

Núm. 37 / JUNIO 2017

Mundo inédito

LA REVISTA VIAJERA DE LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE VIAJES

AUSTRALIA: la inmensidad
del sur del Pacífico

DUBAI: el rico emirato
del Golfo Pérsico



PRESUPUESTOS EXPRESS

HAZ TUS SUEÑOS VIAJEROS REALIDAD EN 5 MINUTOS
CALCULA EL PRECIO FINAL DE TU VIAJE CON TRAVELPRICER



CATAI

viajemos

Touroporador líder en Grandes Viajes con más de 35 años de experiencia. Especialistas en viajes a medida y de novios. Con las mejores líneas aéreas y cuidada selección hotelera.



TRAVEL PRICER

Prueba las ventajas de Catai Travel Pricer, nuestra herramienta de presupuestos y reservas on-line de grandes viajes.

www.catai.es



ceav Confederación Española de Agencias de Viajes

CEAV
Confederación Española de Agencias de Viajes

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

Presidente: Rafael Gallego Nadal

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

Directora comercial: Cristina Bou

Coordinación de contenidos: Mercedes Tejero, Román Hereter

Dirección periodística: Román Hereter

Directora de arte: Raquel Pérez

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

Depósito Legal: B-19.287-2004

Junio 2017

Editorial



Me complace una vez más dirigirme a todos vosotros constatando una recuperación en el turismo emisor que se suma a los buenos datos del receptor que ya venimos cosechando en los últimos años. La buena Semana Santa y las ventas del verano así lo demuestran y nos auguran una muy buena temporada acompañada de la recuperación económica que aunque más lentamente de lo que nos gustaría, viene afectando positivamente a cada vez más capas de la población de nuestro país.

Las nuevas conexiones aéreas de Iberia a Japón, de Korean Air a Seúl y de Norwegian a Estados Unidos, son, sin duda, buenas noticias que acercan los destinos y acaban abaratando los costes de transporte, lo que sin duda contribuye a mayores oportunidades de programación para nuestras agencias y touroporadores emisores y más plazas para nuestros visitantes.

Paralelamente, la mayor actividad de oficinas extranjeras de promoción turística como las de Austria, Alemania o Japón, está dando sus frutos y contribuye decisivamente a que estos sean algunos de los destinos más demandados de cara a unas próximas vacaciones veraniegas.

Esta temporada estival ha venido marcada por el anuncio de British Airways e Iberia de que a partir del 1 de noviembre próximo cobrarán por reserva hecha vía GDS un cargo de 9,50 euros por componente tarifario. CEAV ha manifestado su total y rotundo rechazo a la decisión adoptada por dichas aerolíneas de cobrar un suplemento en todas las reservas realizadas vía GDS como nueva estrategia de distribución, dado que supone un incremento encubierto de precios, al superar, ampliamente, el coste de los GDS para ellas. Además, lamenta que esta decisión haya sido adoptada de forma inesperada, sin previo aviso y sin haber consultado en ningún momento su puesta en marcha con ninguna asociación profesional. Estamos en permanente contacto con ECTAA, ESSTA, WTAAA y FOLATUR porque es un tema global: CEAV está recabando información y estudiando los posibles escenarios.

Pasada ya la época de los workshops, en CEAV seguimos trabajando en la defensa de los intereses de las agencias de viajes y preparando la cena de la ya quinta edición del distintivo Matilde Torres a celebrar en octubre y la IV Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes en noviembre.

Como canario, me congratula especialmente que haya sido en mi tierra donde se haya presentado el pasado 12 de junio, conjuntamente por los ministros de Energía, Turismo y Agenda Digital, Álvaro Nadal y del Interior Juan Ignacio Zoido, el Plan de Turismo Seguro 2017. Ya me referí en el editorial de la revista de enero que coincidió con FITUR al buen trabajo y profesionalidad de la Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado y es evidente que si seguimos con la tranquilidad de la que venimos disfrutando en los últimos años, cada vez tendremos más turismo receptor que podrá disfrutar de nuestros múltiples atractivos.

Y antes de deseáros a todos un muy feliz verano, también me satisface poder confirmar que el sector de las agencias de viajes está en auge y que nuestro canal supone más de un 80% de las ventas de las aerolíneas. Ahora sí, buen trabajo y feliz verano a todos.

Rafael Gallego Nadal
Presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes



Foto portada: Muchacha aborigen australiana en Alice Springs. Fotografía: Román Hereter

WE

 SUMMER

Este verano, llevamos a tus clientes a recorrer las playas de España.

PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTA EN WWW.VUELING.COM/AGENCIAS O EN EL BLOG DE AGENCIAS A TRAVÉS DE WWW.PARTNERS.VUELINGNEWS.COM.



Sumario

- 06 **NOTICIAS breves**
- 28 **Bienvenida y programa de la 4ª CUMBRE DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES** que se celebrará del 1 al 3 de Noviembre en Valencia.
- 34 **ENTREVISTA: Juan Espadas, Presidente de la Red de Ciudades AVE.**
- 39 **REFLEXIÓN** La vía hacia **el éxito**, ¿corto, medio o largo plazo? - No estamos en época de cambios, si no ante un **cambio de época - Gestionar bien**, la opción de sostenibilidad **Turismofobia** - Cambios globales - Movilidad, transversabilidad - Factores del turismo... **atrás y adelante...** Por Martin Sarrate, Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVe.
- 40 **AUSTRALIA: La inmensidad del sur del Pacífico. Para algunos, la isla más grande de la tierra, para otros, el continente más pequeño.** Texto y fotografías: Román Hereter.
- 58 **LA GRANJA DE SAN ILDEFONSO, un pequeño Versailles en la Sierra de Guadarrama.** Texto y fotografías: Carlos González.
- 62 **THE BASQUE ROUTE, una ruta de 7 etapas por la diferentes caras de Euskadi.** Un destino perfecto para recomendar a tus clientes.
- 68 **LAS ASOCIACIONES INFORMAN**
- 76 **PARÍS Y SU REGIÓN, un destino turístico de excepción.**
- 80 **EXPERIENCIA VIAJERA: Dubai, el rico emirato del Golfo Pérsico.** Texto y fotografías: Tomás Komuda de Viajes Jairán. Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Almería.



CEAV apuesta por la innovación y la tecnología en la cuarta edición de su Travel Night

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), con el respaldo de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) y la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) organizaron la cuarta edición de su Travel Night.

El workshop anual de CEAV, que tuvo lugar el pasado jueves 11 de mayo en el Hotel Miguel Ángel de Madrid, crece cada año y bate en 2017 su récord de participación de más de 60 compañías expositoras entre empresas de servicios, destinos turísticos nacionales e internacionales, aseguradoras, cadenas hote-

leras, ferrocarriles, líneas aéreas, y asociaciones de agencias y más de 190 agentes de viajes.

Para atenderlos, la encargada de presentar el evento fue "Olivia", el primer avatar de realidad virtual interactivo, desarrollado por Turiskopio, empresa de

marketing con foco en la innovación, en asociación con VR World Pro, especializada en proveer soluciones de realidad virtual. Una muestra de lo que para, Rafael Gallego, presidente de CEAV, puede suponer la innovación y la tecnología en la industria turística para satisfacer las necesidades de un cliente



cada vez más informado. Por este motivo, es necesaria una inversión en el sector en TICs y en formación cualificada que dé lugar a productos diferenciales y poder, así, adelantarse a sus expectativas. Olivia también fue la encargada de presentar a los representantes del país anfitrión del workshop, Japón y de la región invitada, París.

En una edición que, apuesta por la innovación y la tecnología del sector, el país anfitrión de la Travel Night de la Confederación Española de Agencias de Viajes no podía ser otro que Japón. Un destino turístico que crece desde el año 2012 a ritmos cercanos al 20% y que llevó al país del sol naciente a más de 91.800 españoles en 2016 (+17% respecto al año anterior). Cifras que para Kenji Inoue, Director Ejecutivo de la Oficina Nacional de Turismo de Japón en Madrid (JNTO) y para Kaori Inagaki, directora de la Oficina, se mantendrán para este año.

Por otro lado, en esta 4ª edición del workshop, la Confederación Española de Agencias de Viajes ha querido ofrecer su apoyo institucional a la región de París para dinamizar, de este modo, el destino y 15 de sus colaboradores encabezados por Lanika Leger, Chargée de mission Promotion Mar, y Dominique Maulin, Directora de A TOUT France, estuvieron presentes en la Travel Night.

Además, en la Travel Night de CEAV han estado presentes más de 60 empresas turísticas como: Aerticket, Amadeus, Expedia Taap, Idealmedia, Musement, Pipeline, Pericomputer, Servivuelo, Travelport, Triping.dmc, Turiskopio y VR World Pro (tecnología y servicios); American receptive, Baltic Blue - Air Baltic, Luxotur, Mapatours, Politours, TUI Spain y World Travel Group-Rumanía (turoperadores de viajes); Allianz global Assistance, AON, Intermundial y RACE (asistencia en viaje); Air Arabia, Air France-KLM-Transavia, American Airlines, APG IET, APG Spain, Binter, Finnair, Hahn Air Lines, Iberia, Norwegian Air, Qatar Airways, Royal Air Maroc, Singapore Airlines, Summerwind



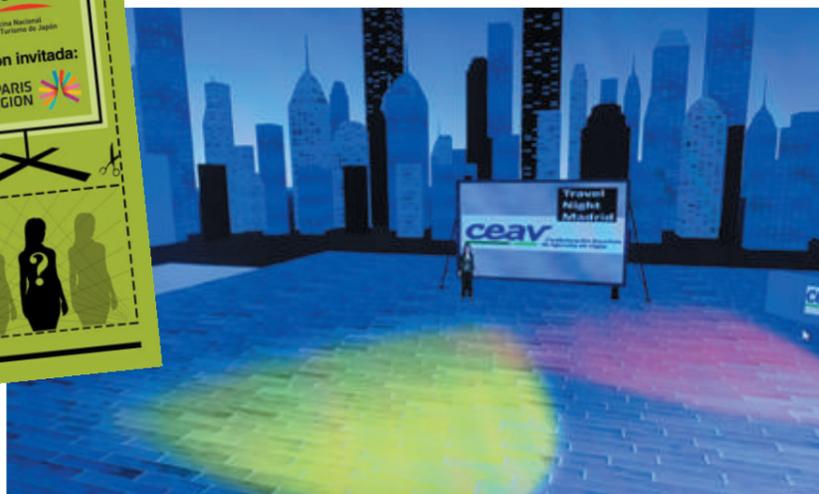


la profesionalidad del sector, sino que lo dinamizan mediante la creación de sinergias entre las diferentes empresas e instituciones en un ambiente más distendido. Una cita obligada.



y United Airlines (compañías aéreas); SNCF (ferrocarril); Albacete, Turismo de Euskadi, Ciudades AVE, Murcia, Segovia y Sevilla (destinos nacionales); Austria, Visit Britain, Italia, Visit Flanders, Perú, República Dominicana y Torino (destinos internacionales); Japón (país anfitrión); París (región invitada); Andorra Plaza Hoteles, Intercontinental Hotels Group, Maritim Hoteles y Sandos Hoteles (cadenas hoteleras); y ACAVE, Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas, y UNAV, Unión de Agencias de viajes (asociaciones).

Así, para Rafael Gallego, Travel Night se consolida como un espacio único para hacer contactos profesionales de primer nivel que no sólo favorecen y potencian



CEAV asiste en San Petersburgo al cierre del Año Dual de Turismo hispano-ruso

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha asistido a la clausura del Año Dual de Turismo hispano-ruso que ha tenido lugar en el Museo Petergof de San Petersburgo y con el que se ha puesto punto y seguido a un intenso año de actividades de promoción turística entre ambos países. Así, Rafael Gallego, presidente de CEAV ha sido el único representante de asociaciones turísticas españolas que ha acompañado a Matilde Pastora Asián González, Secretaria de Estado de Turismo, al acto en el que entre otras personalidades han asistido Alla Manilova, Viceministra de Turismo y Cultura de la Federación Rusa, Georgy Poltavchenko, gobernador de la ciudad de San Petersburgo, y el embajador de España ante el Kremlin, Ignacio Ybáñez Rubio.

Para Rafael Gallego, presidente de CEAV, lejos de encontrarnos en el momento final de la colaboración entre ambos países estamos ante un punto y seguido. Este año ha constituido una excelente oportunidad para estrechar la cooperación turística entre ambos países, impulsar el intercambio de flujos turísticos y consolidar la promoción de ambos destinos. Por este motivo ya estamos trabajando para firmar un acuerdo de colaboración con la Asociación de Turoperadores de Rusia (ATOR) en todas estas materias en la que la formación de los agentes tendrá un papel fundamental.

Durante el primer trimestre del año 2017 han visitado España 156.000 turistas rusos, lo que supone un aumento del 15% con respecto al mismo periodo del año anterior. Además, su gasto ha sido de más 223 millones de euros, un incremento del 8%. Cifras que para Rafael Gallego no hacen más que constatar la importancia del turismo ruso para nuestro país y la necesidad de seguir trabajando en materia de cooperación turística. En 2016 más de 650.000 habitantes de la Federación Rusa visitaron nuestro país buscando un producto de calidad, es-



tancias prolongadas, en familia y atraídos por la cultura, lo que los convierte en un turista muy deseado para nuestro mercado, añade el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes. España es, además, el tercer país más visitado por los turistas rusos tan sólo por detrás de China y Tailandia, mientras que tan sólo 150.000 españoles visitaron la Federación Rusa durante el pasado año.

El Año Dual hispano-ruso fue inaugurado en abril de 2016 con una gala del ballet ruso en el Teatro Real de Madrid. Ahora culmina en el Museo Petergof, que bajo el título de "Viaja a la Tierra de Don Qui-

jote" ha dedicado a España la fiesta de apertura de la temporada de sus fuentes. Más de 12 meses repletos de actividades entre ambos que han fortalecido los vínculos entre sus empresas y asociaciones turísticas, y han fomentado la promoción de inversiones y de los destinos mediante diversas líneas de actuación: intercambio de expertos, simplificación de los trámites para los turistas o la participación en las principales ferias e iniciativas de la industria. Ambos países han expresado su voluntad de seguir impulsando los flujos turísticos con nuevas iniciativas y acuerdos de colaboración como el que CEAV está preparando con la Asociación de Turoperadores de Rusia (ATOR).



CEAV acerca a Bilbao la oferta turística de Alemania, Polonia y República Checa junto con Lufthansa



La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), junto a Lufthansa, Turismo de Alemania, Polonia y la República Checa y en colaboración con Welcome, Global Travel Forum y el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco, ha organizado el Workshop + de 100 LUGARES TOP ALEMANIA - REPÚBLICA CHECA - POLONIA. El evento, que forma parte de las actividades del WELCOME Global Travel Forum, tuvo lugar el pasado 4 de mayo en BILBAO EXHIBITION CENTRE, en el auditorio 2, nivel 4 del Centro de Convenciones e incluyó una degustación gastronómica con los productos más típicos de los países anfitriones. El acto congregó

unos de 80 agentes de viajes de Bilbao que disfrutaron de un recorrido que les llevó desde Berlín, Praga o Varsovia, hasta la Selva Negra dando a conocer en profundidad su oferta cultural, de ocio y gastronómica. Además, se presentaron las programaciones de Expedia TAAP, MAPA TOURS, MARITIM HOTELS, POLITOURS, SPECIAL TOURS y TUI SPAIN.

El encuentro contó con la asistencia de la gerente de CEAV, Mercedes Tejero; los responsables de Lufthansa, Felipe Pardo, Carmen Giro y Carmen Gómez Sainz de la Maza; la Directora para España y Portugal Oficina Nacional Alemana de Turismo,

Ulrike Bohnet; la Directora para España y Portugal en CzechTourism, Markéta Lehecková y la Directora en Oficina Nacional de Turismo de Polonia en España, Agata Witoslawska. Además, participaron los responsables de las empresas expositoras:

TUI SPAIN: Valentín Escalera, Director Comercial, y Oscar Santos, Delegado Comercial Zona Norte. **EXPEDIA TAAP:** David Bretos Cano, Comercial para España. **MAPA TOURS:** Jon Navarro, Delegado Zona Norte. **MARÍTIM HOTELES:** Nieves Domínguez, Directora Comercial para España y Portugal. **POLITOURS:** Blanca Nieves Martínez Sedano, Delegada Politours Zona Norte y Lourdes Esteban, comercial Politours Zona Norte. **SPECIAL TOURS:** Jonan Armendariz, Delegado Comercial Bizkaia.



Eva Blasco participa en el Foro Hosteltur 2017

El tercer "Cara a Cara" del Foro Hosteltur 2017, que se celebró el pasado 25 de mayo, tuvo por título "**Agencias presenciales versus OTA: Asesoramiento personal frente a venta online**" y estuvo protagonizado por Eva Blasco, Vicepresidenta de CEAV y Pablo Caspers, Chief Air Supplier & Advertising Officer de eDreams Odigeo.

Entre las tesis más destacadas defendidas por Eva Blasco, manifestó que la Agencia presencial no desaparecerá, siendo el asesoramiento lo que debe marcar la diferencia. Si hace 15 años se decía que la agencia presencial desaparecería por la llegada de internet, el tiempo ha puesto a cada modelo en su sitio. La agencia presencial ofrece al cliente un

asesoramiento que la diferencia, ayudando al cliente a decidir entre tanta oferta, ahorrándole además una gran cantidad de tiempo, ya que la compra por internet si bien ofrece inmediatez requiere invertir mucho tiempo.

Algunos otros aspectos destacados por Eva Blasco en su intervención fueron: "El cliente es poco fiel, está muy formado y exige inmediatez, quizás es esa inmediatez -a la que nos estamos acostumbrando- la principal amenaza para la agencia presencial". "Nos ponen trabas a determinados modelos de negocio mientras los auténticos puros intermediarios no son reconocidos como tales". "Las agencias presenciales tienen el reto de convertirse en auténticos asesores; en EE.UU. crece el número de agentes offline porque se han convertido en asesores". "Hay clientes puros on line, clientes puros off line pero sobre todo cliente mixto, que opta por el canal on line o presencial en función del tipo de viaje, motivo del viaje, disponibilidades de tiempo, etc."



De izquierda a derecha: Pablo Caspers, de eDreams Odigeo, Eva Blasco de CEAV y Miguel Ángel Jiménez de Tripsum.

