstante, después de todos los esfuerzos realizados y de todos los apoyos recibidos tenemos que lamentar que finalmente se ha aprobado la propuesta de definición de Junts pel Sí, según la cual es agente de viajes la persona física o jurídica que organiza o comercializa viajes combinados u otros servicios turísticos. Con esta nueva normativa en Catalunya se abre un nuevo escenario, único en todo el estado español, pues en el resto de Comunidades

Autónomas se mantiene la denominación de agencia de viajes exclusivamente para las personas que organizan y/o comercializan viajes combinados, exigiéndose garantías a todas las agencias de viajes. Todo ello consideramos que causará graves perjuicios a las agencias de viajes y a los consumidores, pues cualquier persona que se dedique a organizar servicios turísticos de cualquier clase podrá denominarse "agencia de viajes" y sólo aquellas personas que organicen viajes combinados dispondrán de garantías. Ello provocará una confusión ante los consumidores que tendrán dificultades para identificar si se trata de una empresa con garantías o no, y si por consiguiente puede organizar o comercializar viajes combinados o no. Esta situación dará lugar a un mayor incremento del intrusismo y a una mayor inseguridad jurídica y desprotección para el consumidor. Asimismo se trata de una modificación totalmente injustificada y que carece de todo fundamento, pues no se ha producido ningún cambio normativo que la justifique, ni se nos han ofrecido razones que la sustenten. Desde ACAVe consideramos que se trata de un auténtico despropósito para nuestro sector, el cual siempre ha trabajado para diferenciarse con servicios de calidad, profesionalidad y garantías.

ACAVE EN LAS FERIAS DE TURISMO 2017

ACAVE EN FITUR 2017

ACAVE estuvo presente en la 37ª edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), que se celebró en el recinto IFEMA de Madrid del 18 al 22 de enero, atendiendo a sus asociados y medios de comunicación en el Stand 10F02A.

Durante los días de Feria, ACAVe compartió espacio con algunos asociados como:



ITB BELIN
Del 8 al 12 de Marzo 2017

Del 8 al 12 de marzo 2017 tuvo lugar la ITB Berlín en la cual ACAVe estuvo presente y dispuso de un espacio exclusivo dentro del stand 203, de la Agencia Catalana de Turismo. Participaron diferentes agencias de viajes receptoras asociadas: ALS Advanced Leisure Services (Barcelona Emotional Spaces), Top Turisme, Travel Connection Leisure, UAB University Venues & Services Barcelona, Vip Bureau.

DESAYUNOS ACAVe

El 8 de Febrero, tuvo lugar una nueva edición de los "Desayunos ACAVe" en el Hotel Meliá Sarrià de Barcelona. En esta ocasión nuestro invitado fue Sixte Cambra, Presidente del Port de Barcelona, quien dio a conocer a las agencias, las principales novedades relacionadas con el Port de Barcelona y las previsiones de cara al 2017. Se trató de un desayuno dinámico y abierto, en el que todos los asistentes tuvieron la oportunidad de preguntar a nuestro invitado todas las cuestiones en relación a los temas planteados. El Port de Barcelona cerró el 2016 con unas cifras positivas: casi 4 millones de viajeros (un 6,7% más que el año anterior) pasaron por el Port de Barcelona tanto usuarios de ferrys de línea regular (1,27 millones) o como cruceristas (2,68 millones). Entre los pasajeros de cruceros, son los de puerto base. (Aquellos que inician y finalizan su itinerario en Barcelona) los que experimentaron un crecimiento del 14%. Según Martí Sarrate, Presidente de ACAVe "el Port de Barcelona es una infraestructura de gran importancia para el sector del turismo, que ha tenido un crecimiento muy importante en los últimos años y que es prioritario de cara al futuro, además de generar una gran actividad económica a la ciudad". El Presidente del Port de Barcelona, Sixte Cambra destacó como el Port de Barcelona se ha posicionado en la actual situación de privilegio "en los juegos olímpicos de 1992 se decidió contratar 15 cruceros para solucionar la falta de plazas hoteleras. Este hecho permitió que las compañías de cruceros descubrieran la ciudad y el puerto. A partir de aquí, el Port de Barcelona se convierte en un referente y en un modelo para el resto, con terminales que replican el sistema aeroportuario". Seguidamente Sixte Cambra presentó cifras y afirmando que "somos el puerto del estado español que tiene más dimensión económica, somos los que más ingresamos y somos los que más aportamos al sistema". Sobre el tema de cruceros destacó que, según un Estudio de la Universidad de Barcelona "las cifras



Desayuno ACAVe con Sixte Cambra, Presidente del Port de Barcelona, el pasado 8 de febrero en el Hotel Meliá Sarrià de Barcelona.

del 2016 nos indican que ha habido 2.680.000 pasajeros de cruceros. Se ha alcanzado una cifra record con una facturación de 875 millones de euros, con una aportación al PIB de Catalunya de de 457 millones de euros. Y el que para nosotros es muy importante; el crucero mantiene estable 7.500 puestos de trabajo. La facturación diaria representa unos 2,2 millones de euros y cada crucero que llega al puerto supone una aportación de 500.000 euros al PIB de Catalunya". De la relación turista/crucero Sixte Cambra recalcó que "el turista de crucero base aprovecha un día antes o después para visitar Barcelona, con una media de estancia en BCN de 2,6 noches, el 94% pernosta en hotel con una media de 3,9 estrellas y se gasta 202 euros al día". Sobre la estrategia a seguir en los próximos años, Sixte Cambra destacó tres elementos clave "la consolidación en la posición de privilegio: consiguiendo en un futuro que los cuatro grandes grupos internacionales de cruceros inviertan en el Port de Barcelona; la planificación de los flujos y de los impactos que generan los cruceros: ya estamos trabajando de cara el 2018 porque ya sabemos las escalas, los días punta... si trabajamos juntos podemos organizar, ordenar y

minimizar lo que puede generar este colectivo; y el impulso para la sostenibilidad: con medidas como aumentar las tasas de bonificación de un 5% a un 40% porque sean más sostenibles los barcos. Creemos en la línea de bonificaciones no la de tasas". Asimismo Martí Sarrate destacó "la posición contraria de ACAVe al proyecto de ley de medidas fiscales que incluye la ampliación de la tasa turística a las estancias de los cruceristas de menos de 12 horas, que hasta ahora, están exentas de esta tasa, considerando que puede tener una repercusión muy negativa para el sector". Finalmente, Martí Sarrate subrayó que desde ACAVe "seguiremos luchando en defensa de los intereses de nuestro sector y seguiremos apoyando esta infraestructura tan importante para la ciudad y para el turismo como es el Port de Barcelona y todo lo que representa". Los "Desayunos ACAVe" forman parte de las actividades que la Asociación ha programado para este 2017, destinados a sus asociados con la finalidad de favorecer el intercambio de información entre las instituciones que tienen una relación directa con la actividad turística.

**Workshops
ACAve 2017**

El 16 de marzo, ACAve celebró la 19ª edición del workshop en las Drassanes de Barcelona, iniciando así los **Workshops ACAve 2017**, que también se han celebrado en Málaga y Palma de Mallorca.

Los Workshops ACAve son uno de los encuentros más importantes del sector que tiene como objetivo dar a conocer las novedades y tendencias para la próxima temporada turística.

Martí Sarrate, destacó que *“seguimos consolidando el crecimiento ya iniciado desde hace 3 años. Las agencias de viajes han respondido con esfuerzo e innovación a las nuevas demandas de los ciudadanos. No podemos perder de vista que el cliente cada vez está mejor informado y es más exigente y somos nosotros quienes tenemos que dar respuesta”*. Sobre la cifra de crecimiento estimada para este año, Martí Sarrate explicó que como previsiones nos movemos en un 8%.

Asimismo, se destacó que la tendencia de los viajeros es realizar sus reservas con una mayor antelación, siendo conscientes que esta es la mejor forma de



De izquierda a derecha Santiago Escuder, Delegado Comercial Iberia, Martí Sarrate, Presidente de ACAve y Catiana Tur, Gerente de ACAve.

asegurarse las mejores condiciones para su viaje.

TENDENCIAS 2017

Los principales destinos nacionales para estas vacaciones veraniegas siguen siendo en Andalucía, Cataluña, 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. Se posicionan destinos cada vez más relevantes como son Murcia, con la Costa Cálida, y el País Vasco, con el turismo activo y gastronómico, destacando en todos ellos 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 Andorra, por su riqueza natural y el turismo de aventura.

En cuanto a los destinos de media distancia, las reservas se orientan principalmente a Europa con Flandes, Rusia, Croacia, Reino Unido, Islandia, Polonia o Escandinavia, además de las ya tradicionales capitales como Londres, París (esta última muestra una clara recuperación) y Roma, que siempre son de un indudable interés turístico, familiar, cul-

tural y gastronómico. También Marruecos, con una gran conectividad aérea, y se consolida el destino de las Islas Feroe, archipiélago formado por más de 18 islas entre Escocia, Noruega e Islandia.

En América del Sur y Centroamérica los destinos preferidos son República Dominicana, Perú, México, Costa Rica, Puerto Rico Cuba o Argentina. Estados Unidos, con Nueva York, Chicago o Miami, continúa con una demanda al alza.

África es uno de los destinos que continúa en crecimiento. Marruecos, Kenia, Isla Mauricio, Madagascar o Sudáfrica, siguen manteniendo una alta demanda en todos los productos destinados a los safaris y a playas.

En todos estos destinos es importante destacar la conectividad que ofrecen compañías como son Iberia, Qatar, Lan Tam, Aerolíneas Argentinas, Air France-KLM, Air Arabia Marroc o Royal Air Marroc.

Las aerolíneas como Qatar Airways han apostado por posicionar Doha como destino de conexión para millones de pasajeros y de atracción para visitantes internacionales. Royal Air Marroc ha inaugurado vuelos de Bilbao a Casablanca y también ha mejorado la conectividad a través del aeropuerto de Casablanca

dando la posibilidad de contactar los vuelos procedentes de España con más destinos en África con Nairobi y en América, Nueva York, Rio de Janeiro y Sao Paulo. También Atlantic Airways ha iniciado vuelos directos desde Barcelona y Palma de Mallorca a Vagar (Feroe), un bello archipiélago con 18 islas. Y la aerolínea chipriota Cobalt Air, comenzará a operar el 4 de abril con un vuelo directo desde Madrid a Lanarca. Iberia lanzará sus nuevos vuelos a Basilea cubriendo así la demanda hacia Alsacia en Francia y el área de la Selva Negra en Alemania. Finalmente, Air France y KLM ofrece 328 destinos en 118 países, presentado unos 53 nuevos destinos, como por ejemplo Cartagena de Indias, Minneapolis, Freetown (Sierra Leona) y Monrovia (Liberia) y desde la Península Ibérica se inauguran rutas desde Málaga a Amsterdam y de Palma de Mallorca a París.

Los cruceros se han convertido ya en una de las opciones elegidas para pasar unas vacaciones, por sus atractivos programas de viajes y el confort de sus na-

víos produciendo un incremento de salidas desde los puertos españoles. En el caso de Mundomar, ha aumentado los viajes con guía asistente, vuelos, traslados y estancias en destinos lejanos. Se ha consolidado en el mes de febrero los viajes a Sudamérica y en los meses de abril a octubre, el Sudeste Asiático. Con el destino de Japón, han creado un nuevo viaje en primavera y dos en agosto. Y en esta Semana Santa se inaugura un viaje Roma a Barcelona y se incorpora un nuevo buque a la flota, el Majestic Princess. En el caso de Norwegian Cruise Line presenta por primera vez itinerarios regulares desde Hamburgo y Southampton y también ofrecerán, en algunos casos, un paquete de crucero + vuelo. En mayo inaugurarán cruceros por Cuba, concretamente 30 cruceros de cuatro días desde Miami, con una estancia de una noche en La Habana. Se incorporará a la flota el Norwegian Joy (X? Yuè Hào) construido y diseñado en exclusiva para los clientes chinos.

Las cadenas hoteleras presentan tam-

bién cifras optimistas para esta temporada 2017, apostando por las Islas Canarias y Baleares, como es el caso de Sandos, donde aumenta el turista nacional así como Benidorm y Torremolinos, que siguen siendo destinos turísticos para el verano. Asimismo también han notado una progresiva desestacionalización de la demanda nacional.

Las empresas tecnológicas como son Amadeus, Beroni, Expedia Taap Travel Marketing, Schemetterling Travel y Travelport, presentaron también 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 autorreservas para la automatización de gestión turística.

Por último compañías de seguros como son AON, ERV, RACE y corredurías de seguros como New Risk o Winsartorio también presentaron las novedades en seguros de asistencia en viaje, así como en productos destinados a las agencias de viajes.