Japón firma un acuerdo de colaboración con CEAV



Durante la **CEAV Travel Night** se presentó el acuerdo de colaboración con la Oficina de Turismo de Japón por el

que CEAV realizará diversas formaciones dirigidas a agentes turísticos con el objetivo de que conozcan en profundidad el destino. Asimismo, Japón estará muy presente en la revista Mundo Inédito con reportajes de interés profesional y con la creación del primer monográfico dirigido a los agentes como guía técnica y profesional del destino y que se lanzará con el número de otoño de la revista. Rafael Gallego, presidente de CEAV, manifestó su satisfacción por el acuerdo ya que, tal y como declaró, Japón es un destino de interés creciente para el turista de calidad que busca descubrir su riqueza cultural, histórica y gastronómica y el valor de sus tradiciones. El número de españoles que ha visitado

Japón se ha incrementado en 2016 en cerca de un 20%, motivo que ha llevado a la apertura en Madrid de la sexta oficina turística en Europa. Carlos Martín Gallego, Responsable Grupos Comerciales de Iberia, Gerencia Agencias, también destacó la facilidad de los vuelos directos desde Madrid, que se ofrecen desde octubre y el hecho de no necesitar visado para visitas turísticas de tiempo inferior a 90 días. Por su parte, Kenji Inoue, Director Ejecutivo de la Oficina Nacional de Turismo de Japón en Madrid (JNTO) y Kaori Inagaki, directora de la Oficina, afirmaron que esperan mantener el crecimiento de turistas españoles hacia Japón y manifestaron su satisfacción por el acuerdo alcanzado.



Inauguración de la Oficina Nacional de Turismo de Japón (JNTO) en España

Con motivo del aumento de viajeros procedentes de España a Japón y el creciente interés de los españoles por el país, el pasado 9 de mayo se inauguró en Madrid la nueva Oficina Nacional de Turismo de Japón (JNTO). Esta nueva delegación tiene como objetivo promocionar y divulgar los atractivos turísticos de Japón en España.

La nueva oficina en Madrid tendrá, entre otras, las funciones de colaborar con los medios de comunicación para aumentar la visibilidad de Japón; aumentar la colaboración con los touroperadores y las agencias de viajes; estudiar el turismo emisor español hacia Japón y atender las consultas de turistas que van a visitar Japón.

Para más información:

Carrera de San Jerónimo, 15, 3^oC
MADRID - Teléfono **91 077 00 70**

WEB

www.turismo-japon.es/

FACEBOOK

www.facebook.com/DescubreJapon.es/



JAPAN
Where tradition meets the future



JNTO Oficina Nacional de Turismo de Japón

Japan.
Endless Discovery.



Primera formación en Barcelona para los agentes de viajes

El pasado 08 de junio tuvo lugar en el marco del hotel H10 ART GALLERY una interesante presentación del destino JAPON, organizado por CEAV fruto del acuerdo anual firmado con la Oficina Nacional de Turismo de Japón. La formación la inauguró el Consul General de Japón en Barcelona, el Sr. Naohito Watanabe quien dirigió una palabras de bienvenida y satisfacción por el acuerdo firmado.

A continuación el Director Ejecutivo de la Oficina Nacional de Turismo de Japón (JNTO) el Sr. Kenji Inoue, presentó unas pinceladas generales del país y a los colaboradores del evento dando paso al Sr. Valenín Escalera de TUI SPAIN quien destacó las principales ciudades a visitar en un primer viaje a JAPON. A continuación y por parte del sector aéreo las compañías aéreas fueron IBERIA-BRITISH AIRWAYS, M^º Jose Eiras, Joan Creixell

de FINNAIR y el Sr. Takahisa Tanaka de JAPAN AIRLINES. A la formación concurren más de 44 agentes de viajes que participaron con mucho interés aprendiendo el cómo y cuándo viajar a JAPON desde España, las conexiones aéreas internas y ferroviarias para ir de un lado al otro del país. Cultura, Gastronomía, Arte tradicional y moderno. Tecnología... todo ello se cita en JAPON.



XXV Aniversario del AVE

Para conmemorar el 25 aniversario de la alta velocidad en España, el 21 de abril ha tenido lugar un viaje en un Ave de Renfe entre Madrid y Sevilla, que ha contado con la presencia del presidente del Gobierno.

Ya en la estación de la ciudad andaluza, Mariano Rajoy ha subrayado que "el Ave ha sido una apuesta estratégica" de nuestro país.

El trayecto se ha realizado en un vehículo de la serie 100 de Renfe (rama 11, bautizada como Miguel de Cervantes), que como homenaje se había decorado con la imagen exterior que tenía en su estreno hace 25 años. A bordo del tren, que salió de la vía 12 de Madrid Puerta de Atocha a las 8.55, además del presidente del Gobierno, han viajado el ministro de Fomento, Íñigo de la Serna, y los presidentes de Renfe, Juan Alfaro, y de Adif, Juan Bravo, entre otros responsables, así como otros invitados y periodistas.

El viaje ha transcurrido con normalidad, si bien, a diferencia de como ocurrió en 1992, se ha realizado en menos tiempo (dos horas 20 minutos) y con conexión wifi y la plataforma de contenidos a bordo PlayRenfe.

A las 11.15 el tren ha llegado a Sevilla Santa Justa, donde se ha celebrado un acto para celebrar el 25 aniversario, que ha estado conducido por el gerente de Servicios Comerciales Sur de Renfe Viajeros (y maquinista de aquel primer Ave), Alfredo Durán, y que ha contado con la proyección de un vídeo conmemorativo. Rodeados por una exposición de fotos de la agencia EFE sobre algunos hitos de este cuarto de siglo, han intervenido

la presidenta de la Junta de Andalucía, Susana Díaz, que ha destacado la importancia del Ave en la vertebración del Sur con el resto del país, y Mariano Rajoy, que ha subrayado que el 25 aniversario de la alta velocidad en España representa "el éxito de un proyecto sostenido en el tiempo" y que "la inauguración de la línea Madrid-Sevilla en 1992 supuso un antes y un después (...). Ha significado una aceleración para nuestra competitividad y una vía de crecimiento para la economía y la creación de empleo, además de ser un activo de nuestra marca".

357 millones de viajeros

El presidente del Gobierno ha aportado algunos datos de estos 25 años, en los que Renfe ha transportado 357 millones de viajeros en los servicios de alta velocidad, pasando de 4.986 circulaciones en 1992 a 63.869 en 2016, con una ocupación media del 85,8% y una puntualidad del 95,6%.

Asimismo, Mariano Rajoy ha avanzado la campaña promocional que va a poner en marcha Renfe: próximamente ofertará 250.000 plazas a 25 euros para viajar en los trenes Ave, y ha destacado el compromiso de Renfe, que va a invertir en torno a 1.300 millones de euros en nuevo material rodante.





VI Congreso CEAV 2017 en Costa Rica

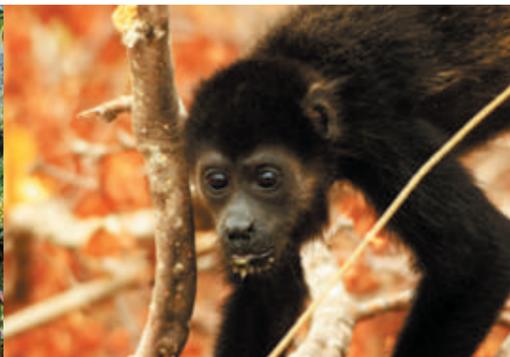
Por el turismo sostenible: Pura Vida Costa Rica



El Viaje Profesional de nuestro VI Congreso CEAV, tendrá lugar este año en San José, Costa Rica, del 28 al 30 de noviembre de 2017, para el cual contamos con el apoyo del Instituto Costarricense de Turismo y del Convention Bureau de Costa Rica, habiendo previsto una Presentación de Destino y una ac-

desarrollo de las comunidades locales y el desarrollo de un turismo responsable sin olvidar la calidad en el servicio y la gran diversidad en su oferta turística, pudiendo visitar lugares únicos como Arenal, Sarapiquí, Tortuguero Monteverde, Guanacaste, San Gerardo de Dota o Corcovado.

Un año más RACE, es la compañía aseguradora elegida para garantizar la asistencia de nuestro Congreso, proporcionando a nuestros congresistas el seguro de Asistencia Trip Grupos Plus, y facilitándonos con un 40% de descuento el seguro Trip Plus opcional, que incluye ANULACIÓN.



tividad de networking con representantes de empresas tour operadores del País anfitrión durante la mañana del día 28 de noviembre. Además, como viene siendo habitual, hemos organizado tres posibles post-tours para lograr el mayor conocimiento del Destino.

Este año y con motivo del *Año Internacional de Turismo Sostenible para el Desarrollo* hemos querido que el viaje profesional del VI Congreso CEAV tenga lugar en un país referente mundialmente en Turismo Sostenible que valora el

Así, proponemos:

Programa base en SAN JOSÉ
(Incluido dentro de cada itinerario).

Opciones de ITINERARIOS:

Itinerario A COSTA RICA ESENCIAL

Itinerario B
EL CORAZON de CENTROAMERICA

Itinerario C
ENIGMATICA Y SORPRENDENTE

Esperamos que sea de vuestro interés al tratarse de un excelente programa, en el que hemos intentado dar cabida a las posibilidades más interesantes y que ello permita conocer en profundidad el destino. Por último, les informamos que el número de plazas con estas condiciones son limitadas y que la compañía aérea oficial del congreso es IBERIA.

Puede ampliar esta información accediendo a nuestra **web: www.ceav.info**

esencial COSTA RICA



EL LUJO
DE LA FELICIDAD

www.visitecostarica.com

CEAV muestra su rechazo total a la de decisión de Iberia de cobrar un suplemento en las reservas realizadas por GDS

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), quiere manifestar su total y rotundo rechazo a la decisión adoptada por las aerolíneas Iberia y British Airways de cobrar un suplemento en todas las reservas realizadas vía GDS como nueva estrategia de distribución, dado que supone un incremento encubierto de precios, al superar, ampliamente, el coste de los GDS para estas aerolíneas. Además, lamenta que esta decisión haya sido adoptada de forma inesperada, sin previo aviso y sin haber consultado en ningún momento su puesta en marcha con ninguna asociación profesional.

Decisión que, para Rafael Gallego, presidente de CEAV, "afectará a más del 80% de los usuarios de dichas compañías aéreas, ya que los incrementos en los precios pueden llegar a 28,5 euros si el billete tiene 3 trayectos, o a 38 euros

si tiene 4, y así sucesivamente; También afectará a las opciones que se ofrecen a los consumidores, ya que los GDS proporcionan a las Agencias de Viajes la tecnología para ofertar a sus clientes servicios aéreos de forma entendible neutra e imparcial, no sólo en cuanto a los vuelos, sino también en cuanto a precios y disponibilidad".

Por este motivo, la Confederación Española de Agencias de Viajes ya ha puesto en conocimiento de la Alianza Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes (WTAAA) y de la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA), a través de su Asociación ACAVE, la decisión de estas Compañías para estudiar conjuntamente posibles medidas a nivel global, como las que llevaron a Lufthansa ante la Comisión Europea en 2015. Del mismo modo, CEAV se ha

puesto en contacto con FOLATUR (Foro Latinoamericano de Turismo), ya que reitera Gallego, "debe dejarse claro que es un movimiento global, que afecta a todos los mercados no sólo a España".

Gallego ha señalado que esta decisión "deja a las agencias de viajes en una posición de desventaja no sólo en términos de competitividad sino también de productividad y eficacia sin tener en cuenta, en ningún momento, el valor añadido que ofrecemos al usuario final". Además, para Rafael Gallego, "se trata de una medida intimidatoria para que las agencias actualicen sus sistemas de reservas basados en GDS por los NDC que ha desarrollado la compañía sin tener en cuenta la pérdida de eficacia que suponen para los agentes".

ECTAA condena la decisión de cargar 9,50 euros a los billetes de Iberia y British por coste de los GDS

ECTAA condena la decisión de aplicar el cargo de 9,50 euros a los billetes de BA / IB y pide al regulador de la UE que tome medidas apropiadas para proteger el acceso neutral y transparente a las tarifas aéreas.

IAG es el segundo gran grupo de transportistas que imponen un recargo a los billetes de avión reservados vía GDS. En 2015, el Grupo Lufthansa introdujo un cargo por gastos de distribución de 16 euros en los billetes reservados vía GDS. El mismo cargo no se aplica si la reserva se realiza directamente a través de la LHAgent.Com, que muestra las tarifas de Lufthansa, Brussels Airlines, Swiss y Austrian Airlines. En julio de 2015, ECTAA presentó una denuncia ante la Comisión Europea, en concreto

ante la Dirección General de Movilidad y Transporte, sobre la supuesta violación por parte de Lufthansa del Reglamento de la UE nº 80/2009 sobre un Código de Conducta para los GDS, en particular las Disposiciones de los artículos 10.4 y 10.5 del Reglamento. De hecho, si la Plataforma de reserva de Lufthansa para los agentes se adecua a la definición de una GDS definida en el artículo 2.4 del Reglamento, Lufthansa como empresa matriz debe cumplir con las obligaciones de la empresa matriz según lo especificado en Artículos 10.4 y 10.5. La Comisión Europea dispone de los instrumentos jurídicos necesarios para defender la neutralidad en la distribución de las líneas aéreas, a saber, el Reglamento 1008/2008, el mencionado Código de

Conducta de los CRS. Estas normas se adoptaron con precisión para evitar una situación donde los grandes transportistas promuevan sus propias ofertas en contraposición a las de sus competidores en detrimento de la competencia y de la libre elección del consumidor. Durante casi dos años, la Comisión ha estado examinando quejas contra las prácticas del Grupo Lufthansa en virtud del Código de Conducta y hoy la industria de los viajes necesita una decisión clara. La transparencia de los precios y la libre elección de los consumidores están en juego. ECTAA reclama al Regulador de la UE que haga cumplir las normas vigentes y garantizar que el consumidor tenga un acceso neutral y transparente a las tarifas aéreas.

Más de 100 personas en el Pop Up de La Champagne en Madrid

Más de un centenar de personas se acercó el día 31 de mayo al espacio Pop Up que el Patronato de Turismo de La Champagne organizó en Madrid. A lo largo del día, agentes de viajes, consumidores, periodistas, miembros de la Asociación Madrileña de Sumilleres y otros asistentes relacionados con el sector del turismo pasaron por el Espacio Mood Serrano para conocer más de cerca esta región francesa y todos sus atractivos.

Con el champagne como hilo conductor de la jornada, La Champagne se presentó como un destino accesible, íntimo y perfecto para escapadas en pareja, en familia o para realizar viajes de negocios. La Champagne atrae a un público que busca un destino cercano, en contacto con la naturaleza y en el que disfrutar de



la gastronomía y de los champagnes que dan nombre a la zona.

Las actividades empezaron con un taller-degustación con champagnes Veuve Clicquot y Michel Gonet impartido por uno de los mejores sumilleres de España, Juanma Galán. Por la tarde, los asistentes a "Experiencias en La Champagne" conocieron el destino de la mano de los representantes de CATAI, IBERIA, IBERIA Cards y AVIS.

Los colaboradores del Patronato de Turismo de La Champagne-Marne (ADT Marne) mostraron qué visitar, dónde ir y qué no hay que perderse en La Champagne. Todo ello, saboreando una copa del mejor champagne y de las delicatessen dulces de Fossier.

El Pop Up acabó con un afterwork para intercambiar impresiones con los res-

ponsables del destino y sus partners. También se sorteó un viaje a La Champagne, cortesía del Patronato de Turismo de La Champagne-Marne e IBERIA.

Los colaboradores de La Champagne
El mayorista de viajes CATAI Tours y el Patronato de Turismo de La Champagne han firmado un acuerdo anual para dinamizar el destino con el lanzamiento del paquete combinado "Reims y la ruta del champagne", que las agencias de viajes podrán comercializar. IBERIA y AVIS son estrechos colaboradores de la ADT Marne acercando el destino a los viajeros españoles: la aerolínea con vuelos directos que conectan las principales ciudades españolas con París y Avis con una amplia red de oficinas para alquilar un coche. IBERIA CARDS también expuso las ventajas de sus tarjetas.

LaCommunity e Interhome cierran un acuerdo de comercialización internacional

LaCommunity.com, portal de referencia de alquiler vacacional, e Interhome, líder en gestión de viviendas vacacionales y referente mundial del turismo desde hace más de 50 años, han llegado a un acuerdo comercial a nivel internacional para ofrecer todas las viviendas de Interhome a través del portal. Actualmente, los hábitos de consumo de los usuarios han cambiado y se nota en el mercado del alquiler vacacional. LaCommunity.com se ha dado cuenta de que cada vez son más los usuarios que se deciden por reservar un apartamento antes que un hotel, además de buscar un servicio personalizado y profesional. Por ello y con el objetivo de poder comercializar las más de 40.000 viviendas vacacionales de Interhome a todos los usuarios de LaCommunity, ambas empresas han llegado a un acuerdo que permitirá reservar, en la web del portal y en los canales de distribución a agencias de

viajes, todo el producto de Interhome. Interhome proporcionará al portal viviendas de calidad, ubicadas en las mejores zonas turísticas como Costa Brava, Costa del Sol, Costa Azul, Alpes Suizos, entre otros. Ahora, los usuarios encontrarán sorprendentes villas con piscina, chalets en las zonas de montaña o apartamentos en primera línea de playa.

Según Francesc Sanz Puigdemont, CEO y fundador de LaCommunity, "queremos trabajar con los partners de más calidad del mercado. El acuerdo con Interhome nos va a permitir ofrecer el mejor producto vacacional de todo el mundo de manera instantánea a nuestros clientes, haciendo de la calidad, la tecnología y la innovación el centro de la propuesta de valor añadido de la empresa. Con el LC model hemos conseguido solucionar el problema de los

portales vacacionales de disparidad en precios y disponibilidades entre los resultados y la reserva final". Según Joaquín Leal, director general de Interhome España, "es un placer que LaCommunity y todo su equipo, como ejemplo de empresa joven y tecnológicamente fuerte, valoren el trabajo y constancia de Interhome para ofrecer el mejor producto y servicio posible a propietarios y clientes".





Más de 3.000 visitantes: Retransmisión en directo en Barcelona del Concierto de una Noche de Verano de la Orquesta Filarmónica de Viena

Retransmisión en directo del Concierto de una Noche de Verano en una pantalla gigante LED al que acudieron más de 3.000 melómanos en La Barceloneta

El pasado 25 de mayo tuvo lugar el *Concierto de una Noche de Verano* de la Orquesta Filarmónica de Viena en el parque del Palacio de Schönbrunn. La Oficina de Turismo de Viena presentó en exclusiva, por primera vez y en cooperación con la mundialmente famosa orquesta, una retransmisión en directo de este delicioso espectáculo musical de alta categoría en el barrio de La Barceloneta de la Ciudad Condal, así como en tres ciudades más.