WORKSHOP Barcelona

Participaron en el workshop de Barcelona, que tuvo lugar el 16 de marzo en las Drassanes de Barcelona, un total de 56 expositores, destacando la participación de Iberia como proveedor invitado.

Las agencias de Viajes Catai, Island Tours, Kia Ora Travellers, Mapa Tours, South America DMC, Solo Madagascar Tours, Tadem Luxury Travel y Travelkids, **Viajes Tuareg** y Transrutas; **las compañías de cruceros** MSC Cruises, NCL, y Mundomar; **las empresas tecnológicas** Amadeus, Beroni, Expedia Taap, Pipeline, Schemetterling Travel y Travelport Gds / Galileo, **de seguros** Aon, Erv, New Risk, Race y Winsartorio; **las oficinas de turismo** de Andalucía, Andorra Encamp, Visit Flandes, Costa Cálida-Murcia, República Dominicana y Sud de France; **las cadenas hoteleras** Maritim Hoteles, AMR Resorts, Para-



dores de Turismo, y Sandos, y **compañías de transporte** Trasmediterránea, Iberia, Aerolíneas Argentinas, Air France, Apg, Hahn Air Lines, Air Lingus, Latam Airlines Group, Norwegian, Qatar, Royal Air Maroc, Summerwind, United Airli-

nes/Continental, Air Transat, Finnair, Czech Airlines, Cathay Pacific, Aerticket, Rent&Ride, Vueling; **espacios** como el IMS Betlem, Hard Rock Spain, Instant Credit estuvieron presentes en el Workshop de Barcelona.

WORKSHOP Málaga

Participaron en el workshop de Málaga, que tuvo lugar el 23 de marzo en el Hotel Barceló, un total de 39 expositores, destacando la participación de Iberia como proveedor invitado.

Las agencias de Viajes Catai, Mapa Tours, Politours, South America DMC, Solo Madagascar Tours, Tadem Luxury Travel y Travelkids, Viajes Tuareg y Transrutas; **las compañías de cruceros** NCL y Mundomar; **las empresas tecnológicas** Beroni, Expedia Taap, Pipeline, Schemetterling Travel y Travelport Gds / Galileo, **de seguros** Aon y Race; **las oficinas de turismo** de Andalucía, Alemania, Costa Cálida- Murcia, República Dominicana, Patronato Costa Brava, Turismo Torino; **las cadenas hoteleras** AMR Resorts, Marítim Hoteles, Pa-



radadores de Turismo, y **compañías de transporte** Aerticket, Air Transat, Air Arabia Maroc, Trasmediterránea, Iberia, Air France, Apg, Hahn Air Lines, Norwe-

gian, Qatar, Royal Air Maroc, Summerwind, Vueling; **espacios** como, Hard Rock Spain estuvieron presentes en el Workshop de Málaga.

WORKSHOP Palma de Mallorca

Participaron en el workshop de Palma de Mallorca, que tuvo lugar el 30 de marzo en el Hotel Nixe Palace, un total de 34 expositores, destacando la participación de Iberia como proveedor invitado.

Las agencias de Viajes Mapa Tours, Politours, South America DMC, Tadem Luxury Travel y Travelkids, Viajes Tuareg y Transrutas; **las compañías de cruceros** MSC Cruceros, NCL y Mundomar; **las empresas tecnológicas** Beroni, Expedia Taap, Pipeline, Schemetterling Travel y Travelport Gds / Galileo, **de seguros** Aon y Race; **las oficinas de turismo** de Andalucía, VisitFlanders; **las cadenas hoteleras** AMR Resorts ,



Marítim Hoteles, Paradores de Turismo, Sandos Hotels y **compañías de transporte** Aerolineas Argentinas, Aerticket, Apg, Trasmediterránea, Iberia, Hahn Air

Lines, Latam Airlines, Norwegian, Qatar, Royal Air Maroc, Summerwind, Vueling; estuvieron presentes en el Workshop de Palma de Mallorca.



Grupo de agentes de viajes ACAVe, participantes en el Famtrip en la Bisbal d'Empordà.

FAMTRIPS ACAVe

El pasado 2 de Marzo 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 conocer nuevas visitas y recursos que ofrece la comarca del Baix Empordà y para que dispongan de la mejor información en el momento de realizar la programación de sus viajes e incorporar nuevas ideas y

productos a sus programas y rutas. Dicho *famtrip* constó de un día con varias visitas, al Museo Terracotta de cerámica de La Bisbal d'Empordà, Visita al taller Puigdemont Cerámica Artesanal, Can Solivera elaboración de aceite artesanal, necrópolis medieval de Sant Esteve de Canapost y Visita de Cerámica Torres donde conocieron el proceso artesanal del diseño y el dibujo de murales de cerámica.

WEB ACAVeTRAVELLERS

La nueva web www.acavetravellers.com, es una plataforma tecnológica creada por ACAVe de promoción turística, innovadora y que mejora la experiencia de los viajeros en la contratación de sus viajes y ponen en valor el papel de las agencias de viajes en la organización y comercialización de servicios turísticos. Dicha web es un punto de referencia para los consumidores a la hora de buscar información sobre sus viajes, incluyendo información útil para viajar, los principales derechos de los pasajeros, avisos e incidencias de interés para los viajeros y un blog con artículos sobre viajes y recomendaciones. El Blog se presenta como un resumen de artículos de viajes redactados por las agencias de viajes asociadas que buscan ser una inspiración para el viajero a la hora de decidir su destino y se reco-

pilan en diferentes categorías (aventura, cultura, Naturaleza y Sol y Playa). Para hacer más fácil encontrar la agencia de viajes, se incluye un buscador de agencias por especialización, así como un geolocalizador de agencias ACAVe.



VIAJE LARGA DISTANCIA: KENIA Del 23 abril al 2 mayo de 2017

El próximo mes de abril, del 23 de abril al 2 de mayo 2017, ACAVe celebrará su viaje de larga distancia, en esta ocasión a KENIA. Se ha confeccionado un atractivo y completo programa que nos permitirá conocer este fascinante país, sus paisajes, su fauna y su naturaleza exuberante. En esta ocasión, contamos con la inestimable colaboración de Abercrombie & Kent y Qatar Airways.

Durante nuestra estancia, visitaremos Mount Kenia, la Reserva Nacional de Samburu, el Parque Nacional de Nakuru, el Lago Naivasha, la Reserva Nacional de Maasai Mara, finalizando el viaje en Nairobi.



JORNADA DE TOUR OPERADORES 10.03.2017

El 10 de marzo tuvo lugar, a bordo del MSC SPLENDIDA la Jornada de Tour Operadores ACAVe, con una participación de más de 100 representantes de agencias de viajes.

Martí Sarrate, Presidente de ACAVe presentó la Jornada y destacó “los tres elementos clave que definen a los Tour Operadores y que reflejan la fuerza del sector: calidad, profesionalización y tradición. Se ha mantenido la calidad en los momentos más difíciles de la crisis, la profesionalización ha quedado demostrada con nuevos servicios cómo el “todo incluido” o la adaptación al mundo online y, finalmente, la tradición: los tour operadores son una marca con muchos años y una larga trayectoria”.

La conferencia sobre “Las nuevas garantías de las agencias de viajes” a cargo de Catiana Tur, Gerente de ACAVe, versó sobre las nuevas garantías que ofrecerán las agencias de viajes en la organización y comercialización de viajes combinados, las cuales ampliarán las ya existentes en este momento.

Asimismo, Catiana Tur manifestó que “esta ampliación de las garantías se contradice con la desregularización del sector, que pretende llevar a cabo la Generalitat de Catalunya y esperamos que la denominación de agente de viajes sea exclusiva para aquellos empresarios que dispongan de garantías de viaje



combinado, pues en caso contrario, si se generaliza la misma, para el consumidor, será muy difícil distinguir entre las empresas que disponen de garantías de aquellas que no”.

La mesa redonda sobre “El canal de distribución: El valor de los TT.OO” que fue moderada por Ricard Plans, Vicepresidente de Tour Operación ACAVe y Director Comercial de Transrutas contó con la participación de Óscar Gutiérrez, Jefe de Ventas de MSC Cruceros, S.A.U.; Fernando Sánchez, Director General de Catai Tours, Rafael García-Planas, Director General de Bontur Viajes y Javier Zuazola, Gerente de Travel Advisors Guild. El tema principal se centró en la relación entre las agencias de viajes y los tour operadores; tales como la adaptación que los mayoristas han tenido que ejercer a lo largo de estos años a las nuevas tecnologías, las demandas de las agencias de viajes a los mayoristas para responder a nuevas peticiones de los clientes y el valor añadido que

los TTOO ofrecen a las agencias de viajes.

Óscar Gutiérrez, Jefe de Ventas MSC Cruceros S.A.U., sobre la relación entre la venta de cruceros y las agencias de viajes destacó que “hasta el 2011, el único canal para nosotros era la agencia de viajes. Con la crisis, se inicia la venta directa por parte nuestra. MSC Cruceros ha vendido escasamente un 4% de su venta anual del 2011 al 2016. La agencia de viajes ha vendido un 96% de las ventas de cruceros, por tanto la agencia de viajes es para nosotros imprescindible y necesaria. Seguimos apostando y manteniendo nuestra confianza y nuestra venta en las agencias de viajes”.

Fernando Sánchez, Director General de Catai Tours explicó como “TTOO llevamos años aplicando la innovación en muchos de nuestros servicios siendo conscientes que además formamos todos una heterogeneidad muy amplia. Podemos no dar valor añadido a algunas agencias de viajes más especializadas,



pero esto es totalmente compatible con el resto de nuestros servicios. Nosotros estamos para ayudar a la agencia de viajes. Aquí no hay verdades absolutas”. Rafael García-Planas, Director General de Bontur Viajes, sobre su relación con TTOO explicó que “antiguamente compraba más mayorismo que ahora. Me daban precio, sabían más... todo esto ha cambiado. Si alguien no me da un valor añadido como agencia de viajes no me sirve. El cliente cada vez tiene más conocimiento, está más informado y nos pide más. Los TTOO pueden ofrecernos muchas ventajas a las agencias de viajes pero a veces no saben venderse bien”.

Javier Zuazola, Gerente de Travel Advisors Guild explicó que “hablar en general de la tour operación no es fácil, porque somos muchos y con unas tipologías totalmente diferentes. La venta transaccional tampoco tiene nada que ver con la consultiva. Como agencia asumimos unas responsabilidades y nuestros corresponsales tienen que ser de plena confianza. Nuestra relación con los mayoristas es así. El TTOO te ofrece una versatilidad, experiencia y si tu agencia es pequeña, un equipo de gente, que es de total ayuda. Hablamos de knowhow pero no debe ser fácil para un TTOO. Nosotros como agencias de viajes tenemos un único producto: el mundo, y eso es muy difícil de gestionar”. Finalmente todos ellos han coincidieron en que la colaboración entre agencias de viajes y mayoristas es totalmente necesaria e imprescindible. También, de cara a las garantías, consideraron que es del todo importante informar al consumidor que lo más seguro es contratar el viaje con una agencia de viajes legalizada y que disponga de todas las garantías.

Martí Sarrate, cerró la Jornada y destacando “la honestidad de la tour operación y los esfuerzos que hace para innovar y poner al abasto nuevos productos en el mercado. Así como también, quiso destacar el esfuerzo de las agencias de viajes durante todos estos años de crisis y el apoyo que reciben muchas veces de TTOO especializados. Finalmente, todos estos valores que hemos puesto hoy a debate, sirven para reflexionar todos juntos e ir unidos para conseguir nuestros objetivos”.



Ponencia del Sr. Javier López y Eva González de CLM Asesores, en la jornada fiscal del pasado 21 de febrero.

JORNADA FISCAL. NOVEDADES FISCALES Y CONTABLES

ACAVe organizó dos seminarios fiscales impartidos por el Sr. Javier López y Eva González del despacho C.L.M Asesores, que tuvieron lugar el 21 de Febrero en las Salas de Fomento de Treball de Barcelona y el 10 de Marzo en la Sede de ACAVe Madrid, que contaron con la par-

ticipación de más de 100 asistentes. El seminario se estructuró en diversos apartados: Novedades en IVA y Reglamento de Facturación, Modificación de la LGT: Restricciones a la concesión de aplazamientos, y la modificación del Impuesto de Sociedades (LIS).

CURSOS FORMACIÓN ACAVe

En el sector de las Agencias de Turismo se ha producido un cambio drástico de modelo de negocio, dado que su público objetivo ha cambiado la forma de adquirir productos y servicios.