La Oficina de Turismo, en cooperación con la Orquesta Filarmónica de Viena, invitó a presenciar, con entrada libre y gratuita, la retransmisión en directo de la Radiotelevisión Austríaca (ORF) en el barrio de La Barceloneta, concretamente en el Pla de Miquel Tarradell con Passeig Joan de Borbó. A partir de las 20.30 horas se pudo contemplar la interpretación de la Orquesta Filarmónica de Viena bajo la dirección de Christoph Eschenbach y con la actuación de la soprano Renée Fleming en una pantalla LED de grandes dimensiones insertada en un modelo de la Glorieta del parque de Schönbrunn. De esta manera, los asistentes pudieron gozar de la sensación de estar presentes en este evento al aire



Fotografías: © Nuria Cugat

libre que se realizó en los jardines de este palacio vienés. *“Cuentos y leyendas”* fue el lema de la edición de este año del *Concierto de una Noche de Verano*. El programa incluyó obras de Antonín Dvořák, Peter Iljitsch Tschaikowsky, Sergej Rachmaninow e Igor Strawinsky. Además de Barcelona, la Oficina de Turismo de Viena se encargó de retransmitir el *Concierto de una*

Noche de Verano de 2017 también en Varsovia y, en diferido, en Pekín (China) y Seúl (Corea). Este evento exclusivo se correspondió con el lema anual del año 2017: *“Al ritmo de Viena”*, que centra el foco de atención en la capital mundial de la música. Para más información sobre el evento y sobre Viena como capital de la música consúltese concert.vienna.info.



Gran acogida del primer Workshop de Realidad Virtual

El pasado mes de abril Suiza Turismo organizó el primer workshop de realidad virtual a nivel mundial para agencias de viaje. Una experiencia sin precedentes en unos talleres que tuvieron un gran éxito de convocatoria en las ciudades de Madrid y Barcelona.

Este primer Workshop de Realidad Virtual se ha organizado con la colaboración de CEAV. De momento se ha presentado en las ciudades de Madrid y Barcelona, con la idea de llegar a más ciudades en la segunda mitad del año y durante 2018.

Esta experiencia virtual, que tiene una duración de 20 minutos, permite recorrer

la zona de moda de Zúrich, cruzar el Rín en ferry en Basilea, descubrir el pueblito de Gruyères en la Región de Friburgo, visitar un glaciar en la Región del Lago Lemán o hacer una ruta panorámica en tren, entre otras maravillosas experiencias. Presentado por una guía personal, incluye también detalles y curiosidades del destino. Además, los responsables de las oficinas de turismo regionales

desvelan sus propios consejos para los agentes de viaje. Toda una innovadora manera de presentar y conocer mejor el destino para los profesionales del turismo y convertirse en un experto en Suiza.

Estos vídeos en 360° se pueden visualizar también a través del canal de youtube de la Oficina de Turismo de Suiza.





La compañía Icelandair lanza un nuevo avión B-757-200 inspirado en el glaciar más grande de Europa

*¿Es este el avión más 'cool' de la historia?
Adéntrate en un glaciar antes de llegar a Islandia con Icelandair*

La aerolínea de bandera islandesa, Icelandair, se dispone a añadir algo más de grandeza a los cielos con el lanzamiento de su nuevo avión B-757-200 inspirado en el glaciar Vatnajökull.

El avión Vatnajökull formará parte de la flota de la compañía garantizando a los pasajeros una experiencia de realidad simulada en el glaciar Vatnajökull, el glaciar más grande de Islandia, Europa y

considerado también una de las 7 maravillas del continente.

El Vatnajökull será el segundo avión de la compañía pintado a mano tras el Hekla Aurora, inspirado en las auroras boreales. De esta forma los pasajeros que viajen a Islandia o que hagan un stopover en el país pueden explorar este fenómeno natural incluso antes de aterrizar.

Icelandair encargó este avión con motivo

del 80 aniversario de la aerolínea y además de mostrar un exterior único, en su interior se maximiza la experiencia a bordo con luces LED azules inteligente en el techo de la cabina; reposa cabezas en tonos azules turquesas y blancos e incluso trolleys de bebidas con aspectos de cueva de hielo. Los vasos, servilletas y las bolsas de mareo han sido decorados con motivos glaciares!

www.icelandair.es

Prorrogado el actual contrato centralizado de agencias de viajes hasta abril 2018

El pasado día 31 de la Gerente de CEAV asistió a una Jornada Informativa sobre el segundo contrato centralizado de agencia de viajes, que actualmente se encuentra en preparación ante la Dirección General de Racionalización y Centralización de Contratación.

Al iniciar la reunión nos confirmaron que el actual contrato está vigente hasta septiembre de este año, momento en el cual se publicaron los pliegos del nuevo concurso en los que están actualmente trabajando, por lo que esperan que todo

el proceso esté finalizado en el mes de abril del 2018, por lo que hasta entonces se prorrogará el actual contrato.

Nos aportaron datos de la ejecución del contrato, señalando que el mayor problema ha sido las dietas que están establecidas que no son asimilables a las tarifas hoteleras actuales.

En la misma CEAV solicitó información sobre los ahorros logrados gracias a la centralización de todos los viajes de la Administración del Estado en una única Agencia de Viajes, a lo que no supieron

contestar por no tener los datos de los viajes que anteriormente eran gestionados de forma individualizada, respuesta a la que mostramos nuestro asombro. Se solicitaron a los representantes de las Agencias de Viajes datos objetivos para seleccionar a las agencias más adecuadas, a lo que CEAV contestó que se debería tener en cuenta que la agencia adjudicataria no haya sido condenada por sentencia por fraude al Estado en un tema de transporte aéreo.



Norwegian presentó el pasado martes 23 de mayo, en el magnífico entorno del Círculo Ecuéstre de Barcelona, todas sus novedades de la mano del CEO de la compañía el Sr. Bjorn Kjos.

Norwegian ha puesto a la venta su programa de invierno entre Barcelona y Estados Unidos

Ya es posible reservar vuelos de largo radio entre Barcelona y Estados Unidos a más de un año vista, hasta marzo de 2018 a Los Ángeles, San Francisco (Oakland), Nueva York (Newark) y Miami (Fort Lauderdale). Con ello, se añaden 147.000 plazas de largo radio a las 108.000 que ya estaban disponibles en la temporada de verano de 2017; es decir, un total de 255.000 plazas en oferta. En 2017, Norwegian creará un total de 401 puestos de trabajo en Barcelona, con lo que la plantilla empleada en El Prat crecerá un 113% hasta las 755 personas.

La compañía 'Mejor low-cost de largo radio del mundo' y 'Mejor low-cost en Europa' por segundo y cuarto año consecutivo opera, una flota de trece aviones de largo radio que se ampliará hasta los 42 en 2020. Este año, crecerá en nueve Dreamliners, a razón de un avión nuevo cada seis semanas.

A partir del 5 de junio de 2017, Norwegian opera el primero de los dos Boeing 787-8 Dreamliner que estará basado de modo permanente en El Prat; con este primer avión, Norwegian servirá las rutas

a Los Ángeles, San Francisco y Nueva York. El segundo Dreamliner con base en Barcelona comenzará a operar el 22 de agosto y permitirá el lanzamiento de la ruta a Miami, así como el incremento en el número de frecuencias en las otras tres.

Con un crecimiento interanual del 53%, Norwegian ya es la cuarta aerolínea en volumen de pasajeros en el aeropuerto

de Barcelona y la primera en crecimiento, habiendo transportado 1,54 millones en 2016. Norwegian ofrece 27 rutas en Barcelona, de las cuales 4 son domésticas, 18 europeas, una a Oriente Próximo y otras 4 a Estados Unidos.

Con una media de edad de tan sólo 1,9 años, la flota de Dreamliners de Norwegian es una de las más jóvenes y más verdes del mundo.



Prisca Dorie, Head of Sales Spain - Sales Department Norwegian con Cristina Bou de CEAV, en un momento de la presentación



De izquierda a derecha, Marcel Forn, director general de GEBTA; Arantxa Alonso, Head of Digital Business Development (SEAT); Juan Carlos González, presidente de GEBTA España; César Sánchez, Director de la Oficina de Prevención de Riesgos Laborales (Foment del Treball Nacional); Martí Sarrate, consejero de GEBTA; Carmen Fernández, Vocal Asesor de Emergencia Consular (Subsecretaría de Asuntos Exteriores y de Cooperación) y Mikel Goienetxe, consejero de GEBTA. (Fotografía: Xavi Padrós)

GEBTA distingue a la Subsecretaría de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Foment del Treball Nacional y SEAT

GEBTA, asociación que representa a las principales empresas de gestión de viajes corporativos de España, ha distinguido en la **XXV Edición de los Premios GEBTA 2017** a las mejores iniciativas con impacto en el sector de los viajes de negocio en tres categorías:

- Subsecretaría de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Premio GEBTA 2017 a la Iniciativa
- SEAT, Premio GEBTA 2017 a la Innovación
- Foment del Treball Nacional, Premio GEBTA 2017 a la Trayectoria

GEBTA ha celebrado la ceremonia de entrega, el principal evento de estas características del sector de los viajes en España, con el foco puesto en la prevención y la seguridad en los viajes corporativos. El acto ha reunido a personalidades y los directivos del sector y principales proveedores sectoriales -incluyendo líneas aéreas, compañías de alquiler de vehículos, cadenas hoteleras, GDS, empresas tecnológicas, etc.- la pasada noche del 22 de junio en el Auditorio de la sede de Foment del Treball Nacional en Barcelona. Como organización de referencia en el mercado, GEBTA realiza un seguimiento regular de las soluciones e iniciativas que supongan contribuciones relevantes en el ámbito de la eficiencia, productividad y seguridad de los desplazamientos de las

empresas y de los viajeros de negocios. El sector de los viajes de empresa es clave para el conjunto de la economía y el crecimiento económico está íntimamente vinculado con el desarrollo de la actividad comercial, exportadora, investigadora, etc. de las empresas. La presente edición coincide con el reciente anuncio de incorporación de grandes empresas del sector de los viajes de negocio en España en torno al proyecto de la patronal empresarial, como Viajes El Corte Inglés y Nautalia Viajes, para reforzar la defensa de los intereses de viajeros, empresas y potenciar el valor que aportan las Travel Management Companies al desarrollo de la economía española. Las empresas asociadas a GEBTA gestionan más del 75% del total de los viajes corporativos del mercado español, con una facturación superior a los 3.000 millones de euros.

El Premio GEBTA 2017 a la Iniciativa para la Subsecretaría de Asuntos Exteriores y de Cooperación destaca la labor de asistencia y protección en el exterior, gestión de situaciones de emergencia y crisis que afecten a españoles en el extranjero, así como la puesta en práctica y gestión del Registro de Viajeros, y en general por las medidas informativas orientadas a alertar sobre situaciones de riesgo en los distintos destinos y áreas geográficas del mundo.

El Premio GEBTA 2017 a la Innovación a SEAT se enmarca en el contexto de las contribuciones para la seguridad en los viajes por carretera: el proyecto SEAT Metropolis: Lab Barcelona y su compromiso en la búsqueda de soluciones relacionadas con la movilidad inteligente, que combinando datos del vehículo y de su entorno permitan el desarrollo de aplicaciones movilidad más sostenibles, más inteligentes y más seguras, con la finalidad de avanzar hacia el objetivo de cero accidentes y cero emisiones. El transporte en automóvil constituye con diferencia el principal medio de transporte de los viajes de negocio. Es por ello que los aspectos relacionados con la seguridad, los procesos de innovación asociados a la reducción de emisiones y a la mejora de la productividad en los desplazamientos, constituyen aspectos fundamentales para nuestro sector de actividad.

El Premio GEBTA 2017 a la Trayectoria a Foment del Treball Nacional en reconocimiento a la constante labor formativa e informativa que vienen desarrollando la Oficina de Prevención de Riesgos Laborales y el Foro de RR.HH. en materia de seguridad y prevención asociada a los procesos de internacionalización, de la que destaca la reciente publicación de la "Guía de gestión de la prevención en el proceso de internacionalización en las empresas".



Primera fila de izquierda a derecha: Concejala de Cuenca, Concejala de Tarragona, Concejal de Barcelona, Alcalde de Tarragona, Alcalde de Ibiza, Concejala de Alcalá de Henares, Concejal de Salamanca, Concejala de Segovia, Directora de Marketing Madrid Destino. Segunda fila de izquierda a derecha: Concejal de Ávila, Director General de Turismo Generalitat de Catalunya, Concejal de Mérida y Diputada de Tarragona.

Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España y Madrid presentan de forma conjunta su oferta turística y cultural en Barcelona

El grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España junto a Madrid Destino ha presentado recientemente en Barcelona su oferta turística y cultural, un acto al que acudieron numerosas autoridades de los diferentes municipios integrados en el proyecto y de la propia ciudad de Madrid. Esta campaña se enmarca dentro del acuerdo de colaboración que ambas instituciones mantienen para la promoción nacional e internacional de Madrid y las 15 ciudades Patrimonio de la Humanidad de España que lo componen. Integran el Grupo las ciudades españolas cuyos conjuntos históricos han sido incluidos por la UNESCO en la Lista del Patrimonio Mundial: Alcalá de Henares, Ávila, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza/Eivissa, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona, Toledo y Úbeda.

La presentación, que se ha realizado en el Hospital de Sant Pau, ha tenido como objetivo acercar al colectivo de los profesionales del sector turístico y cultural y a los medios de comunicación especializados de Cataluña la variada oferta patrimonial de estos destinos, así como las propuestas y eventos de interés cultural y gastronómico que, a lo largo de los próximos meses, las 15 Ciudades Patrimonio y Madrid ofrecerán en sus calendarios. La riqueza de estas 15 ciudades no reside únicamente en su patrimonio. Se trata de ciudades llenas de vida, donde es muy fácil percibir y empaparse de la esencia de España y sus tradiciones. Una fusión que permite al viajero disfrutar de rincones que inspiraron a algunos literatos para, a continuación, degustar su deliciosa gastronomía y dejarse llevar a través del paladar. Destinos donde los eventos, ya sean culturales o de cualquier

temática, se suceden a lo largo del año. Enclaves en los que la vida pasa a otro ritmo e invitan a perderse en sus calles y ser partícipes del arte de vivir, que es la piedra angular de nuestra cultura y nuestra tradición. Ciudades auténticas, sin comparación, que merece la pena descubrir haciendo gala del Slow Travel, sin prisas, rodeándose de la amabilidad y hospitalidad de su gente, integrándose de lleno en el estilo de vida y el día a día de cada una de ellas.

Ciudades Patrimonio de la Humanidad
ESPAÑA | UNESCO

¡MADRID!



La compañía Plus Ultra presenta su vuelo directo entre Barcelona y La Habana

Plus Ultra Líneas Aéreas acaba de presentar su nueva ruta Barcelona-La Habana, en código compartido con Cubana de Aviación, recuperando este itinerario que se había abandonado hace dos décadas.

El vuelo tiene por el momento una frecuencia semanal, con salida de Barcelona hacia La Habana los sábados por la noche, mientras que el trayecto inverso desde la capital cubana se realizará los domingos.

La presentación tuvo lugar el pasado jueves, 29 de junio, cuando la compañía ofreció una rueda de prensa conjuntamente con el Comité de Desarrollo de Rutas Aéreas de Barcelona (CDRA) institución encargada de promover el desarrollo de nuevas rutas intercontinentales desde Barcelona, y Cubana de Aviación, línea referente en el mercado cubano.

En el evento estuvieron presentes Julio Martínez, Vicepresidente de Plus Ultra Líneas Aéreas, Mario Rubert, Director de Promoción de la ciudad, Cristian Bardají, Director de Estudios de Infraestructura de la Cámara de Comercio de Barcelona, Vanessa Requena, Jefe de Gabinete de dirección del Aeropuerto de Bar-

celona (AENA), Jordi Candela, Director de Aeroports de la Generalitat de Catalunya, Eugenio Martínez Enríquez, Embajador de Cuba en España, Mabel Arteaga Rodríguez, Cónsul de Cuba en Barcelona, Ernesto González, Gerente de Cubana de Aviación para España y Portugal, Lourdes Pajón, Directora comercial de Cubana de Aviación, Jorge del Risco, Director de Operaciones de Cubana de Aviación y otros directivos desplazados desde la ciudad de La Habana para este evento. Por parte de CEAV, asistieron Martí Sarrate, Vicepresidente Económico Financiero y Presidente de ACAVe, Cristina Bou, Directora Comercial y Mercedes Tejero, Gerente.

Esta nueva ruta será operada por una flota de Airbus 340/300 con capacidad para 303 pasajeros en dos clases: Business y Economy. El vuelo directo beneficiará a la colonia cubana en Cataluña, donde residen aproximadamente 20.000 cubanos y a los viajeros del sur de Fran-

cia que hasta ahora para volar a Cuba debían hacerlo desde París. Cuba ha experimentado en los últimos años un auge turístico que se tradujo en récord en 2016, cuando la isla registró por primera vez en su historia la cifra de 4 millones de visitantes foráneos. Según datos del Ministerio cubano de Turismo, la llegada de españoles se incrementó en un 16% hasta alcanzar más de 69.500 visitantes procedentes de España.

Plus Ultra, que obtuvo su certificado de operador aéreo (AOC) en julio de 2015, siendo la primera compañía en obtenerlo bajo la nueva normativa Europea AIR OPS (ES.AOC.118), ha conseguido asentar con éxito el itinerario Madrid/Lima, con el que ha cumplido un año de vuelos regulares el pasado 15 de junio. No obstante, en su compromiso, trabajo y esfuerzo por eliminar barreras entre los continentes les ha llevado a apostar por la recuperación de la ruta Barcelona - La Habana.



ceav Distintivos Turísticos 2017 MATILDE TORRES - VICENTE BLASCO

SAVE THE DATE: 27 DE SEPTIEMBRE - BARCELONA

Un año más CEAV presentará el Acto de entrega de sus Distintivos Turísticos; al ya tradicional dedicado a la memoria de Matilde Torres, se suma el dedicado a Vicente Blasco, ya que tras su triste fallecimiento a finales del 2016, el Consejo Directivo de la Confederación decidió crear otro para homenajear su figura, que va dirigido a empresas e instituciones.

Los premiados en esta ocasión son:

Premio Matilde Torres: D. Pablo Piñero, Presidente del Grupo Soltour.

Premio Vicente Blasco: Fundación Turismo Valencia.

Una velada que aunará diferentes personalidades del sector turístico en el ámbito público y privado y para el que siempre

contamos con la participación de las primeras marcas y proveedores del sector, agentes de viajes, presidentes de asociaciones y grupos de gestión nacionales, compañías aéreas, hoteleras, mayoristas de viajes...

Una cita importante que aporta una gran visibilidad y el escaparte más selecto del turismo para cualquier empresa del sector.

Nos encantaría contar con tu asistencia y por supuesto si deseas ser patrocinador del evento, será todo un honor para nosotros.

Para más información
e-mail: ceav@ceav.info



TURESPAÑA refuerza su logo

Se ha dicho que el logotipo es a una marca lo que la cara es a una persona. Turespaña, organismo encargado de la promoción internacional del turismo cuenta con un logo considerado un icono del turismo internacional.

Ha sido reconocido como uno de los logotipos más reconocibles y perdurables a nivel mundial, ("TM: the untold stories behind 29 classic logos". Mark Sinclair) y citado por el experto en marketing Wally Olins como ejemplo de marca país.