Desde ACAVe queremos cubrir todas las necesidades formativas que una Agencia de Viajes requiere en la actualidad para adaptarse a los modelos de negocio digitales y así hacer frente a las necesidades de sus clientes. Con este objetivo ACAVe lanzó tres Cursos Formativos, enfocados a aportar a nuestros asociados un conocimiento especializado y en los cuales ya han participado más de 40 asistentes en cada una de las formaciones.

DÍA 22 de FEBRERO BARCELONA

Uso de herramientas para el trabajo en equipo y planificación con Kanban.

21 y 22 de MARZO BARCELONA

Email Marketing (Active Campaign).

DÍA 4 de MAYO BARCELONA

Cómo crear planificación de contenidos web/blog y redes sociales

DÍA 17 de MAYO MADRID

Cómo crear planificación de contenidos web/blog y redes sociales

AAVOT nos informa...



AAVOT LUCHA CONTRA EL INTRUSISMO PROFESIONAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

La Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria (AAVOT) pone en marcha una campaña contra el intrusismo en el sector de las agencias de viajes. El objetivo tal y como explica el presidente del colectivo, Eduardo García, es "concienciar al usuario" recomendando que se acuda a un agente de viajes titulado que cumpla con los requisitos y garantías en la venta del viaje a la hora de preparar sus vacaciones.

El intrusismo sigue siendo una de las grandes lacras del sector. Más allá del devastador impacto que ha tenido en el consumo la crisis económica y el peso creciente de las ventas on-line, la agencia tradicional continúa sufriendo la competencia ilegal proveniente de diversas entidades y organizaciones.

Desde AAVOT se ha detectado un aumento del número de empresas que venden y organizan viajes de forma ilegal en los últimos años, "perjudicando al sector y al consumidor". "Parece que todo el mundo sabe organizar un viaje pero nada ni nadie ofrece más garantías al consumidor que una agencia de viajes, además de su trato profesional", explica García.

Diego Corral Salas, abogado de AAVOT, recuerda que este perjuicio es una conducta de intrusismo profesional sancionada administrativamente conforme al Art. 58.1 Ley 5/1999 de Ordenación del Turismo en Cantabria al amparo del artículo 24 del Decreto 168/1994 de Reglamentación de las agencias de viajes y hace saber del seguimiento que desde la asociación se está llevando a cabo, habiendo realizado múltiples denuncias.



De izquierda a derecha: Diego Corral, Elena Yllera, Asunción Díaz y Eduardo García

"Las sanciones se están tipificando como muy graves, pudiendo conllevar multas económicas de 6.000 hasta 30.000 euros, además de inhabilitaciones con un período de hasta 3 años para recibir ayudas y subvenciones. En los últimos tiempos se han realizado multitud de denuncias, dando seguimiento a las mismas hasta su resoluciones".

A su juicio, esta amenaza puede combatirse con la implicación de la administración, concienciando al consumidor final de que la realización de viajes combinados sin la asistencia de un profesional, además de ser ilegal supone un riesgo y la imposibilidad de reclamar si sus derechos son conculcados, "la garantía de un profesional, ni la posibilidad de reclamación, se pierde si se acude a la contratación de un viaje a quien actúa al margen de la legalidad". Los viajes "ilegales" no cuentan con los seguros obligatorios de responsabilidad civil, con las garantías de reclamación a un profesional que cuenta con todos los controles y exigencias administrativas, el hecho de adquirir un producto

o servicio al margen de la legalidad implica asumir un riesgo de que la prestación de servicios venga asociada a una estafa o a una prestación defectuosa, dado que al carecer absolutamente de posibilidad de reclamar o ser prestado por personas que operan al margen de la ley ¿Cómo les vas a reclamar?.

Por ello, para evitar que las vacaciones que llevas esperando todo el año o el viaje con el que llevas soñando no se convierta en una pesadilla sin posibilidad de poner reclamación o demanda, AAVOT sugiere que se acuda a una agencia de viajes con todos los permisos para "evitar sorpresas y disgustos". En caso de que el particular sospeche la mínima ilegalidad debe de denunciar de inmediato ante la Dirección General de Turismo y/o Consumo.

Desde AAVOT se está trabajando para inspeccionar y detectar todos los casos de intrusismo y prevenir su penetración en el mercado, con el fin de poner freno a estas prácticas.



AEVISE nos informa...



AEVISE Y LA OET DE PARÍS MUESTRAN UNA SEVILLA DIFERENTE A EMPRESARIOS TURÍSTICOS DEL MERCADO FRANCÉS

La Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla, AEVISE, en colaboración con la Oficina Española de Turismo de París y otras entidades públicas como Turismo Andaluz, PRODETUR y el Consorcio de Turismo del Ayuntamiento de Sevilla, han organizado durante el presente fin de semana, del 3 al 5 de marzo, un encuentro profesional con empresas del sector turístico del mercado francés, con la finalidad de dar a conocer y mostrar los atractivos de la ciudad de Sevilla y su provincia. Durante estos tres días, este grupo de empresarios franceses conocerán y visitarán varios emplazamientos emblemáticos de Sevilla como el Real Alcázar, el Palacio de las Dueñas y el histórico Hotel Alfonso XIII, y pasearán por las calles del Barrio de Santa Cruz. Asimismo, conocerán diferentes localidades de la provincia, entre ellas Carmona, La Rinconada, Gerena y San Juan de Aznalfarache, que ofrecerán a los visitantes la posibilidad de descubrir otros recursos de gran interés turístico que se esconden a menos de 40 kilómetros del centro de la ciudad.

En palabras de Miguel Rodríguez, Consejero de la Junta Directiva de AEVISE, "esta iniciativa del sector de las Agencias de Viajes de Sevilla tendrá continuidad en otros mercados, si bien hemos querido comenzar con el francés al ser el primer emisor de turistas hacia nuestro territorio y que ha tenido un crecimiento del 14% a lo largo de 2016".

Al acto de presentación, que ha tenido lugar en el Hotel Barceló Renacimiento,



han asistido representantes de varias agencias miembros de la Asociación (Avinter Travel, Viajes Macarena, Viajes Pino, Triana Viajes) y ha contado con una importante representación institucional: D. Antonio Conde, Vicepresidente de Prodetur; D. José Manuel Girela, Delegado de Turismo de la Junta de Andalucía; D. Amador Sánchez, Gerente de Prodetur; D. Antonio Jiménez, Gerente del Consorcio de Turismo; D. Gaspar Sáez, Director Regional de Barceló Hotel Group; y D. José Manuel Lastra, Presidente de AEVISE.

Sobre AEVISE

La Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla tiene como objetivo principal la representación, gestión y defensa de los intereses profesionales y

empresariales de sus asociados. Para ello promueve la cooperación y la unidad entre sus miembros; facilita análisis y estudios sobre cuestiones laborales, fiscales, económicas y crediticias relacionados con las Agencias de Viaje; y mantiene relaciones y acuerdos con las instituciones y organizaciones que tengan vinculación con el sector turístico. AEVISE está integrada en la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) que aglutina a 19 Asociaciones Empresariales de distinto ámbito territorial, en las que están integradas más de 3.000 empresas con estatuto jurídico de Agencias de Viajes en toda España, sumando una cantidad cercana a los 4.500 establecimientos con un volumen de empleo que ronda los 50.000 trabajadores.





FECLAV nos informa...



EL II CONGRESO DE AGENCIAS DE VIAJE DE CASTILLA Y LEÓN DIBUJA UN FUTURO ESPERANZADOR PARA EL SECTOR

Ávila acogió el pasado día 11 de marzo, el II Congreso de Agencias de Viaje de Castilla y León, que ha reunido en el Centro de Congresos y Exposiciones 'Lienzo Norte' a 72 profesionales de la región, además de una quincena de alumnos de la Escuela de Turismo de la USAL en la capital abulense.

Durante todo el día se han analizado los retos y fortalezas del sector, profundizando en aspectos como el IVA o la comercialización del producto turístico. Además, 21 proveedores han participado en el work site instalado en el hall del centro ofreciendo sus servicios.

"Estamos muy contentos con la participación registrada", ha señalado Maite Veneros, presidenta de la Asociación de Agencias de Viaje de Ávila (ASAVIA), el colectivo encargado de organizar el congreso que el año pasado, en su primera edición, se celebró en Valladolid. Tras agradecer la unión mostrada por los profesionales del sector, ha desta-

cado la importancia que tienen este tipo de eventos para, por un lado, dar a conocer Ávila y, por otro, demostrar que la Federación Castellano y Leonesa de Asociaciones de Agencias de Viajes (FECLAV) "va a más" a pesar de ser un colectivo constituido hace poco más de dos años.



El presidente de FECLAV, Pablo Parrilla, se ha mostrado esperanzado con el futuro del sector y con sus posibilidades de negocio. Desde la Federación regional, un colectivo "joven", continuarán trabajando por "potenciar, dinamizar y vertebrar esa colaboración que durante tiempo no hemos podido tener porque no existíamos". En este sentido, animó a los profesionales de las agencias de viaje a "colaborar y trabajar" con FECLAV.

Por su parte, el presidente de CONFAE, Juan Saborido, ha asegurado que es "un día grande para Ávila y su provincia" porque los "pequeños empresarios han

vuelto a demostrar que la unión os hace enormes", en referencia a los profesionales de las agencias de viaje.

También les agradeció "el bien que hacen por la economía de las ciudades y provincias".

En la inauguración del congreso también han participado el alcalde de Ávila, José Luis Rivas; el diputado provincial de Turismo, Rafael Pérez, y el jefe de servicio territorial de Cultura de la Junta de Castilla y León, Alejandro Núñez. Todos ellos han subrayado tanto el potencial turístico



abulense como la profesionalidad de las agencias de viaje.

Además, se ha contado con la presencia del presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego. "Desde hace aproximadamente un año y medio podemos decir que el sector se ha recuperado de la crisis y hay datos que lo demuestran: durante el 2016 se vendió un 12 por ciento más de viajes en nuestro país y, con fecha de enero, hemos crecido en trabajadores en nuestro sector un 5 por ciento respecto al mismo mes del año anterior", ha dicho instantes antes de que se inaugurara el congreso.

Una nota distintiva del congreso ha sido su apuesta por estrechar los lazos universidad-empresa a través de la participación de la Escuela de Turismos de la USAL en Ávila. Este centro no solo ha participado aportando expertos en las ponencias, sino que sus alumnos, además de asistir como público (pues ellos son el futuro del sector), han colaborado en la logística del evento.

Hay que señalar que FECLAV firma un convenio tanto con esta universidad como con el destino Caravaca de la Cruz, muy presente en la jornada de hoy.

AVIBA nos informa...



MÁS DE UN CENTENAR DE AGENCIAS ASISTEN AL I WORKSHOP DE AGENCIAS DE VIAJES DE BALEARES ORGANIZADO POR AVIBA

El pasado 30 de marzo, en el Centro de Convenciones del Hotel Gran Meliá Victoria de Palma de Mallorca, se celebró el **I Workshop de Agencias de Viajes** organizado por AVIBA. Un encuentro que reunió a más de un centenar de profesionales del sector interesados en poner en común el conocimiento y las estrategias de negocio relacionadas con los viajes. Para el presidente de la Agrupación, Toni Abrines, este I Workshop ha supuesto un punto de partida a futuras convocatorias y en su discurso de bienvenida destacó la importancia de las agencias de viajes, referentes en la sociedad balear, porque, tal y como apuntó Abrines, *“vivimos en una comunidad autónoma en la que todos, directa o indirectamente, vivimos del turismo. Tenemos entre manos el motor económico de nuestra tierra, de nosotros depende en gran medida la imagen que se proyecta de nuestras islas en el exterior y que seamos un lugar de ensueño para todos aquellos que nos visitan. Pero también debemos velar por las ilusiones de nuestros residentes, para organizarles esos viajes que tanto ansían en sus vacaciones”*.

El evento contó con el apoyo de CEAV, a través de su presidente Rafa Gallego, y del Gobierno de las Islas Baleares, mediante la presencia del consejero de Movilidad, Marc Pons, quien auguró una excelente temporada turística y avanzó que el Ejecutivo balear está trabajando para mejorar la conectividad aérea y el descuento de residente marítimo.



Los presidentes de CEAV y AVIBA, Rafa Gallego y Toni Abrines, con el consejero de Movilidad de las Islas Baleares, Marc Pons y miembros de la Junta Directiva de AVIBA



Toni Abrines, presidente de AVIBA, y representantes de agencias de viajes asociadas a la agrupación.