Este "logo de Miró" ha crecido tanto que ha pasado a asociarse no ya con el turismo sino con el país en su conjunto, perdiendo por tanto fuerza como identificador del organismo que lo sostiene. Porque el nombre también forma parte

de la identidad y porque Turespaña, a lo largo de los más de 30 de vida de este logo ha evolucionado, adaptado su estrategia y se ha especializado, es necesario dar un mayor impulso al conocimiento, reconocimiento y percepción que el sector y las empresas tienen del organismo y presentarlo de manera más clara. Por ello y con el fin de comunicar de manera más efectiva la misión del organismo se ha diseñado un nuevo logotipo que complementa el original (que

permanece invariable), e incluye de manera expresa los dos aspectos básicos y puntos focales del trabajo de Turespaña: El marketing internacional y el estudio y análisis de mercados y tendencias en los que dicho marketing se apoya.

Este nuevo logotipo hará posible una identidad coherente y eficaz manteniendo además el estilo visual propio de Turespaña.





Rafael Gallego Nadal
Presidente de CEAV

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.



Pilar Moncho
Diputada de Turismo en la Diputación de Valencia

València es sinónimo de buen anfitrión. No en vano, la ciudad ha sido designada como sede de multitud de eventos y proyectos que enriquecen nuestro presente turístico y simbolizan el futuro del sector. En este sentido, quiero trasladar mi más sincero agradecimiento a la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) por confiar en nuestro territorio para celebrar el próximo mes de noviembre el encuentro profesional que reunirá a los principales prescriptores turísticos del mundo, el **IV Summit of Travel Agencies Association**.

Como diputada de Turismo de la Diputación de Valencia, quiero destacar que es una oportunidad fantástica para decirle al mundo que los valencianos y las valencianas no sólo somos buenos anfitriones, sino que también somos capaces de liderar nuevas maneras de gestionar el sector

turístico combinando lo público y lo privado atendiendo a la racionalización y optimización de recursos.

Las agencias de viajes son un agente relevante en el sector que, conscientes de las nuevas realidades turísticas, han apostado por abrir nuevas plataformas de comercialización para dar respuesta a las nuevas demandas sociales. Desde el Patronat de Turisme de la Diputación de València, vemos con buenos ojos la evolución de las tradicionales fórmulas de comercialización porque también hemos impulsado una nueva manera de trabajar. Estamos en un auténtico punto de inflexión que marcará el éxito de un sector que debe pensar y actuar con las nuevas herramientas y sinergias que proporcionan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Por ello, seguiremos con la premisa de que juntos sumamos más, una máxima que no sólo inspira nuestro día a día de colaboración y coordinación institucional plena, a todos los niveles, con la Agencia Valenciana del Turisme y con la Fundación Turismo Valencia, sino que también guía nuestro trabajo diario con empresas y ciudadanos en beneficio de la competitividad turística de nuestros municipios.



Francesc Colomer
Secretari Autòmic de l'Agència Valenciana del Turisme

Como responsable del Turismo de la Comunitat Valenciana me satisface daros la bienvenida a esta **Cumbre Mundial de Presidentes de Asociaciones de Agencias de Viajes**, que organiza la Confederación Española de Agencias de Viajes y que, en esta 4ª edición, se celebra en Valencia.

El mercado turístico nacional e internacional, cada vez más competitivo y diverso, requiere que los destinos aseguren una respuesta ágil a las cambiantes exigencias de la demanda. Permanecer quietos en medio de un cambio permanente únicamente podría llevarnos al fracaso. En este sentido, la continua actividad de las Agencias de Viajes nos ayuda a consolidar el actual posicionamiento competitivo de la Comunitat Valenciana como destino turístico de primer orden, como un territorio plural y diverso, fértil en espacios de interior y paisajes mediterráneos, que conjuga perfectamente atractivos núcleos urbanos y zonas rurales con nuestra magnífica costa. Por eso, es un placer recibirnos en nuestra tierra.

La Comunitat Valenciana cuenta con un total de 1.278 agen-

cias de viaje, de las cuales el 56% se concentra en la provincia de Valencia, unas 723, y de ellas 353 están en la ciudad de Valencia, lo que nos muestra el nivel de relevancia de este tipo de empresa turística, que ha sabido evolucionar para adaptarse a las nuevas tecnologías y a las nuevas exigencias de los viajeros al tiempo que ha crecido en número de establecimientos en el último año.

Desde la Agència Valenciana del Turisme quiero trasladar al sector de las Agencias de Viajes el compromiso y la voluntad de la Generalitat de trabajar juntos para apoyar vuestra actividad con una completa colaboración en todos los ámbitos. Sois vosotros, las Agencias de Viajes, las que podéis ayudarnos a levantar nuestra imagen reputacional y conseguir un buen posicionamiento, bien merecido, en los mercados tanto nacionales como internacionales.

Estoy convencido de que nos espera un largo recorrido juntos, con ambiciosos retos y con la ilusión de trabajar por y para un sector, como es el turístico, que tantos beneficios aporta a la Comunitat Valenciana y a todo el país. Por ello deseo que esta 4ª Cumbre nos aporte unas importantes conclusiones que nos permitan seguir avanzando en la buena dirección.

Finalizo reiterando mi agradecimiento por elegir Valencia para esta reunión y permitimos mostraros en primera persona cómo es el turismo en la Comunitat y especialmente, cómo es el turismo en esta maravillosa ciudad.



Sandra Gómez
Primera Teniente de Alcalde del Ayuntamiento de València. Presidenta de la Fundación Turismo Valencia

Es un privilegio para València acoger la **4ª Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes**, y poder recibir en nuestra ciudad a los presidentes de las Agencias de Viajes a nivel mundial, así como a los principales representantes del sector. Una oportunidad para, además de debatir sobre los retos a los que se enfrenta la industria, disfrutar de esta acogedora y dinámica ciudad y descubrir nuestra cultura, costumbre, tradición y gastronomía.

El sector de las agencias de viajes es un eslabón fundamental en la actividad turística. Se trata del principal comerciali-

zador y su papel es esencial en el asesoramiento turístico, así como en la satisfacción de los viajeros tanto si se viaja por motivos profesionales, personales o de ocio.

Las instituciones valencianas acompañamos a CEAV y colaboramos en este encuentro mundial, porque encontramos en vosotros aliados clave para la gestión turística competitiva, rentable y sostenible. Os animamos a apoyar y participar en esta iniciativa de diálogo, debate, intercambio de ideas y entendimiento empresarial.

Desde el Ayuntamiento de València y la Fundación Turismo València, entidad que tengo el honor de presidir, nos ponemos a vuestra disposición. Esperamos que, de igual forma que las anteriores ediciones, esta 4ª Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes que tendrá lugar en València resulte un rotundo éxito y su estancia en nuestra ciudad sea inolvidable.

Os esperamos.

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

PROGRAMA*

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 01 al 03 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 a Valencia.

19.00 h. Recepción en el Lobby del Hotel

19.45 h. Ceremonia de inauguración

20.45 h. Cena - Cóctel

JUEVES, 02 DE NOVIEMBRE

Museo de las Ciencias de la Ciudad de las Artes y las Ciencias - Av. del Profesor López Piñero, 7

09.30 h. Apertura por las Autoridades Turísticas Locales de la Agencia Valenciana de Turismo, Diputación de Valencia y Turismo Valencia.

10.00 h. "Facilitación del Viaje frente a las fuertes políticas de inmigración y protección de fronteras".

11.00 h. "El impacto de la economía digital en la intermediación turística y la promoción turística".

12.00 h. Pausa - Café

12.30 h. "Agencias de Viajes de todo el mundo: Tendencias de Mercado"

12.00 h. Almuerzo de Trabajo

15.30 h. Panel de Experiencias: "Tiempo para compartir".

17.30 h. Tiempo libre

20.00 h. Traslado a la Cena

20.30 h. Cena de Gala

VIERNES, 03 DE NOVIEMBRE

Museo de las Ciencias de la Ciudad de las Artes y las Ciencias - Av. del Profesor López Piñero, 7

09.45 h. "Presente y Futuro de la Distribución Aérea"

11.30 h. Pausa - Café

12.00 h. "Diálogo abierto entre Presidentes & CEO's"

13.00 h. Clausura del Summit

14.15 h. Almuerzo de trabajo

16.45 h. Valencia Sightseeing

20.30 h. Traslado a la Cena

21.00 h. Cena

SÁBADO, 04 DE NOVIEMBRE

Salida de los participantes

Programa Opcional: 4 & 5 Noviembre.

* programa sujeto a cambios

PRIMUS HOTEL
Carrer de Menorca, 22 - Valencia
www.hotelprimusvalencia.com/

AC HOTEL VALENCIA
Avda. Francia, 67 - Valencia
www.marriott.com/hotels/travel/vlcva-ac-hotel-valencia

AC TRYP VALENCIA OCEANIC
pintor Maella, 35 - Valencia
www.tryphotels.com/es/nuestros-hoteles/espana/valencia/hotel-tryp-valencia-oceanic/

MÁS INFORMACIÓN: <http://summit-travel-agents.visitvalencia.com/es/portada/>



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), **TRANSVIA** (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

BIENVENIDOS A COCKPIT.

El nuevo mundo de reservas de AERTICKET



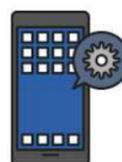
Reservar vuelos volando

Ponemos a tu alcance una herramienta fácil y eficaz. Asesora a tu cliente y elabora propuestas personalizadas. Reserva vuelos de forma autónoma y gestiónalos cómo un profesional. Añade valor a tú producto con contenido completo e internacional y servicios adicionales.



Gestionar reservas cómo en un GDS

"MiGDS" te permite gestionar tus reservas con comandos crípticos.



Fidelizar clientes vía Smartphone

Nuestra App le ofrece a tu cliente la gestión integra de todas sus reservas de viaje en una aplicación móvil.



Servicio completo

Emisión de billetes 365 días/24 horas
Equipos de especialistas
Formación

BILLETES DE AVIÓN DE PROFESIONAL A PROFESIONAL



Ventajas de un vistazo:

Consolidador más grande de Europa
con 15.000 billetes diarios

Proveedor B2B independiente



Partner de:

35.000 agencias en todo el mundo

Grupos de agencias de viaje

200 agencias mayoristas

Agencias online especializadas

Gran portfolio de tarifas internacionales



Entorno de reserva innovador - **COCKPIT**

AERHOTELS - consolidador de hoteles propio



Entrevista a Juan Espadas,
Presidente de la Red de Ciudades AVE

El AVE sigue acortando distancia y generando riqueza

Como Presidente de la Red de Ciudades AVE, ¿nos puede explicar en qué consiste la red y cuál ha sido su evolución desde su puesta en marcha?

Somos una Asociación creada en 2005 con el fin de facilitar y potenciar la promoción turística conjunta de las ciudades unidas por la red de trenes de alta velocidad: Ave, Alvia y Avant. Actualmente está compuesta por 25 ciudades miembros de pleno derecho y 4 ciudades como miembros adheridos.

¿Cuáles son las ciudades miembros y qué requisitos deben cumplir?

El único requisito es ser una de las paradas de la red de trenes de alta velocidad. Contamos con convenios de colaboración para la ayuda a la promoción con las comunidades autónomas de Andalucía, Castilla la Mancha, Castilla y León, Comunidad de Madrid y Cataluña. Sevilla cuenta con la presidencia de la misma y estamos muy orgullosos de la labor que se está realizando para la promoción de los destinos a nivel nacional e internacional.

¿En qué puede cambiar una ciudad la incorporación de la línea de alta velocidad?

El principal cambio se traduce en la reducción de los tiempos y las distancias. De manera indirecta, las consecuencias en la economía, la cultura, la sociedad y, en general, la cohesión de los territorios que forman parte de esta red, es innegablemente positiva.

¿En qué medida contribuye la red de ciudades AVE a fomentar el turismo nacional e internacional?

En turismo nacional tenemos nuestro producto Avexperience, enfocado en escapadas por destinos nacionales, viajes de 2 ó 3 noches que nos permitirán disfrutar de nuestras hermosas ciudades y conocer su gastronomía, su cultura, su naturaleza y su gente.

A nivel internacional Renfe ha creado el producto Renfe Spain Pass, un bono creado para facilitar el viaje a los turistas que visitan España y que está vinculado de manera especial a la Red. Es una manera de viajar fácil, flexible, segura y económica, que permite conocer varios destinos en un mismo viaje.

Estos bonos están disponibles tanto en clase business como en turista y se pueden elegir entre 4, 6, 8 y 10 viajes con un precio único y cerrado.

Se acaba de cumplir el 25 aniversario de la expo92 y la llegada del Ave a Sevilla. ¿Qué supuso para la ciudad?

El AVE fue para Sevilla una importantísima infraestructura, una gran apertura geográfica y también psicológica para una ciudad que, de algún modo, vivía aún de espaldas al mundo. Con el AVE, Sevilla no sólo fue la primera ciudad en contar con una conexión de alta velocidad con Madrid -desde el 21 de abril de 1992, más de 70 millones de personas han recorrido en estos trenes los 471 kilómetros de vías que unen ambas capitales-; al AVE se sumaron, además, otras profundas transformaciones de nuestro trazado urbano y nuestros vínculos con otros territorios, en torno a la Exposición Universal de 1992.

Juan Espadas, Presidente de la Red de Ciudades AVE

Juan Espadas Cejas nació en Sevilla, donde se licenció en Derecho por la Hispalense. Su interés por el medio ambiente le llevó a cursar un Máster en Política y Gestión Medioambiental por la Universidad Carlos III de Madrid. Su preparación se completó con una diplomatura en Alta Dirección de Empresas por el Instituto San Telmo de Sevilla.

Antes de su llegada a la política municipal, ocupó diversos cargos en la Junta de Andalucía, especialmente en la Consejería de Medio Ambiente. En 2008 pasó a dirigir la Consejería de Vivienda y Ordenación del Territorio, y en 2010 fue nombrado Senador en las Cortes Generales. Tras cuatro años en la oposición, lidera el proyecto socialista en el Gobierno municipal de la capital andaluza.



“...facilitar y potenciar la promoción turística conjunta de las ciudades unidas por la red de trenes de alta velocidad...”

¿Resulta fácil promocionar una ciudad con tantos atractivos como Sevilla?

Sin duda, Sevilla es una de las ciudades más hermosas del mundo, y sus atractivos monumentales, ambientales, culturales, gastronómicos y sociales son indudables. No obstante, sin la promoción y trabajo en común de la Red de Ciudades AVE, no habríamos sido capaces de brindar este inmenso patrimonio a tantas personas. Somos, por ello, una excelente ciudad que complementa al resto de ciudades que forman parte de esta red. Sin duda, nos enriquecemos de los puentes que esta unión tiende entre nosotros.

¿Qué tiene más peso, ¿su monumentalidad o las múltiples festividades que se celebran?

Sevilla tiene recursos y argumentos para apostar por una oferta turística con atractivos repartidos a lo largo de todo el año. La monumentalidad o nuestras Fiestas de Primavera, pero también nuestros festivales, nuestra hostelería, nuestra historia, nuestra forma de ser y, en definitiva, nuestro talento profesional y humano, forman parte de un mismo todo.

Usted tiene una amplia trayectoria en política medioambiental. ¿Cuál es la situación actual al respecto?

Estamos construyendo los cimientos de la sociedad del futuro. Los nuevos modelos de desarrollo económico, que unen a la prosperidad la sostenibilidad, como la Economía Circular, las cláusulas sociales

y medioambientales, han llegado para quedarse. Desde el ámbito institucional, en todos los niveles, los mensajes son claros: debemos cambiar nuestras pautas de crecimiento, de consumo energético, de movilidad o de consumo. Tras el Acuerdo de París, a pesar del rechazo de la Administración Trump, el mundo se ha comprometido a adoptar un nuevo camino. Estoy convencido de que es el camino adecuado.

Me imagino que además será un arduo defensor de los viajes en tren Precisamente el tren es un medio de transporte sostenible: emite entre 3 y 5 veces menos CO₂ por unidad transportada que el coche, y entre 7 y 10 veces menos que el avión. Además, contamos con una red española de alta velocidad, superior a los 3.000 kilómetros, de referencia a nivel mundial, que junto al resto de velocidades ha unido de forma definitiva a Sevilla con su entorno más inmediato, con España y con Europa.

¿Cuál es el papel de las agencias de viajes en la comercialización de los viajes tanto en AVE como de la ciudad de Sevilla?

Las agencias de viajes son las correas de transmisión que conectan nuestras estrategias con el cliente directo. Desde la Red de Ciudades AVE colaboramos con la Confederación Española de Agencias de Viajes para que nuestros productos y nuestros destinos lleguen al máximo número de personas posible: Avexperience -un paquete vacacional que incluye AVE, hotel y experiencias en destino- y Renfe Spain Pass -bonos de viajes dirigidos exclusivamente a turistas extranjeros-.

¿Le gustaría añadir alguna cosa más?

Quiero agradecerles el trabajo que la Confederación Española de Agencias de Viajes desarrolla por la promoción turística de nuestro país, y el espacio que me han concedido, en representación de la Red de Ciudades AVE, en su revista Mundo Inédito.

“Desde la Red de Ciudades AVE colaboramos con la Confederación Española de Agencias de Viajes para que nuestros productos y nuestros destinos lleguen al máximo número de personas posible...”

DIEZ RAZONES PARA UN AMOR A PRIMERA VISTA



Gran Canaria es un lugar cautivador. Un pequeño edén en medio del océano Atlántico que enamora a sus visitantes. En este decálogo te contamos los motivos por los que estás a punto de sufrir un flechazo

1. EL TERMÓMETRO COMO ALIADO. Gran Canaria fue bendecida con una agradable climatología fruto de su privilegiada situación geográfica y la generosa voluntad de los vientos alisios. Esos son algunos de los condicionantes que le confieren una temperatura media anual de 24 grados. El sol se esconde pero nunca duerme. La peculiar orografía de la Isla garantiza una atmósfera suave y variable que relativiza el rigor de las cuatro estaciones del año.

2. UN ESPECTACULAR DECORADO NATURAL. El afán por la conservación de su patrimonio natural ha convertido a Gran Canaria en un lugar en el que el tiempo parece haberse detenido. Casi la mitad de su superficie es territorio protegido, un legado que asegura un nivel de pureza medioambiental extraordinario. Ese empeño es perfectamente compatible con un disfrute responsable. Su origen volcánico es un recuerdo omnipresente.

3. LA PLAYA COMO FORMA DE VIDA. Gran Canaria alberga 60 kilómetros de playas en sus 236 kilómetros de costa. Su litoral ha sido el patio de recreo de generaciones de isleños orgullosos de poder compartir su tesoro con el visitante. El catálogo es amplio y para todos los gustos, desde las extensas alfombras de arena rubia del sur a los parajes íntimos que salpican el norte de la Isla. No todo el mundo puede disfrutar del placer de una jornada en la playa y ese es un lujo que en Gran Canaria es posible durante casi todo el año.



4. EL HOGAR DE LOS DEPORTISTAS. Una de las ventajas de tener un clima envidiable y un entorno natural afortunado es poder practicar deporte al aire libre. Los amantes de la montaña están de enhorabuena gracias a la red de senderos que recorre toda la geografía de la Isla. Gran Canaria también es un paraíso para los apasionados de la bicicleta, testigos aventajados de sus sobrecolegados paisajes. Los que prefieran el mar pueden elegir entre un variado surtido de actividades. Surf, windsurf o kitesurf si lo que se busca es un chute de adrenalina; pesca deportiva y submarinismo si se prefiere una evasión completa bajo la superficie.

5. UN LUGAR PARA DISFRUTAR DE LA FAMILIA. Gran Canaria es un destino ideal para gozar del tiempo libre en compañía de los seres queridos. En pareja o al calor de los más pequeños de la casa, merece la pena invertir parte de la estancia en conocer las atracciones que convertirán su viaje en una experiencia inolvidable.

6. TIERRA DE HISTORIA, CULTURA Y OCIO. La historia prehispánica de Gran Canaria continúa latiendo seis siglos después de la conquista. El pasado aborigen es conservado con celo en parques arqueológicos y museos que también recogen el mestizaje cultural que reina en la Isla. Cristóbal Colón hizo escala en Gran Canaria camino de América dejando una huella imborrable de la que aún se preservan curiosos vestigios. El Carnaval es una de las fiestas más representativas de un rico calendario de ocio y saca a relucir el carácter afable y divertido de los grancanarios.

7. UN EXQUISITO MAR DE SABORES. Cada rincón de Gran Canaria brinda la posibilidad de descubrir deliciosos aromas que emanan de una gastronomía alegre y heterogénea. La Isla presume de ser el único lugar de Europa en el que se cultiva café pero también luce con satisfacción los encantos de sus productos hortofrutícolas, una jugosa repostería y un icónico ron elaborado en la bodega más antigua del continente.

8. HAZ UNA PAUSA EN TU VIDA. Gran Canaria es un destino perfecto para descansar y dejar atrás los problemas. La oferta de centros de spa y wellness pone tu bienestar en manos de los mejores profesionales. En la tierra donde el aloe vera emerge para velar por el cuidado de tu piel creemos que la salud debe situarse en lo más alto de las prioridades.

9. UNA CAPITAL MODERNA Y ABIERTA. El casco histórico de Las Palmas de Gran Canaria, ubicado en los barrios de Vegueta y Triana, merece una sosegada inspección para contemplar sus casas de estilo colonial. El Puerto de la Luz es uno de los principales centros de su actividad económica y, a solo un paso, al otro lado del istmo de La Isleta, sobresale como punto de encuentro Las Canteras, una de las mejores playas urbanas del mundo. La capital posee una atractiva propuesta de entretenimiento producto de su esencia moderna y cosmopolita.

10. PUEBLOS CON ENCANTO. Los pueblos son uno de los secretos mejor guardados de Gran Canaria. Agaete, Mogán, Teror o Tejeda son sólo algunos de los enclaves a explorar para conocer el espíritu isleño. La amabilidad de su gente y la riqueza de sus tradiciones hacen que el visitante se sienta como en casa. En la cumbre o en la costa, pasando por las medianías, cada municipio contribuye armónicamente a la proyección de nuestras señas de identidad.





Descubriendo el mundo juntos

Los pasajeros pueden volar desde Madrid y Barcelona a más de 150 destinos en todo el mundo. Nuestro galardonado servicio, cómodos asientos y 3.000 opciones de entretenimiento te esperan a bordo de una de las flotas más jóvenes del mundo.

qatarairways.com/tradepartners



GOING PLACES TOGETHER



La vía hacia **el éxito**, ¿corto, medio o largo plazo? - No estamos en época de cambios, si no ante un **cambio de época - Gestionar bien**, la opción de sostenibilidad **Turismofobia** - Cambios globales - Movilidad, transversabilidad- Factores del turismo... **atrás y adelante...**

Martin Sarrate

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

La dura crisis ya ha pasado y en consecuencia debemos volver a pensar y planificar más que estar en la simple lucha para adaptarse a las circunstancias que pasaron y que pudieron provocar nuestra desaparición, de no ser que reaccionamos con rapidez y con un enfoque a corto plazo.

Como cierre de muchas agencias, cierre de los créditos, incremento de impagados, prácticas desleales de competidores para intentar sobrevivir... Ahora es el momento de volver a pensar cómo son nuestros clientes, empleados, etc, donde el cambio es la única circunstancia real y predecible.

Hay productos que sirven para poco tiempo, pero a su vez son relativamente baratos.

No estamos en una época de cambios, si no en un cambio de época. Está llegando el internet de las cosas que codificará a millones de objetos y a su vez seguirá sus movimientos. En el año 2020 existirán aproximadamente unos 26.000 millones de dispositivos con un sistema de adaptación al internet de las cosas. Pero para llegar al futuro debemos generar beneficios y consolidar buenos equipos.

Todos hablan del turismo, unos de saturación, otros de beneficios, para otros el turismo es un producto para consumir, mientras que otros deploran el abandono de destinos vulnerables por temas de seguridad.

Desde los orígenes el turismo es cultural, y se ha convertido como un derecho humano, también en un tema de mucho análisis y debate, no solo a nivel político sino también académico, empresarial y con sus defensores y con sus detractores. Hay que ver dónde se sitúa la sostenibilidad, el medio ambiente los derechos laborales, y de los empresarios del sector turístico. El turismo soluciona las economías de muchos países, teniendo una aportación significativa en el PIB.

El turismo, hemos visto como ha cambiado con la entrada de nuevos factores en el mercado, cambiando la distribución, el consumo turístico y la producción, debido a la penetración y expansión de internet, donde el consumidor puede acceder directamente a los productos. Tampoco podemos olvidar el desarrollo y deseo de obtener nuevas experiencias en el turismo siendo un desafío para las empresas turísticas tradicionales. Este debate sobre los impactos que puede producir el turismo en muchas ciudades, y sobre todo en Barcelona por afluencias masivas de turistas, produce este desencuentro de experiencias entre residentes y turistas con el correspondiente debate se ven manifestaciones masivas contra este turismo, reclamando que no se construyan nuevos hoteles, ni pisos turísticos, en contra de la llegada de cruceros, y percibiéndose el turismo

como un problema y las moratorias e impuestos se logran sin apenas oposición.

Tenemos que pensar que los turistas están eligiendo sobretodo aquellos destinos que se perciben como "seguros" y observamos que cada vez se reserva con mayor antelación para asegurar las vacaciones elegidas y eso es una gran noticia.

La expresión de turismofobia como nueva aparición de significado de que existe una fobia hacia los turistas, creyendo que determinado tipo de turismo provoca molestias a los vecinos. Se están debatiendo soluciones y poniendo todo el esfuerzo entre todos los protagonistas: administración, empresas, turistas y residentes, para poder realizar pactos y sobretodo desterrar este tipo de conceptos, ya que pueden perjudicar al comercio, a nuestros negocios y a todas las actividades relacionadas transversalmente con la actividad turística.

La sociedad está viendo más inconvenientes que ventajas en el turismo y eso puede provocar desequilibrios empresariales en el sector.

Asimismo se está cuestionando el límite de la ciudad y sobretodo su evolución de futuro, no obstante un 72,3% consideran positiva la contribución del turismo al desarrollo de la ciudad, el aumento de visitantes en las grandes ciudades se ha convertido en un fenómeno global.

Para poder gestionar la demanda tenemos que determinar qué, quién, cuándo y cómo, queremos que vengan nuestros turistas, tenemos que generar un modelo global coherente y que contente a todos los protagonistas involucrados en este sector, tan apasionante y generador de riqueza.

Este año 2017 se cumplirán 25 años que se realizaron los Juegos Olímpicos del 92, y que se proclamaron como "los mejores juegos modernos de la historia y que culminaron con una ciudad abierta al mundo a través del diseño y de la arquitectura y que a su vez se reconstruyó una nueva Barcelona como un nuevo espacio para vivirla y disfrutarla.

La ciudad se auto proyectó al mundo internacional, dando una imagen de modernidad y fue la mejor promoción que hemos podido tener y que se han recogido los frutos sobre todo de índole turístico, asegurando un buen futuro equilibrado.

Oficialmente 2017 es el Año del Turismo Sostenible para el Desarrollo, por lo que si compartimos las mejores prácticas, saldrá beneficiada la imagen de la industria turística.

Y me gustaría terminar con una cita de San Agustín, que dice: **EL MUNDO ES UN LIBRO Y AQUELLOS QUE NO VIAJAN SOLO LEEN UNA PÁGINA.**

AUSTRALIA

Australia:

La inmensidad del sur del Pacífico

Texto y fotografías: Román Hereter

Para algunos, la isla más grande de la tierra, para otros, el continente más pequeño. Ese pedazo de tierra en medio del océano posee un magnetismo al que poca gente puede escapar. Australia está en la mente de muchos viajeros como una asignatura pendiente. Un viaje lejano y quizás inaccesible.

En la doble página anterior: Vistas desde la Gran Carretera del Océano, en el estado de Victoria.

El tiempo y la distancia tienen buena parte de culpa, pero en los últimos años, el descenso de las tarifas aéreas motivado por el gran número de conexiones hacen más asequible la escapada y la enorme isla del hemisferio sur nos resulta mucho más cercana.

Parece un país de contradicciones. Fundada como colonia de criminales expatriados de las islas británicas, "convictos" suena menos fuerte, se ha transformado en una sociedad que en algunas áreas es más conservadora y victoriana que la mismísima metrópoli londinense. A priori desértica, posee bosques tropicales, montañas nevadas y tierras donde se cultiva el buen vino. Pingüinos y canguros. Y a pesar de su superficie, casi siete millones setecientos mil kilómetros cuadrados, el setenta por ciento de sus veinticuatro millones de habitantes vive en las diez ciudades principales y más de once millones lo hacen en Sydney y Melbourne, las dos grandes rivales.

Bajo estas líneas, jóvenes disfrutando del mediodía en Melbourne, yates en el puerto de la capital de Victoria y aborígenes en Kuranda.

Sin embargo, tenemos otra imagen del país. La de la soledad, el aislamiento, la distancia. Niños siguiendo sus estudios a través de la radio, médicos que visitan a sus pacientes desplazándose en avioneta, y granjeros que viven al estilo "cocodrilo dundee". Tipos rudos, ciertamente, que habitan el interior y que nada tienen que ver con la alta sociedad de Melbourne, ni con la ingente cantidad de asiáticos que han llegado en los últimos años

para unirse a la larga lista de griegos, italianos y centroeuropeos que arribaron después de los ingleses. ¿Y los aborígenes? ¿Qué hay de los aborígenes? Fueron masacrados, quizás un poco menos que en Norteamérica, y muchos de los pocos que quedan, viven marginados y sumidos en un alcoholismo incipiente, a pesar de que en los últimos años se han podido reorganizar y poseen sus comités, algunos territorios, ayuda, y cierta autonomía. Su lugar sagrado: Uluru, Ayers Rock en la mayoría de los mapas, es el símbolo turístico del país y uno de los lugares más visitados. Pero vayamos por partes.

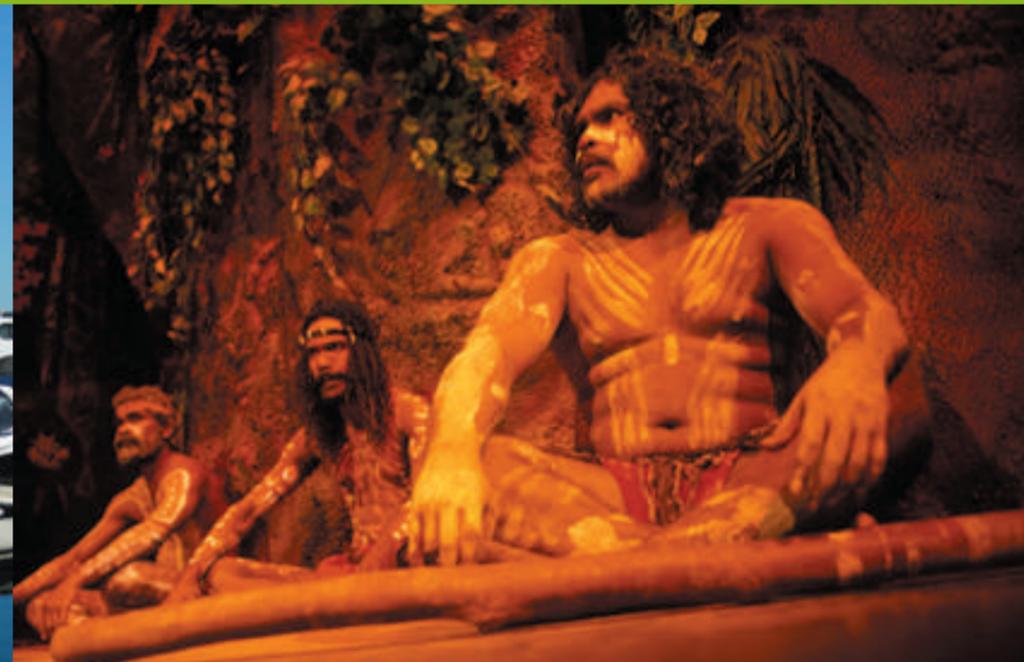
Victoria: la elegancia

La elegancia sería posiblemente la palabra que mejor definiría a la ciudad de Melbourne, la capital del estado de Victoria, el más pequeño del país. Antigua sede del gobierno desde los tiempos de la Federación hasta el traslado de la capital de la nación a Canberra, vio crecer muchos edificios neogóticos financiados con los beneficios adquiridos por el descubrimiento de grandes cantidades de oro en la década de 1850. Bañada por el río Yarra, tiene un relieve bastante llano y la superficie urbana está salpicada por más de cuatrocientos parques que alcanzan la cuarta parte de la urbe. Los puentes sobre el Yarra, la casa del Parlamento, la catedral

católica romana de San Patricio, la casa de los padres del capitán Cook, traída desde Inglaterra, y la National Gallery, constituyen las visitas tradicionales, pero deben completarse con los paseos, a pie o en tranvía, por los distintos barrios que han acogido desde varias décadas a los grupos de inmigrantes que prefieren vivir junto a sus conciudadanos de origen. La "pequeña Italia", en la zona de Carlton; los asiáticos en Fitzroy; Chinatown; griegos en Richmond; Camberwell, Croydon, Dingley, Footscray... Los barrios más distinguidos están en South Yarra y Toorak, donde la victoriana sociedad de origen británico posee sus mansiones. Y las

tiendas más elegantes se alternan con hoteles y sedes de grandes compañías en el centro comercial. Auténticas galerías instaladas con un gusto exquisito dejan boquiabiertos a los visitantes de la ciudad, que posiblemente también se sorprendan por el amor de sus habitantes hacia el deporte. Aunque la Olimpiada del 56 ya hace tiempo que pasó, las prácticas deportivas se suceden sin cesar y durante el fin de semana hay que acercarse hasta el río, junto a los jardines de Alexandra, para contemplar la enorme cantidad de remeros que surcan sus aguas con sus frágiles y ligeras embarcaciones.

Vistas de los rascacielos del centro de Melbourne desde el río Yarra.



Fachada de la estación de ferrocarril de Melbourne.

Salir de Melbourne permite visitar los Jardines Nacionales de Rhododendron en Olinda; Belgrave, centro comercial del área de las montañas Dandenong; El pueblo minero de Sovereign Hill, reconstruido en el estilo de la época en Ballarat; y la ciudad de Bendigo, que fue la reina de los campos auríferos y hoy representa un magnífico ejemplo de arquitectura del siglo XIX. Porque Victoria también tiene su lejano oeste, salpicado por minas de oro, rodeadas de áridos desiertos y zonas habitadas por rudos vaqueros que conducen el ganado.

Más al norte se encuentran las tierras bañadas por el río Murray, que todavía recuerda aquellos tiempos anteriores al ferrocarril, en que buena parte del transporte se realizaba mediante barcas. El río llegó a ser con sus 2.590 kilómetros de longitud y cientos de barcos fluviales, la mayor arteria comercial del sudeste de Australia y es todavía hoy el cauce fluvial más largo del país.



Además de los Alpes, con alturas que rondan los 2.000 metros y valles que en primavera se cubren de flores silvestres, existe en Victoria otra cadena montañosa que si bien no resulta tan espectacular, constituye un rosario de picos escarpados y rocosos con más de mil especies de plantas autóctonas y abundante vida animal. En los Grampians, finaliza la larga cadena "Great Dividing Range", que divide el este de Australia y el gran desierto central. Puede constituir el primer encuentro con los canguros en libertad. Escurridizos y saltarines, rápidamente se internan en la maleza, quizás con el instinto adquirido tras décadas de persecución. Los aborígenes de la zona, que poseen un centro cultural en el interior del parque, han recuperado parte de sus tradiciones y una gastronomía basada en la caza de animales, que puede "degustarse" en el restaurante anexo. La serpiente, la carne de canguro y el paté de emú son algunos de los platos más habituales. Las pinturas aborígenes, las cascadas de Mac Kenzie, las paredes rocosas que hacen las delicias de los escaladores y la variedad de flores y plantas silvestres constituyen los atractivos más destacables de la abrupta cordillera de los Grampians. También se pueden ver canguros, koalas y emús en libertad en la Tower Hill Wildlife Reserve, cerca de Warrnambool y visitar en la misma localidad el Flagstaff Hill Maritime Village, un museo marítimo con la colección más rica de los naufragios acontecidos en Australia y la reproducción de una aldea al aire libre de 1870 que proporciona una idea de los estilos de vida de la época.

"The Great Ocean Road"

Una de las rutas paisajísticamente más interesantes y bellas del estado de Victoria es la "Great Ocean Road", carretera que bordea el océano desde Warrnambool hasta Melbourne, a lo largo de 350 kilómetros. Las frecuentes tormentas de antaño provocaron múltiples naufragios de los viejos "clippers", buques de vela del siglo pasado que zarparon ligados a la fiebre del oro. Hay 17 buques hundidos y localizados frente a la costa. Los acantilados tallados por la erosión de aguas y vientos ofrecen en el Parque Nacional de Port Campbell, formas dramáticas y fantasmagóricas, entre las que destaca la bautizada con el nombre de "los doce apóstoles". El llamado "puente de Londres" fue también famoso antaño, pero hace pocos años uno de sus arcos se derrumbó. Una de las vistas más impresionantes se obtiene en Loch Ard Gorge, donde el mar penetra en una garganta profunda rodeada de blancos acantilados. Pueblos de pescadores, playas frecuentadas por el turismo y en ocasiones por pequeños pingüinos, parques con bosques pluviales como el de Otway, y hasta un campo de golf en Anglesea con multitud de canguros acostumbrados a contemplar impasibles el



"swing" de los jugadores, son algunos de los atractivos que jalonan la bella carretera del océano, que se prolonga hasta Melbourne.