AVIBA EXPRESA SU SATISFACCIÓN POR HABER CONSEGUIDO FRENAR LA RESOLUCIÓN DE FOMENTO EN LOS DESCUENTOS DE RESIDENTE GRUPOS, EMPRESAS Y TOUR OPERACIÓN

Tras meses de incertidumbre en las Islas Baleares sobre la decisión del Ministerio de Fomento de mantener vigente o suspender el descuento de residente para aquellos viajeros que viajaban con tarifas de grupo, empresa o tour operación, el Ministerio se ha pronunciado de manera favorable para los intereses de Baleares y Canarias. De esta manera, y gracias a la presión ejercida por la Confederación Española de Agencias de Viajes, CEAV, y la Agrupación de Baleares, AVIBA, el ministerio ha dejado sin efecto la reso-

lución de la Dirección General de Aviación Civil, de 27 de octubre de 2016.

A partir de ahora, la medida se prorrogará de manera indefinida hasta que se llegue a un consenso. Para ello, el ministerio de Fomento convocará unas mesas de trabajo para que entre todos se encuentre una solución al fraude que se ha cometido con los descuentos de residentes.

El presidente de AVIBA, Toni Abrines, ha aprovechado para recordar a sus

asociados la importancia que tiene el asociacionismo, crear músculo entre todos porque “nuestra voz se hace fuerte cuando somos más y ha demostrado que, después de esta decisión de Fomento, CEAV y AVIBA salen reforzadas y con más ánimo para seguir representando los intereses de nuestros ciudadanos, especialmente en materia de medios de transporte, porque es un sector verdaderamente importante para los isleños.

AVASALnos informa...



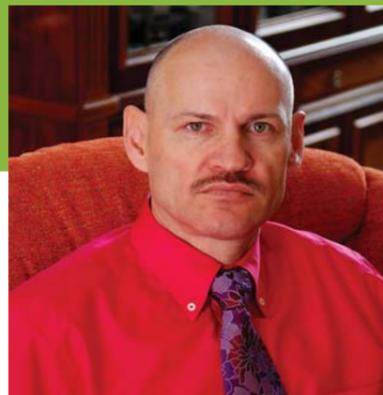
TOMAS KOMUDA, REELEGIDO PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE AGENCIAS DE VIAJES DE ALMERÍA, ASAVAL

La Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Almería, ASAVAL, ha celebrado su Asamblea General Electoral, en la que Tomas Komuda ha sido reelegido presidente. El nuevo equipo dire-

ctivo ha quedado formado además por Onofre Muñoz Martínez, secretario y Diego Crespo Aguilera, vocal.

La Asamblea valoró positivamente la incorporación de Asaval a la Federación Andaluza de Agencias de Viajes, CEAV Andalucía, cuya firma de constitución tuvo lugar en la reciente edición de FITUR, y que va a reforzar la unidad de acción del sector andaluz de agencias de viajes y el impulso de las relaciones entre los diferentes actores del sector turístico.

ASAVAL también mostró su preocupación por el intrusismo en el sector y las ofertas irregulares de viajes que se realizan fuera del marco de la ley. Una competencia desleal que impide a los clientes obtener las garantías necesarias en caso de cualquier reclamación o contra-tiempo. En este sentido, la nueva directiva anunció que en los próximos días



emprenderá nuevas acciones para atajar el intrusismo.

Por último se informó de la jornada técnica que la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ya ha celebrado del 2 al 5 de marzo en Würzburg, Alemania y en la que los agentes han asistido a diversos foros, entre otros, sobre los nuevos cambios en las garantías de las agencias de viajes en las diferentes comunidades autónomas para casos de quiebra e insolvencia, sobre la consolidación aérea, o las rutas turísticas; como especialización en las agencias de viajes.

MIEMBROS ADHERIDOS CEAV

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.



La estabilidad de tu agencia de viajes, protegida

Invertir en un buen seguro de Responsabilidad Civil es vital para ti como propietario.

Llevar más de 20 años "escuchando" a las agencias de viajes nos ha convertido en los LÍDERES en ofrecer soluciones aseguradoras para el sector turístico.



Ofrecemos soluciones para reclamaciones por:

- Insolvencia de proveedores
- Daños morales
- Errores al emitir seguros de asistencia en viaje
- Reclamaciones directas contra propietarios o directivos de las agencias
- Posibilidad de incluir el Seguro de Daños de tu local en la póliza de Responsabilidad Civil
- Reclamaciones derivadas por infracciones de la LOPD

Tfno. 93 366 25 74 | Tfno. Asistencia Booking: 93 366 26 02
Vía Augusta, 252-260 | 08017 Barcelona | www.taeds.com | www.aon.es



Aon Gil y Carvajal S.A. Correduría de Seguros, entidad inscrita en la D.G.S. con la clave J-107, y provista de capacidad financiera y seguro de responsabilidad civil profesional conforme con lo dispuesto en la Ley 26/2006 de 17 de julio de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados.



te por sus diseños: arquitectura, interiorismo, diseño gráfico..., hasta elementos de uso diario como utensilios.

El clima y la situación geográfica condicionan y mucho el estilo de vida de los noruegos. La capital está situada en la cabecera del fiordo del mismo nombre y está rodeada por cerros y montañas. El clima continental húmedo se caracteriza por veranos frescos y temperaturas máximas que entre junio y agosto pueden llegar por encima de los 30° C. Los inviernos son largos y fríos, aunque éstos no suelen ser extremos debido a su cercanía al mar Atlántico. La temperatura media es de -7° C en los meses de enero y febrero. Otro de los factores que condicionan la vida diaria son las horas de la luz diurna, apenas unas 6 horas durante el invierno y días muy largos de hasta 18 horas de sol en verano. No obstante, a los noruegos les encanta estar al aire libre y tanto en verano como en invierno se dedican a multitud de actividades en el exterior que tienen a su alcance. Bicicletas, deportes de invierno en todas sus modalidades, senderismo, deportes náuticos de toda clase, museos al aire libre y parques invitan a salir de casa. Si a todo esto añadimos una excelente red de transporte público y los preciosos paisajes que rodean la ciudad, no es de extrañar que los fines de semana todo Oslo esté en la calle. Durante el invierno, a pocos kilómetros del centro de la ciudad, se encuentra el barrio de Holmenkollen, un área de recreo que cuenta con su famoso trampolín de saltos de esquí. Os animo a subir y

experimentar la sensación que sienten los saltadores mirando hacia abajo -la verdad es que impresiona. También se puede visitar un pequeño pero muy logrado museo dedicado a este deporte. Alrededor existen multitud de pistas de esquí de diferentes niveles de dificultad. Estos mismos en verano se convierten en pistas para las bicicletas y el senderismo. Los que no son tan aficionados a este deporte encuentran multitud de atracciones en la ciudad. Para empezar lo recomendable y casi imprescindible es adquirir Oslo Pass. Este boleto nos proporciona transporte gratuito, entradas a numerosos museos, al mencionado trampolín de saltos y su museo, acceso gratuito a las piscinas públicas,