Hayman Island: la exclusividad en la Gran Barrera de Coral

Un vuelo hasta Brisbane, ya en el estado de Queensland y una rápida conexión nos puede llevar hasta Hamilton Island, donde un impresionante yate traslada a sus clientes hasta la isla de Hayman. Cuarenta y cinco minutos de travesía acompañada por la suave música y una botella de champán separan la gran isla-continente de uno de los "resorts" de playa más lujosos del mundo y el que fuera el primero de todo el hemisferio sur. Pasar tres días en Hayman es como acercarse por algunas horas al modo de vida de la "jet set" internacional. Situada en el corazón de las Whitesunday Islands, la pequeña isla privada posee un puerto para yates, a la vez frecuentado por hidroaviones que permiten a sus clientes sobrevolar la Gran Barrera de Coral y descender en cualquier punto para bucear o simplemente descansar sobre la inmensidad del océano, mientras a escasos centímetros bajo la superficie se desarrolla una vida llena de colores.

La Gran Barrera de Coral es el mayor sistema de corales y formas de vida asociadas del mundo. Tiene una longitud de 2.300 kilómetros, ocupando una área de casi 35 millones de hectáreas salpicadas por 2.900 arrecifes y gran cantidad de islas. Patrimonio de la Humanidad por su riqueza natural, es un ecosistema maduro desarrollado a lo largo de miles de años, formado por arrecifes

individuales compuestos por restos de esqueletos acumulados de plantas y animales, sosteniendo a la vez, una capa de animales y plantas vivientes. Con 1.500 especies de peces identificadas, más de 300 de corales duros, 400 de moluscos y 400 de esponjas, es sin duda el auténtico paraíso de los submarinistas, pero miles de personas se desplazan cada año a alguna de sus partes simplemente para nadar, tomar el sol o zambullirse en sus cristalinas aguas. Normalmente utilizan barcos que parten de los centros turísticos de la costa de Queensland, pero los clientes de Hayman, lo suelen hacer en avioneta o helicóptero. Sobrevolar la Gran Barrera es una experiencia única. Bajo la superficie del agua se puede contemplar ese laberinto coralino que se extiende hasta el infinito. De vez en cuando se observan yates de recreo o plataformas de distintos tamaños adaptadas para acoger con comodidad a las excursiones que provienen de la costa. Nuestro hidroavión descendió hasta una de ellas para poder agenciarnos con el material necesario para una sencilla inmersión. Una pequeña barca nos trasladaría hasta el punto elegido y dos horas de relajantes emociones contrastarían con el trayecto excitante con el que nuestro piloto nos había obsequiado en el viaje de ida.

Regresamos a nuestra lujosa isla para disfrutar de sus instalaciones. Cinco restaurantes y la posibilidad de realizar una cena durante un crucero crepuscular representan el contrapunto gastronómico a todo tipo de actividades deportivas o las simples caminatas por el perímetro isleño.

Una piscina de diseño excepcional y maravillosos jardines tropicales se extienden por delante

Los llamados "Doce Apóstoles" en la Gran Carretera del Océano



sol y que para resulta un excelente enclave para abrir el mapa y recorrer con la vista la inmensidad de Australia.

Cinco estados en la gran isla además de Tasmania, "la otra isla" situada al sur. En el oeste: "Western Australia", cuya capital Perth, parece aislada de todo lo demás, a más de cuatro mil kilómetros del poblado este. Junto a la desembocadura del río Swan, Perth tiene cierto aire californiano, y vive de espaldas al inmenso desierto que la entorna, de cara al mar. Durante muchos años la única vía de comunicación terrestre con el resto del país eran las 65 horas de trayecto, dos días y tres noches, que emplea el ferrocarril Indian Pacific, que encuentra en su camino la recta ferroviaria más larga del mundo. Pasa por South Australia, cuya capital, Adelaide, se enorgullece de los vecinos viñedos del valle de Barossa y de albergar los festivales de música y arte más animados de todo el país.

Parque Nacional de Kakadú

Al norte, el "Northern Territory", acoge dos de los más grandes hitos australianos. De un lado el Kakadu National Park, una gigantesco Parque Nacional de 19.804 kilómetros cuadrados que también es Patrimonio de la Humanidad. Novecientas especies de plantas, 300 clases de pájaros, 75 de reptiles entre los que se incluye un gigantesco y peligroso cocodrilo de agua salada, 50 mamíferos locales, 30 anfibios y un sinfín de peces de agua dulce e insectos habitan este territorio junto a los aborígenes que se instalaron aquí hace más de 25.000 años. Las primeras hachas de piedra con filo de la prehistoria se han encontrado aquí y algunos restos arqueológicos pueden competir en antigüedad e importancia con los del sur de Europa. Desde Darwin, la ciudad más multirracial del país, se organizan diversas expediciones al Parque Na-



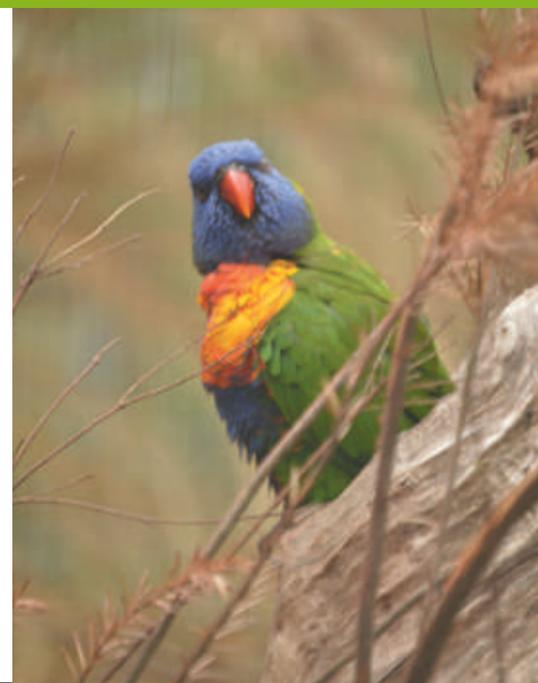
vestidos de etiqueta, instalada en el centro de la amplia cocina del restaurante, mientras cocineros y camareros deambulan a su alrededor para producir y servir los deliciosos manjares. Una forma de acercar dos mundos tradicionalmente separados por una puerta de servicio.

A pesar de los hoyos de un mini campo de golf, de las seis pistas de tenis, del gimnasio, de las pistas de bádminton, las tiendas, los centros infantiles, las peluquerías, los jardines y el centro de deportes acuáticos, la zona más espectacular y concurrida es la llamada piscina del lago. Un enclave excepcional donde casi todo el mundo toma el

Sobre estas líneas: terraza del histórico hotel Carrington en Katoomba, en las montañas azules; e hidroavión en Hayman Island en la Gran Barrera de Coral.

La variedad de la fauna autóctona va desde los canguros hasta los koalas, pasando por una gran variedad de aves.

de las dos alas capaces de albergar 214 habitaciones y suites que han acogido a lo largo de su historia a los más ricos y famosos personajes que han tenido a bien desplazarse hasta aquí. Reyes y cantantes, artistas de cine y modelos, presidentes y magnates, figuran en la lista, a veces secreta, a veces no tanto, de ilustres individuos que han pasado algunos días de relax en este dorado retiro. El marisco, la pasta italiana, la hamburguesa, los platos orientales y la cocina francesa, son los protagonistas principales en los distintos restaurantes, pero de vez en cuando se organiza en este último una cena muy especial, la llamada "cena del chef". Resulta impresionante observar una larga mesa repleta de candelabros y vajillas nobles a cuyo alrededor se sientan elegantísimos comensales





y fuertes vientos, si bien las inundaciones disminuyen. *Yegge*: entre mayo y mediados de junio, tiempo más fresco con baja humedad, época en la que los aborígenes queman la vegetación para que crezca el pasto para el ganado. *Wurrngeng*: entre mediados de junio y mediados de agosto, tiempo más frío con baja humedad, la mayoría de los arroyos se secan y las planicies inundadas en la temporada de lluvia se secan. Y *Gurrung*: entre mediados de agosto y mediados de octubre, tiempo caliente y seco, cuando los pozos, llamados *billa-bongs*, se secan poco a poco.

La parte más interesante del parque son las planicies inundables, que ofrecen el mejor aspecto visual. Dignas de destacar son las pinturas rupestres de los emplazamientos de Ubirr, Nourlangie y Nanguluwur, que fueron habitados por el hombre ininterrumpidamente desde hace más de 20.000 años. Algunas de estas pinturas se encuentran entre las manifestaciones pictóricas más antiguas de la humanidad.

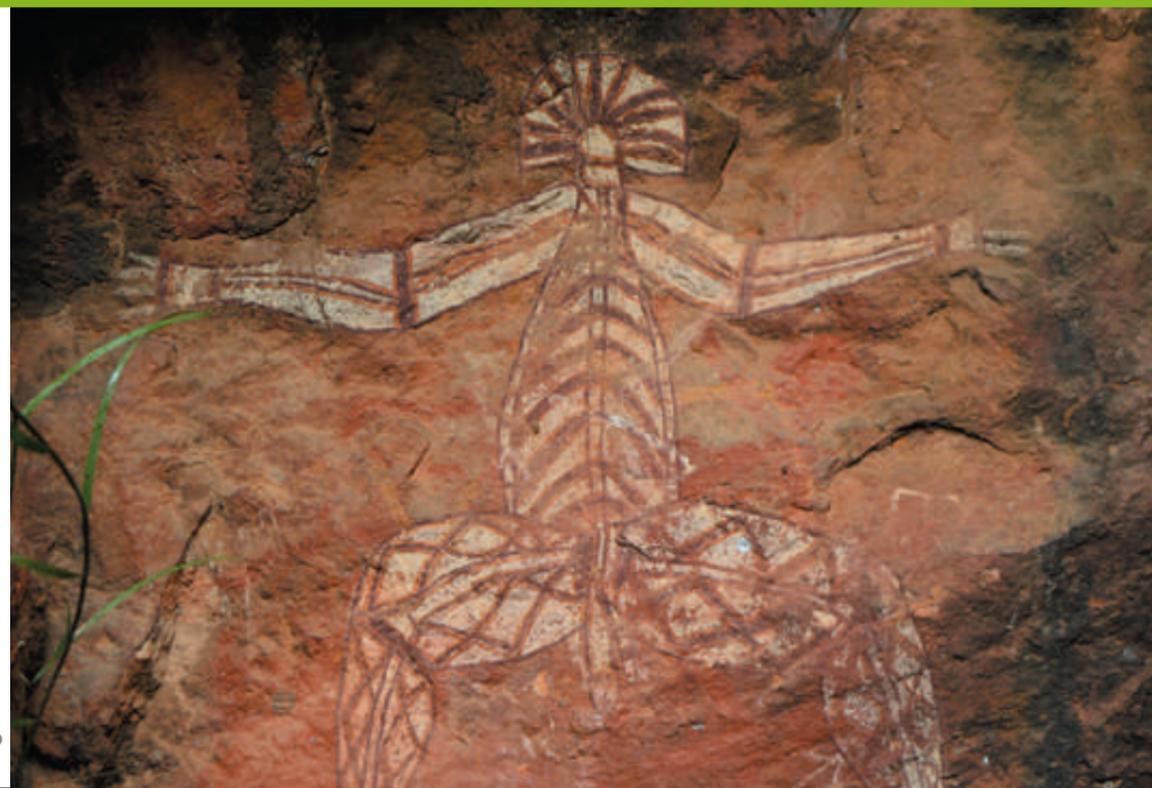
Uluru, el corazón rojo de Australia

El enorme monolito de arenisca roja de nueve kilómetros cuatrocientos metros de circunferencia y trescientos cuarenta metros de altura ha sido el foco de interrelaciones religiosas, culturales, territoriales y económicas entre los aborígenes del desierto del Oeste y se ha convertido en el símbolo turístico del país. También llamado Ayers Rock, forma, junto a las tierras circundantes, el Parque Nacional de Uluru-Kata Tjuta, que es propiedad de los aborígenes y Patrimonio de la Humanidad, aunque se rige por las políticas marcadas desde Canberra.

El primer occidental en llegar a Uluru fue, en 1873, el explorador William Gosse quien tras alcanzar su cima junto a su guía, el afgano Jamran, le impondría el nombre del entonces primer ministro británico de Australia Meridional, Henry Ayers. La superficie del monolito cambia de color según la inclinación de los rayos solares, tanto a lo largo del día como en las diferentes estaciones del año. Es particularmente famosa la imagen de Uluru al atardecer, cuando se vuelve de un color rojo brillante. A pesar de que la lluvia es poco frecuente en esta zona semiárida, durante los períodos húmedos la roca adquiere una tonalidad gris plateada, con franjas negras debidas a las algas que crecen en los cursos de agua. Alrededor de la base de la roca hay cuevas decoradas con pinturas que fueron utilizadas como refugios.

No lejos se levanta el conjunto de las Olgas, 36 bóvedas de laderas escarpadas que aparecen como fantásticas formaciones de roca acompañadas de cuevas y barrancos de gran atractivo que abarcan un área de 21,68 km². La montaña está formada por rocas sedimentarias formadas a partir de grava y bolos de diferentes tipos de roca, como

Bautizado como Ayers Rock por los británicos y llamado Uluru por los aborígenes, el impresionante monolito rojo del centro de Australia se levanta como auténtico símbolo del país.



cional de Kakadú, cuyo nombre proviene de la lengua aborígen llamada *Gagudju* que se hablaba al norte del parque a principios del siglo XX. Ahora ya no se habla regularmente, pero los descendientes de aquellos que la hablaban todavía habitan la región, que contiene un 10% de las reservas mundiales de uranio. Durante la época de lluvias, entre octubre y abril, generalmente no es posible acceder a muchas zonas del parque. Por el contrario, entre mayo y septiembre, es cuando se puede disfrutar de todo su atractivo. Los aborígenes de los pueblos *Bininj* y *Mungguy*, dividen el año en seis temporadas: *Gunumeleng*: entre mediados de octubre y finales de diciembre, temporada de tormentas pre-monzónicas con temperaturas cálidas y tormentas eléctricas frecuentes en las tardes. *Gudjewg*: entre enero y marzo, temporada del monzón con tormentas, fuertes lluvias e inundaciones; el calor y la humedad generan una explosión en la vida animal y vegetal. *Banggerreng*: abril, época de violentas tormentas

Pinturas rupestres en el Parque Nacional de Kakadú.

AUSTRALIA

A primera hora de la mañana, la luna se esconde por detrás del grupo rocoso de Las Olgas.

granito y basalto, conglomerados en una matriz de arenisca. En su punto más alto, el monte Olga se eleva 1066 metros por encima del nivel del mar, unos 546 metros por encima del terreno que lo rodea. Es por lo tanto 203 metros más alto que Uluru. En la lengua Pitjantjajara, el nombre *Kata Tjuta* significa "muchas cabezas".

El nombre occidental, Las Olgas, proviene de la cumbre más alta de ellas, el monte Olga. En 1872 el explorador Ernest Giles descubrió este emplazamiento, y pensó bautizarlo Monte Mueller en honor a su benefactor el Barón Ferdinand von Muller, sin embargo el barón prefirió que se llamara monte Olga, en honor a reina Olga de Württemberg.

El 15 de diciembre de 1993, se estableció una



política oficial de doble nomenclatura, que reconocía tanto los nombres tradicionales aborígenes como los nombres en inglés. Como resultado el monte Olga fue rebautizado como Mount Olga/Kata Tjuta. El 6 de noviembre de 2002, atendiendo la solicitud de la asociación regional de turismo, se invirtió el orden de los nombres, pasando a ser Kata Tjuta / Mount Olga.

Existen muchas leyendas Pitjantjajara sobre el Tiempo del Sueño, asociadas a este lugar y a los de las proximidades, especialmente Uluru. Algunas de estas leyendas tratan de la gran serpiente Wanambi, de la que se decía que vivía en la cumbre del monte Olga, y que solo descendía durante la estación seca. También se identifican partes de la montaña con los *Liru* u hombres serpiente, el hombre canguro *Malu*, o los *Pungalunga*, caníbales gigantes. La gran mayoría de la mitología sobre el lugar no se ha transmitido a los occidentales.

Tasmania

Para olvidar el rigor y el calor del desierto, podemos escaparnos a Tasmania. La pequeña isla,

en relación con el gigante del norte, es uno de los últimos lugares del mundo auténticamente salvajes y una quinta parte de su territorio ha sido también declarado Patrimonio de la Humanidad. Aquí pueden encontrarse cordilleras de montañas accidentadas, ríos de aguas turbulentas, cuevas que fueron ocupadas tras la última Edad de Hielo, viejos bosques y plantas y animales poco frecuentes. Pero posiblemente sea la huella colonial del siglo XIX, lo que más atrae al visitante de la isla. Hobart, la capital, es la segunda ciudad del país en lo que a antigüedad se refiere, fundada sólo 17 años después de Sidney.

Queensland, del duro desierto al relajante trópico

Cairns es la capital turística del estado más turístico de Australia, que ocupa casi una cuarta parte de su territorio. El clima tropical, la existencia de paisajes próximos atractivos y sobre todo la presencia frente a sus costas de la Gran Barrera de Coral convierten a las costas de Queensland en el destino deseado por las gentes que quieren descansar y dorarse bajo el sol de sus playas. Los ricos asiáticos del norte se prodigan en lo que podríamos denominar "el Hawái" o "la Florida" del hemisferio sur, y destacan sobre los occidentales venidos de "del otro lado del mundo" y los propios australianos que están de vacaciones.

No faltan atractivos alrededor de Cairns. Desde viejas posadas ubicadas en silvestres montañas de bosques tropicales como el Silky Oaks, hasta antiguos centros mineros rodeados de bosques pluviales como Kuranda. Se puede llegar a esta pintoresca población mediante un tren turístico regular que lo comunica con Cairns y que permite contemplar un atractivo paisaje desde sus vetustos vagones. Hoy Kuranda ha restaurado sus viejas casas y almacenes convirtiéndolos en galerías de arte y tiendas de artesanía, que hacen las delicias de los visitantes tras presenciar el espectáculo ofrecido por el conjunto de danza aborígen Tjapukai. No muy lejos se encuentra el Santuario Australiano de Mariposas de Kuranda, la reserva de mariposas más grande del mundo, según reconoce el libro Guinness de los récords. La nave principal consiste en una enorme estructura de aluminio y cristal que permite una capacidad de vuelo de 3.670 metros cúbicos. La construcción carece de entramados y pilares para sostener un tejado situado a una media de nueve metros de altura. La razón fundamental para la construcción de este gigantesco recinto fue el asegurar la adaptación en cautividad de las dos especies de mariposas australianas más espectaculares, las llamadas "*Ulysses*" y las "*Cairns Birdwing*". El río Barron permite practicar el rafting rodeados de una salvaje vegetación, mientras que el Wild World facilita la contemplación del mimoso



En la página derecha: El desierto rojo del centro de Australia reverdece ligeramente en primavera.

Los edificios históricos de Sidney resplandecen con el sol antes de que este se ponga por el horizonte de la bahía, cuando apetece navegar por sus aguas a bordo de un velero.

sueño de los koalas, agazapados durante el día entre las ramas de los eucaliptus. A una hora de distancia de Cairns se halla Port Douglas, puerto repleto de yates de lujo, galerías de arte y restaurantes refinados. Un contrapunto placentero a la región del "Outback".

"Outback", el estereotipo

Fuera de las grandes áreas habitadas que salpican las costas australianas se encuentra un interior rico pero hostil. Grandes espacios abiertos, distancias que parecen infinitas, y el polvo como compañero inseparable, son algunas de las características de estas tierras habitadas por gentes cuyo entorno ha forjado un carácter muy peculiar. Pequeños pueblos y grandes granjas ganaderas se suceden a través de las solitarias rutas transitadas de vez en cuando por grandes camiones de transporte, coches de las gentes de la región que vuelven de la ciudad, y trotamundos motorizados en busca de aventuras. Los *pubs* y la cerveza son los auténticos protagonistas de la vida social en los pueblos, cuando se cuentan increíbles historias de la lucha entre la naturaleza y el ser humano. Y entre medio, los colores ocres del "bush", salpicados de altos hormigueros que se alzan desde el suelo, flanquean la infinita línea recta del asfalto que dirige

la mirada del viajero hacia el horizonte inalcanzable. Es una magnífica ocasión para escuchar el himno nacional popular del país, que narra la historia de un trabajador rural itinerante que viaja con la única compañía de su vieja bolsa a la que ha bautizado con el nombre de Matilda, convertida en su fiel compañera bajo el cielo estrellado del desierto.

Nueva Gales del Sur, el estilo de vida

Llegar por primera vez a Sidney una tarde de sábado o domingo representa quedarse boquiabierto ante el estilo de vida de buena parte de su población, al contemplar la bahía de Port Jackson totalmente abarrotada de veleros multicolores que regresan de un día de navegación en el mar. Los embotellamientos habituales en las grandes ciudades europeas tras el fin de semana, tienen aquí su paralelismo en el regreso a casa de algunas familias de la ciudad, que lejos de las aglomeraciones motorizadas del "week end", prefiere la brisa marina y la sensación de libertad que supone el avanzar sobre las aguas empujados por el viento. Las poblaciones de los alrededores están plagadas de pequeños puertos capaces de acoger a veleros y yates de todos los tamaños y el clima favorece el empleo del fin de semana en el arte de la nave-

gación, interpretada por aquí como una mezcla entre deporte, relax y vida familiar. Poblaciones como Palm Beach o Manly, fueron antes afamados lugares de veraneo de los acaudalados habitantes de Sidney, pero hoy, con la facilidad de las infraestructuras y la rapidez de los transportes, son prácticamente extensiones de lo que en Europa llamaríamos la gran metrópoli. Las playas de arena se combinan con olas capaces de hacer las delicias de los jóvenes surfistas convertidos en el ejemplo del moderno joven australiano. Y si hay un mérito que otorgar a la capital de Nueva Gales del Sur, es que ha sabido aunar como ninguna otra las exigencias y necesidades de su vida económica con el bienestar de sus habitantes. Aparte de los rascacielos situados en el centro y las industrias instaladas en el oeste y sudeste de la ciudad, el resto de la urbe está plagado de zonas residenciales con un alto grado de habitabilidad, inspirada en la tradición británica pero combinada con el espacio y el clima de estas latitudes. Y es que en algunas zonas de la gran bahía, hay mansiones impresionantes por su amplitud, diseño y situación, pero en general todo el conjunto urbanístico posee una armonía envidiable por la práctica totalidad de las ciudades de la tierra. Como siempre, hay excepciones que confirman la regla, pero en general Sidney es una ciudad donde da gusto vivir y por supuesto visitar.

La ciudad ha acogido eventos internacionales deportivos como los Juegos Olímpicos del año 2000 y el Mundial de Rugby del 2003 entre otros. Sydney esté catalogada como una de las 15 ciudades más visitadas del mundo, con millones de turistas viniendo cada año a ver atracciones como el Jardín Botánico, el puerto de la ciudad, la Casa de la Ópera, etc, además de ser una de las ciudades más multiculturales del mundo, principal destino para inmigrantes a Australia.

En 1788, cuando llegó la primera flota de convictos traídos desde el Reino Unido, se estima que menos de 8.000 aborígenes habitaban las regiones aledañas a la ciudad actual. Arthur Phillip fundó la colonia penitenciaria en Port Jackson, más conocida como la bahía de Sidney. En abril de 1789, un aparente brote de viruela acabó con la vida de la mayoría de los aborígenes. Además de la viruela, una serie de enfrentamientos violentos entre los colonos y la población original acabó con más aborígenes, quedando pocos cientos de ellos hacia 1820. La llegada de inmigrantes procedentes de las islas británicas entre 1830 y 1850 motivó la aparición de casas en las afueras, y la ciudad se expandió rápidamente. La fiebre del oro de 1851 atrajo a muchos más inmigrantes a Australia, siendo Sidney para la mayoría, su primer punto de llegada.

En las últimas décadas, Sidney poco a poco se ha convertido en una ciudad cosmopolita debido a la llegada de inmigrantes de varias partes del





mundo, sobre todo asiáticos y árabes. El distrito financiero se extiende hacia el sur tres kilómetros desde la cala de Sídney hasta el área de la estación central y está rodeado al este por una cadena de zonas verdes y al oeste por el puerto de Darling, una zona turística repleta de restaurantes y una animada vida nocturna.

La Ópera y el Puente de Sídney

La casa de la Ópera y el Puente de la Bahía son las dos construcciones humanas que se alzan como símbolos urbanos, a los que hay que añadir la torre del Centre Point y el viejo barrio de las Rocas, "The Rocks", magníficamente restaurado y lugar donde comenzó la historia de Australia para el mundo occidental.

En Mayo de 1787, la primera flota "First Fleet" zarpó, con 11 barcos bajo el mando del capitán Arthur Phillip, desde Inglaterra con la intención de poblar Australia, una tierra que antes sólo había acaparado la atención de geógrafos y navegantes. El 18 de enero del año siguiente llegaron un total de 1.530 personas de las que 736 eran presidiarios y 211 guardias. Junto a un puñado de oficiales y personal civil, levantaron tiendas y refugios en la bahía Botany, trasladándose ocho días más tarde a Port Jackson, lo que hoy es "The Rocks". Tras años de hambre, revueltas de convictos y disputas entre las autoridades civiles y militares, se empezaron a construir almacenes y otros edificios. La nueva ciudad empezó a despuntar cuando se consiguió encontrar una ruta para atravesar las Montañas Azules, que interrumpían las comunica-



ciones con el interior de un territorio rico en todo tipo de recursos naturales y provocaban la dependencia total de Inglaterra. La época victoriana significó un salto de gigante y la construcción de edificios embellecieron la ciudad, que desplazó su centro hacia el sur, un poco más alejado del mar. The Rocks perdió importancia convirtiéndose poco a poco en un barrio modesto. Sin embargo hace algunos años se iniciaron profundos trabajos de restauración que lo han convertido en una zona histórica recuperada repleta de galerías de arte, tiendas y restaurantes y por tanto animada tanto por los turistas que visitan la ciudad, como por sus propios habitantes.

Los primeros también van a la Casa de la Ópera, para fotografiarse junto al edificio más famoso de toda Australia. Los segundos sólo cuando hay concierto en el auditorio que tiene una capacidad para 1.550 personas o participan en algún acto en la sala principal de 1.700 asientos o en alguna de las numerosas salas contiguas. El "Circular Quay" es la zona más concurrida, pues aquí se toman los ferrys o taxis acuáticos hacia cualquier lugar de la bahía. Para contemplar desde el aire toda la ciudad conviene subir a los miradores de la Centrepoint Tower, que con sus 304 metros de altura domina la hermosa urbe. Hyde Park, Moore Park y los Reales Jardines Botánicos son las zonas verdes más importantes, cuyos paseos pueden alternarse con la visita a edificios como el Strand Arcade, el Queen Victoria Building, la Royal Mint, y las compras en las modernas tiendas del centro o en los concurridos mercados callejeros.

Además de las dos localidades de Manly y Bondi, que poseen las playas más concurridas de

la gran metrópoli, en los últimos años está viviendo un desarrollo espectacular la zona de Darling Harbour o puerto de Darling, repleto de restaurantes, bares, tiendas y parques. También hay conciertos y otros eventos públicos. Sitios interesantes incluyen el jardín chino, el Museo Marítimo Nacional y el Acuario de Sídney.

Cerca de la Ópera se extienden los Jardines Botánicos Reales, con muchos ejemplares de árboles y plantas australianos y de otros países. El lugar de emplazamiento de los jardines, en una bahía del puerto, es de una gran belleza, y desde el mismo hay excelentes vistas de la ciudad, el Palacio de la Ópera y el Puente.

Las Montañas Azules

Una de las excursiones típicas desde Sídney es la de las Montañas Azules, región montañosa que colinda con el área metropolitana empezando aproximadamente a 50 kilómetros al oeste de la ciudad. Compuesta por una meseta de arenisca, hendida por una garganta de hasta 760 metros de profundidad. El punto más alto es el Monte Werong con 1.215 metros de altura sobre el nivel del mar. Una gran parte de las Montañas Azules forma parte del Entorno de Patrimonio Histórico de la Gran Área de las Montañas Azules, que consta de ocho parques nacionales y una zona de conservación.

La zona estuvo habitada durante milenios antes de la colonización europea en 1788. La Cueva de Manos Rojas, cerca de Glenbrook, por ejemplo, es un refugio de roca que contiene plantillas de manos de adultos y niños. En el lado sur de Queen Elizabeth Drive, los arqueólogos han descubierto

El puente y la ópera de Sídney son los auténticos protagonistas de la ciudad, en un puerto que cada vez es visitado por cruceros de más envergadura.





a Sídney y sus descripciones y observaciones fueron bastante acertadas.

Entre 1798 y 1813, se hicieron varios viajes de exploraciones a las montañas. La vegetación natural en las crestas es el bosque de eucaliptos. La vegetación de tipo brezal se presenta en los bordes de la meseta arriba de los riscos. Las gargantas abrigadas con frecuencia tienen bosques templados húmedos.

El clima varía con la altura. En Katoomba, la población más turística situada a 1.010 metros sobre el nivel del mar, las temperaturas en verano en el día son usualmente de 20°C con unos pocos días subiendo hasta los 30 °C. Las temperaturas usualmente son frescas. En invierno la temperatura es típicamente de 12 o 13°C en el día y de 2 a 3°C en las noches nubladas. Hay dos o tres nevadas por año. En las montañas más bajas, sin embargo, el clima es significativamente menos frío.

La Región de las Montañas Azules fue catalogada como Patrimonio de la Humanidad en 2000, debido a que la vegetación de eucaliptos de Australia es digna de reconocimiento de notable valor universal, por su adaptabilidad y evolución en el aislamiento en post-Gondwana. El sitio contiene una amplia y balanceada representación de hábitats de eucaliptos desde los húmedos y esclerófilos secos, brezales de *mallee*, así como pantanos, humedales, y herbazales.

Entre las atracciones turísticas destacan la llamada Escalera gigante, un camino peatonal que baja a un risco en el Valle Jamison, cerca de las Tres Hermanas, dando acceso a caminos naturales a través del valle; el Katoomba Scenic Railway, el más abrupto ferrocarril en el mundo de acuerdo al Libro Guinness y originalmente parte de las vías férreas de las minas de Katoomba. El cable de la línea del tren desciende 415 a por los riscos de arenisca, a través de un túnel de roca con un máximo gradiente de 52 grados. También en este lugar está el Scenic Skyway que atraviesa un brazo del Valle Jamison, y el Scenic Flyway, el más abrupto teleférico en Australia, todos integrados dentro del Parque Scenic World. Pero los turistas que llegan hasta aquí quedan asombrados por el paisaje.

Como asombra este inmenso país al visitante, que tiene la posibilidad de descubrir a cada paso una tierra diferente con una personalidad muy arraigada. La luz austral, el enorme espacio alejado durante años de lo que denominamos "civilización", y la variedad paisajística provocada por su enorme extensión, se combinan hoy con unas modernas infraestructuras, un carácter cosmopolita y un pronunciado amor a la naturaleza, que lo convierten en un combinado único y tremendamente atractivo. La lejanía es capaz de aumentar su magia y la inmensidad de su territorio lo hacen inabarcable, aunque representan un reto para recorrer sus largos pero fecundos senderos.

Para huir de los calores de Sídney, nada mejor que pasar unos días en las Montañas Azules donde las temperaturas son más frescas y el agua de las cascadas se precipita por los acantilados.

elementos de industria lítica usados para hacer punzones de piedra. Los colonizadores europeos inicialmente consideraron a la sierra como impenetrable. La idea era, hasta cierto punto, conveniente para algunas autoridades locales, quienes creían que las "insuperables" barreras de las montañas disuadirían a los convictos de tratar de escapar.

Un exconvicto fue el primer hombre que se conoce que cruzó las Montañas Azules. Después de haber sido liberado se fue al bosque, vivió entre los aborígenes e incluso sirvió como intermediario entre ellos y los colonizadores. Este hombre regresó



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 Agentes de Viajes





Un pequeño Versalles en la Sierra de Guadarrama La Granja de San Ildefonso

Texto y fotografías: Carlos González

Muy cerca de Madrid, a poco más de cien kilómetros, pero ya en Castilla y más concretamente en la segoviana vertiente norte de la Sierra de Guadarrama, se encuentra un lugar privilegiado cuyo nombre completo responde a REAL SITIO DE SAN ILDEFONSO.

Este municipio comprende otras pequeñas poblaciones, que también gozaron del beneficio de los reyes y de la naturaleza como La Granja de San Ildefonso, Riofrío y Valsain. Los Reyes Católicos donaron en el año 1477 a los monjes jerónimos unos terrenos donde estos fueron construyendo un monasterio con hospedería y una granja, todo ello bajo la advocación de San Ildefonso, así como plantaciones frutales para su consumo.

Este conjunto de edificios fueron conocidos como La Granja. Sería en 1720, cuando Felipe V e Isabel de Farnesio quedaron impresionados de la belleza de estos bosques segovianos, ordenando (1721) al arquitecto Teodoro Ardemans la construcción de un pequeño palacio de estilo barroco, en línea con los que poblaban Europa y con el complemento de unos grandes jardines a semejanza de las construcciones francesas de esta clase. Residencia veraniega de los reyes hasta Alfonso XIII, actualmente el Palacio conserva una

excelente colección de tapices, el más antiguo es el denominado de Isabel la Católica, flamenco de autor anónimo representa el nacimiento de Jesús, tiene forma de retablo y era usado por la reina en sus viajes como fondo de altar. Asombran otras piezas de gran tamaño y calidad, procedentes todas ellas de los famosos talleres de Bruselas y confeccionadas en los siglos XVI y XVII; como dato curioso conviene conocer que un metro cuadrado de tapiz requería el trabajo de un año de un tejedor. Mobiliario de época, una excelente colección de relojes, porcelanas, así como artísticas lámparas, muchas de ellas de la cercana Fábrica de Cristales, completan el contenido de este edificio barroco.

Pero el gran espectáculo lo tenemos en el exterior. Con el marco de los frondosos pinos serranos y distribuidas caprichosamente en los jardines del ya citado estilo francés, se encuentran veintiséis fuentes monumentales creadas por artistas franceses de la época. Basadas la mayoría de ellas en temas mitológicos, nos encontramos con nombres como "La Fama", "Los Baños de Diana", "El Canastillo", "La Cascada Nueva", "Neptuno", y así hasta veintiséis. Parte de las figuras son de plomo pintado para asemejarse al bronce, siendo otras de mármol. El agua que alimenta y da vida a estas obras de arte proviene de un

“... distribuidas caprichosamente en los jardines del ya citado estilo francés, se encuentran veintiséis fuentes monumentales creadas por artistas franceses de la época.”

estanque denominado "el Mar", situado en una cota mucho más alta, lo que hace que cuando se da paso al líquido algunos de sus surtidores, como el de "La Fama", superen los cuarenta metros de altura y otros como "El Canastillo", con su ingenioso juego llegue a empapar a todos aquellos que no siguen las instrucciones, aún cuando esto sea motivo de risas y jolgorio. El enorme gasto de agua que supone abastecer a estos ingenios hace que solo se puedan admirar en determinados días del año, como el 30 de Mayo, día de San Fernando, el 25 de Julio, día de Santiago, el 25 de Agosto, día de San Luis y otros de forma variable que conviene consultar, empezando las sesiones a las 17,30.

Otro de los alicientes de este bello lugar es la Real Fábrica de Cristales de La Granja. Unida en sus inicios al Palacio como un pequeño taller de vidrio plano para abastecerle de ventanas y espejos., ya en 1746 se comienzan a fabricar cristales labrados (franceses) utilizando plomo en su composición, en 1750 se





realizan vidrios entrefinos (alemanes). Su ubicación en estos parajes se debió a la abundancia de leña de los bosque aledaños para alimentar sus hornos, así como a la calidad de las arenas y las arcillas refractarias traídas de lugares próximos. Su esplendor lo consiguió en la época de Carlos III, cuando se construyó el edificio conservado hasta hoy. Es muy interesante visitar sus instalaciones y asistir a alguna demostración de como los "sopladores" fabrican objetos de vidrio de forma artesanal.

También pasear por su excepcional Museo del Vidrio y contemplar muestras de

"Y para reponer las fuerzas que menos que hacer los honores a un cochinillo asado al estilo segoviano, regado con un buen tinto de la Ribera del Duero."

las obras que durante siglos han salido de los hornos de esta factoría. En la actualidad sus talleres siguen en activo y en algunos casos creando obras de vanguardia sobre moldes antiguos, como las "lamparas de suspensión" que diseñan los jóvenes arquitectos Marta Alonso e Imanol Calderon (Descubrir el Arte, nº. 219).

Para descansar podemos acudir a los antiguos edificios de la "Casa de Infantes" y el "Cuartel de Guardias de Corps" donde Paradores de Turismo cuenta con uno de sus establecimientos más moderno y acogedores.

Después de pernoctar se puede completar el viaje con una breve visita al cercano Palacio de Riofrío (20 Km.). Isabel de Farnesio lo mandó construir (1751) en estilo italiano. En su interior se encuentra un interesante "Museo de la Caza", mobiliario de época con algunas pinturas de Velázquez y Rubens, así como tapices del siglo XVIII, de la Real Fábrica de Tapices de Santa Bárbara.

En el exterior, gamos y ciervos pastan en libertad bajo encinas centenarias. Como colofón, una visita a la cercana Segovia (a 10 Km de Riofrío y 11 Km de La Granja), para admirar su incomparable Acueducto romano (sobre 112 d.C.), sus iglesias románicas, como la de San Andrés (S. XII), contemplar su Alcázar con ese perfil de barco varado en el barranco que forman los ríos Eresma y Clamores, sorprenderse con su Catedral, iniciada en 1525 y de estilo gótico tardío, o la Sinagoga Mayor (actualmente convento del Corpus Christi) una de las mejor conservadas de España.