“En Oslo hay muchos y muy interesantes museos. Cabe destacar la calidad de las instalaciones; todas son impecables.”

aparcamiento gratuito en los aparcamientos municipales y descuentos para muchas otras atracciones y actividades. En Oslo hay muchos y muy interesantes museos. Cabe destacar la calidad de las instalaciones; todas son impecables. Se necesitan algunos días para poder visitarlos, pero merece la pena. Los “imprescindibles” son: El Museo Kon-Tiki, de los Barcos Vikingos, del Pueblo Noruego, de Munch, Museo del Esquí en Holmenkollen, la Galería Nacional y el museo Marítimo Noruego donde se

Oslo, la capital de Noruega

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

Oslo, la capital de Noruega, es la tercera ciudad más grande de Escandinavia, después de Copenhague y Estocolmo. Se estima que en su área urbana vive casi un millón de personas y otro medio millón más en su área metropolitana. Convertida en la capital en el año 1314, perdió su estatus capitalino después de la unión de Noruega con Dinamarca. También cambió su nombre pasan-

do a llamarse Cristiania, después de un gran incendio que arrasó la ciudad en el año 1624, recuperándolo el día 1 de enero de 1925. Fundada alrededor de la mitad del siglo XI, empezó a tener importancia a principios del siglo XIV cuando el rey Haakon V decidió establecer ahí su residencia permanente, ordenando construir el castillo Akershus. Varios incendios a lo largo de

los siglos destruyeron la ciudad, pero en todas las ocasiones fue reconstruida. Hoy día Oslo es una ciudad que encontró un perfecto equilibrio entre su historia y los tiempos modernos. Podemos encontrar muchos ejemplos de “convivencia” en muy buena armonía de antiguos edificios con otros más modernos y vanguardistas. No en vano Noruega es famosa mundialmen-



“Una ciudad muy bonita, muy amigable y cómoda para los visitantes, con multitud de atracciones de toda índole y para todos, desde niños pequeños hasta bisabuelos.”



encuentra la nave polar Fram, la más resistente del mundo. Además de éstos es de obligada visita el Ayuntamiento de la Ciudad de Oslo, donde se entrega el premio Nobel de la Paz y donde se pueden visitar casi todas las salas que son espectaculares. Todo esto sin olvidar el increíble parque Vigeland, el más visitado del país, nombrado en honor del famoso escultor noruego Gustav Vigeland. Decenas de preciosas

esculturas al aire libre están ahí para contemplar incluido el famoso Monolito, una obra de 17 metros de altura esculpida en un monolito de granito con 121 figuras humanas entrelazadas, obra de un genio. Pero todavía nos quedan más atracciones. El castillo y la fortaleza de Akershus que desde una colina domina la ciudad, el Palacio Real con sus guardias a la entrada y donde no se ven ningunas medidas extremas de seguridad, cosa que es de agradecer, Ekebergparken que es otro parque de esculturas de artistas internacionales de renombre. Operahuset (la Ópera de Oslo) es un aparte. Una maravilla diseñada por el estudio de arquitectura noruega Snøhetta, inaugurada en el año 2008. Inspirada en un témpano de hielo emergiendo del mar, esta obra de mármol blanco de Carrara y cristal puede acomodar casi 1.400 espectadores y su escenario principal se encuentra a más de 15 metros bajo del nivel del mar. Éste ha sido el proyecto ganador del Festival Mundial de Arquitectura del año 2008. Da igual desde donde se contemple este magnífico edificio -impresiona. Además, está rodeado por una serie de modernos edificios de un alto valor arquitectónico. El conjunto es espectacular. El centro de la ciudad

(el casco antiguo) también es digno de mención. Calles llenas de vida, bares, cafés, restaurantes con comidas de todas las partes del mundo, edificios neoclásicos, todo esto lleno de gente que disfruta de su elevado nivel de vida. La ciudad no es precisamente de las baratas, ni medianamente baratas, ni medianamente caras: es cara. Los lugareños dicen que no es para tanto, probablemente para ellos no. Esto no quiere decir que sea prohibitivo visitar Oslo. Se puede, pero hay que planificar bien y aprovechar algunas de las posibilidades que nos brinda, como el mencionado anteriormente Oslo Pass.

Se nota y bastante, la masiva llegada de inmigrantes, pero de momento esto no presenta mayor problema y la seguridad es absoluta. En ésto, seguramente ayuda la educación de los noruegos. Para ellos la palabra corrupción prácticamente no existe, las leyes se cumplen y se les aplica de igual manera tanto a los locales como a los foráneos que se han establecido o quieren establecerse en el país. Hay que reconocer que para los visitantes las infraestructuras son buenas, muy buenas. A lo mejor las habitaciones de los hoteles de mediana categoría pueden resultar un poco pequeñas comparándolas con nuestros estándares, pero los establecimientos son limpios, el personal atento y amable y todo funciona bien.

Para terminar una curiosidad; en pocos lugares del mundo desarrollado he visto tantos cochecitos con bebés...por algo será. Resumiendo: a pesar de que no es un destino barato, merece la pena hacer un esfuerzo para visitar Oslo. Una ciudad muy bonita, muy amigable y cómoda para los visitantes, con multitud de atracciones de toda índole y para todos, desde niños pequeños hasta bisabuelos. Para los más atrevidos -intenten Oslo en invierno, es espectacular.



Somos los más puntuales para que tú lo disfrutes

Hemos sido reconocidos como la aerolínea más puntual del mundo en 2016. Y lo hemos conseguido para que llegues a tiempo de recibir ese abrazo que te espera en tu destino. Porque cada vez que mejoramos lo hacemos pensando en ti.

Bienvenido a la aerolínea más puntual del mundo, la tuya.



Iberia ha sido la aerolínea más puntual del mundo en llegadas en 2016, según FlighStats.

construimos

contigo

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

ceav Confederación Española de Agencias de Viajes



www.ceav.info