Y para reponer las fuerzas que menos que hacer los honores a un cochinillo asado al estilo segoviano, regado con un buen tinto de la Ribera del Duero.



SALIDAS GARANTIZADAS

Viajes con cupos aéreos a África, América, Asia, Europa y Oriente Medio

Ambassador Tours

2017

Un destino perfecto para recomendar a tus clientes

The Basque Route:

Una ruta de 7 etapas por las diferentes caras de Euskadi

Vista de San Sebastián

Euskadi te espera. Pero, ¿cuál, de entre sus diferentes caras, es tu favorita? ¿La de playas y pueblitos pesqueros? ¿La de ciudades que, parece, fueron creadas ayer? ¿La de bosques vestidos con niebla mañanera? ¿La de montes alfombrados con verdes prados? ¿La de carreteras solitarias (y con alguna que otra curva) que te conducirán hasta su mismo corazón? ¿La de viñedos que forman un paisaje espectacular? ¿Todas? No es fácil elegir, lo sabemos. Por eso hemos creado The Basque Route (#thebasqueroute), una ruta, con siete etapas, por las diferentes caras de Euskadi. Para que elijas la que más te gusta.

ETAPA 1 De Bilbao a Lekeitio. Siempre, siempre junto al Cantábrico

Tenéis una cita con el agua. Os la encontraréis junto al Guggenheim Bilbao, la seguiréis hasta un puente colgante único en el mundo y no la dejaréis marchar en todo el día. Bienvenidos a la Bizkaia del Cantábrico.

ETAPA 2 De Lekeitio a Zarautz. Menú del día: mar y montaña

¿Listos para coquetear con la Euskadi verde? La de las montañas, la que se esconde en los pliegues de los valles, la de los caseríos solitarios. Adelante.

ETAPA 3 De Zarautz a San Sebastián. ¿Destino? El Reino de la gastronomía

Estáis en Gipuzkoa. Lo sabréis por el olor a parrillada de pescado fresco, por las huellas que dejaron

los romanos 2000 años atrás, por un pueblo de cuyos pintxos se enamoró el New York Times y por otro que parece Venecia encerrada en un fiordo.

ETAPA 4 De San Sebastián a Vitoria-Gasteiz. Viaje al centro de la Gipuzkoa verde

En Euskadi 'hasta luego' se dice 'gero arte'. Así, entonad un 'gero arte' al mar porque os dirigís a la Euskadi de las postales, la de los prados y los hayedos, la de las sidrerías y los vasos en alto.

ETAPA 5 De Vitoria-Gasteiz a Laguardia. Dólmenes, viñedos, llanuras y titanio

Hay una Euskadi que huye de los tópicos y que hoy conoceréis. ¿Estáis listos para conducir a través de amplios campos de secano? ¿Preparados para descubrir un dolmen entre girasoles? ¿Y si os diérais un 'baño' en un mar de viñedos?



Marqués de Riscal. Rioja Alavesa

ETAPA 6 De Laguardia a Orduña. Donde nacen los ríos

No es fácil abandonar Rioja Alavesa, no lo es. Para mitigar su recuerdo obtendréis una panorámica sorprendente del valle del Ebro, conoceréis un paisaje salado y un par de cascadas de quitarse el sombrero.

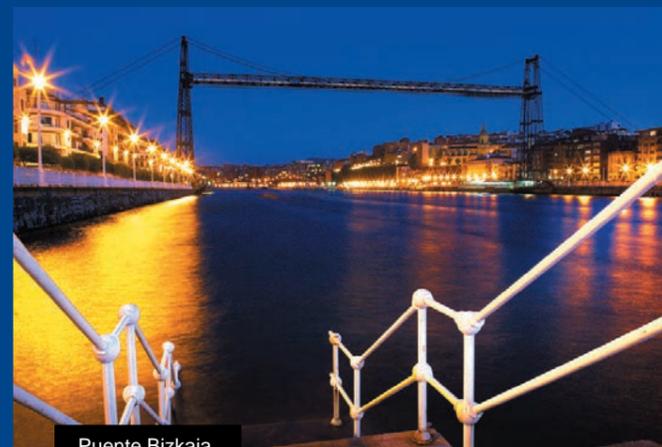
ETAPA 7 De Orduña a Bilbao. De la Edad Media hasta Bilbao (y más allá)

'El Botxo' os espera pero antes visitaréis un rincón muy poco conocido de Bizkaia, Las Encartaciones (o Enkarterri), y un subsuelo que deja huella, el del valle de Karrantza....Y volveréis a ver el mar.

<https://turismo.euskadi.eus/es/rutas/the-basque-route/aa30-12379/es/>



Geoparque de la Costa Vasca. Flysch de Zumaia



Puente Bizkaia

Una **experiencia** a tu medida

Y, una vez estés aquí, este verano, no puedes dejar de disfrutar de una experiencia inolvidable en cualquiera de las etapas del Basque Route. Nosotros te proponemos algunas ¡pero hay muchas más!

www.viajesporeuskadi.es

Surfing Zarautz: Pasa un fin de semana trepidante para toda la familia cargado de deporte y aventura en el que te vas a enamorar de Zarautz y sus olas.

Stand Up Paddle Surf en Txingudi. ¿Te gusta el surf? ¿Buscas realizarlo en tranquilidad, en silencio, fuera de la masificación? Hondarribia y el río Bidasoa te dan esa oportunidad irreplicable. En esta propuesta de Stand Up Paddle Surf (SUP), cada sesión te aporta energía y una experiencia diferente a la anterior.

Toca el cielo en Vitoria-Gasteiz. En Euskadi las montañas mueren en el bravo mar Cantábrico, formando acantilados que esconden pintorescos pueblos pesqueros y viñedos de Txakoli que desafían las leyes de la gravedad. También sus escarpadas cumbres y sus verdes valles se funden con los campos de cereal y con los mares de viñedos de Álava. Euskadi es una tierra de espectaculares paisajes y maravillosos contrastes.

Vuelo en Globo por el Nacimiento del Nervión. En Euskadi las montañas mueren en el bravo mar Cantábrico, formando acantilados que esconden pintorescos pueblos pesqueros y viñedos de Txakoli que desafían las leyes de la gravedad. También

sus escarpadas cumbres y sus verdes valles se funden con los campos de cereal y con los mares de viñedos de Álava. Euskadi es una tierra de espectaculares paisajes y maravillosos contrastes.

San Juan de Gaztelugatxe. Ruta en Barco: Roca, agua y viento. En San Juan de Gaztelugatxe la naturaleza ha desplegado toda su magia para hechizarte. El islote coronado por una rústica ermita emana un encanto sobrenatural, envuelto en leyendas. Ven a conocerlo de una manera diferente, desde el mar, sólo así podrás contagiarte de la plenitud de este místico enclave de la Costa Vasca que se quedará grabado en tu memoria.

Costa de Bizkaia. Ruta en Barco por Urdaibai. Enclavada en un remanso del Golfo de Bizkaia, la Reserva de la Biosfera de Urdaibai (23.000 Ha) está situada en la comarca de Busturialdea, en Bizkaia. Desde los acantilados y playas a los bosques y ríos del interior, pasando por las marismas y vegas fluviales, en Urdaibai concurre probablemente la mayor diversidad paisajística y ecológica de Euskadi.

Una pizca de sal en el Valle Salado. El Valle Salado, situada en la localidad alavesa de Salinas de

Añana, es un paisaje cultural y natural de la sal con más de 6.500 años y en pleno proceso de recuperación para devolverle su sostenibilidad. Esta experiencia te permitirá recorrer un lugar único en el mundo y conocer cómo se produce la Sal de Añana, considerada por los expertos y grandes cocineros como una de las mejores.

Bodega Submarina. El placer único de vinos envejecidos en el mar: Saborea el fruto de la crianza marina en la primera bodega submarina-arrecife artificial del mundo. Vinos envejecidos y atesorados bajo el mar que te ofrecerán un placer único que solo la magia del mar puede otorgar.

Jornada marinera en Pasaia. Empápate de la cultura marinera vasca en uno de los puertos más importantes e impresionantes de todo el norte de la península, el puerto de Pasaia, cuya orografía le ha proporcionado abrigo natural frente a la bravura del mar Cantábrico. El acceso natural al mismo es tan estrecho que parece imposible que pueda ser atravesado por un barco.

La Sidra y el Mar. Esta experiencia permite revivir la aventura de la caza de las ballenas, descubrir su vínculo con la sidra y saborear la gastronomía vinculada con ella, visitando museos, un paseo en barco y una comida en sidrería.

Territorio Idiazabal. Visita a queserías de Gorbeia: El Parque Natural del Gorbeia es el más grande de todo Euskadi. El Central Park de Bilbao y Vitoria-Gasteiz posee unos extensos espacios arbolados, animales, paseos interminables... Descansa en nuestro pequeño oasis: casas con encanto a las puertas del parque rodeadas de un entorno natural impresionante donde disfrutar del aire, las estrellas, los animales... en definitiva, una naturaleza libre

La Ruta del Flysch. Navegaremos por la costa del Geoparque de la Costa Vasca, desde Zumaia hasta Mutriku, pasando por Deba. Conoceremos los espectaculares acantilados del flysch, con una historia superior a 60 millones de años. Desembarcaremos en Mutriku para ver el puerto y el casco histórico, declarado conjunto monumental.



Valle Salado Añana. Recogiendo Sal



Sirviendose sidra directamente desde la barrica



Descenso del río Bidasoa practicando SUP. Puente internacional



Ordeñando ovejas en un caserío tradicional vasco en Abadiño

EUSKADI

Euskadi, bien común



www.euskaditurismo.eus

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.

ACAVE nos informa...



ACAVETRAVELLERS.COM
PREMIOS ALIMARA

El pasado 20 de abril 2017, se celebró la Noche de los Alimara, en el Campus Internacional de Turismo, Hotelería y Gastronomía CETT-UB donde se acogió la entrega de los Premios Alimara a la promoción turística nacional e internacional, los cuales este año se han renovado coincidiendo con su 33 edición. Impulsados por el Grupo CETT, conjuntamente con B>Travel, el Salón Internacional de Turismo de Cataluña. El acto de entrega de los premios, fue presidido por Jordi Baiget, Conseller de Empresa y Conocimiento de la Generalitat de Cataluña.



Durante la Noche de los Alimara, se entregaron 14 premios Alimara. Todos los galardonados fueron premiados por haber sobresalido durante el 2016 y principios del 2017, por la calidad del material generado en la promoción turística nacional e internacional. Dentro de

los galardonados, destacar el **PREMIO ALIMARA CAMPAÑA DE FIDELIZACIÓN**, otorgado a la web desarrollada por ACAVE, www.acavetravellers.com, y dirigida al consumidor final, distinguida por la calidad y seguridad de la información de su contenido.

CURSOS DE 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 organizó, durante los meses de febrero y marzo, tres Cursos Formativos, enfocados a aportar a nuestros asociados un conocimiento especializado y en los cuales participaron más de 40 agentes de viajes en cada una de las formaciones.

- o **22 de Febrero en Barcelona:** Uso de herramientas para el trabajo en equipo y planificación con Kanban.
- o **21 y 22 de Marzo en Barcelona:** Email Marketing (Active Campaign).
- o **4 de Mayo en Barcelona:** Cómo crear planificación de contenidos web/blog y redes sociales

FAMTRIP ALELLA
5 DE MAYO 2017

El pasado 5 de mayo la Gerencia de Servicios de Turismo de la Diputación de Barcelona conjuntamente con ACAVE organizaron para las agencias de viajes miembros de la Asociación, un famtrip para conocer ALELLA y su propuesta enoturística y modernista, a fin de conocer un poco más las variadas actividades y recursos que ofrece la provincia

de Barcelona y que dispongan de la mejor información en el momento de realizar la programación de sus viajes. Dicho famtrip constó de una visita de un día en Alella, teniendo la oportunidad de conocer la finca Bouquet Alella, quienes poseen 13 hectáreas de viñas plantadas desde hace más de 25 años, continuando con una visita de Alta Alella, donde se visitó una bodega de referencia familiar, finalizando un Tour por la Alella Modernista, acompañados del Arquitecto de Alella, el Sr. Salvador Ribas.



VIAJE LARGA DISTANCIA:
KENIA
23 ABRIL AL 2 MAYO 2017

En el mes de abril, del 23 de abril al 2 de mayo 2017, ACAVe celebró su viaje de larga distancia que en esta ocasión tuvo lugar en KENIA.

Se confeccionó un atractivo y completo programa que nos permitió 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, visitamos el 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. Participaron un total de 25 agentes de

viajes y el grupo regresó con un imborrable recuerdo de su estancia en este maravilloso país, y estamos convencidos que dicho viaje contribuirá a incrementar el flujo de turistas a Kenia.

I MEETING ACAVE
ANDALUCÍA
19-21 MAYO 2017

El pasado mes de mayo, ACAVe celebró su primer Meeting ACAVe, siendo el destino elegido Sevilla y El Rocío. Con esta nueva iniciativa, ACAVe quiere propiciar un encuentro distendido y de Networking entre los asociados, a la vez que conocer recursos y productos turísticos. Para este primer encuentro contamos con la inestimable colaboración de Turismo Andaluz, Diputación de Sevilla, Patronato Provincial de Turismo de Huelva, Visita Sevilla y Vueling Airlines, quienes confeccionaron un atractivo programa

que nos permitió por un lado establecer relaciones profesionales con el sector turístico andaluz en una Jornada de trabajo que se celebró el 19 de mayo, así como disfrutar de un agrada-

ble fin de semana visitando Sevilla y recorriendo parte del camino hacia la Aldea del Rocío y un agradable paseo en 4x4 por el Parque Nacional y Natural de Doñana.



WEB ACAVETRAVELLERS

La 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.

La 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 recopilan en diferentes categorías (aventura,

cultura, naturaleza y sol y playa). Para que sea más fácil encontrar la agencia de viajes, se incluye un buscador de agencias por especialización, así como un geolocalizador de agencias ACAVe.





**JORNADA SEGUROS:
LOS SEGUROS A DÍA DE HOY
01 JUNIO 2017**

ACAVe reunió en Barcelona el pasado 1 de Junio en el Auditorio del Museo de Historia de Catalunya a sus asociados a una jornada técnica bajo el título “**Los seguros a día de hoy**”, para que conocieran los nuevos productos sobre seguros, la situación actual existente en el mercado y como afecta al sector del turismo.

Martí Sarrate, Presidente de ACAVe destacó que “*aunque estamos a años luz de algunos países europeos, hoy la tendencia actual en España es que un buen seguro entra dentro de la planificación del cliente, cuando contrata una agencia de viajes. Los agentes de viajes somos los sufridores cuando un cliente tiene una incidencia. Nuestro esfuerzo en horas, dedicación y gastos de gestión es del todo tangible. Ese valor, ese trabajo tendría que reconocerse.*”

La primera mesa redonda con el título “**Los seguros de asistencia en viaje**” contó con la participación de Josep Garcia, Manager Turismo y Responsable Desarrollo Travel Aon; José Antonio Sartorio, CEO de Winsartorio Asesores de Seguros; Oscar Esteban, Director Comercial ERV; Jordi Ferrer, Director de Ferrer & Saret siendo moderado por Raífa García-Planas, Director General de Bontur Viajes y Vicepresidente Área Vacacional de ACAVe. Se han planteado temas como si las agencias de viajes están asegurando correctamente tanto

al cliente como a la propia agencia, los seguros de libre desistimiento (cancelación) o los gastos de gestión de la agencia de viajes.

Oscar Esteban recordó que “*en España solo contrata un seguro de viaje un 25% mientras que en Holanda es un 89% y en Dinamarca un 76%. Estamos muy lejos de acercarnos aún a estos países. Nos queda mucho trabajo por delante para concienciar al viajero de la necesidad de un seguro*” y sobre el conocimiento de los agentes de viajes sobre seguros, Jordi Ferrer destacó que “*nosotros somos agentes de viajes, no de seguros, pero no nos queda otra. Tenemos que tener a las aseguradoras como proveedores prioritarios porque son vitales, son nuestro aval y garantía. Para nosotros nuestra norma es que no sale viaje sin seguro*”.

Josep Garcia remarco que “*el agente de viajes está en el ojo del huracán, es la parte más débil. Es importante la obligatoriedad ordenada por la legislación. El ofrecimiento del seguro fideliza al agente y lo convierte en una garantía para el viajero.*” y José Antonio Sartorio sobre los siniestros comentó que “*cuando se produce una situación grave, el viajero contacta con la agencia de viajes. Las compañías de seguros constantemente están innovando con una legislación que cambia y se incrementa.*” La mesa redonda “**Las nuevas garantías de las agencias de viajes**” fue moderada por Catiana Tur, Gerente de ACAVe, que preguntó a los representantes de las aseguradoras sobre las diferencias entre la póliza de responsabilidad civil y la de caución; sobre si las

agencias de viajes están revisando y actualizando las pólizas de responsabilidad civil y sobre temas nuevos a incluir como la repatriación y sobre la nueva normativa destacando que “*Cataluña ha sido la pionera, ya tenemos una nueva normativa aprobada de la nueva garantía para proteger al consumidor y la Rioja también la acaba de aprobar. El resto de las CCAA también la están debatiendo y van a tener que aprobarlas.*” Josep Garcia destacó que “*se está pidiendo que la gente tenga una cobertura con el tema de la repatriación y creo que va a producirse en contadísimas ocasiones, no obstante las compañías aseguradoras ya tienen productos que cubren esta repatriación en caso que deban prestarse.*”

José Antonio Sartorio dijo que “*cuando se produce una insolvencia, la compañía aseguradora cubrirá los gastos de repatriación y de alojamiento previo en el caso de que sea necesario*” a lo que Catiana Tur añadió “*cuando una agencia de viajes se muestra insolvente afecta la reputación y la credibilidad del resto de las agencias, motivo por el cual es importante que las pólizas de caución sean efectivas y den respuesta en el momento en que se produce esta insolvencia.*”

Las diferencias entre viajes combinados y servicios de viaje vinculados también ha centrado el debate porque las agencias tienen que ofrecer la garantía y qué tipo de pólizas van a cubrir las: José Antonio Sartorio explicó que “*la diferenciación es compleja y complicada. Se está preparando una única póliza que combinará las dos*” y coincidió con Josep Garcia “*entendemos que tendría que ser una única póliza que cubra la facturación de las dos por parte de la agencia de viajes*”.

En la segunda mesa redonda “**Las nuevas garantías de las agencias de viajes**”, siendo moderada por Catiana Tur, Gerente de ACAVe contando nuevamente con la participación de Josep Garcia, Manager Turismo, Responsable Desarrollo Travel en Aon, José Antonio Sartorio, Ceo de Winsartorio.

Al concluir la Jornada se realizó una presentación y posterior visita al Museo de Historia de Catalunya a cargo de Margarida Sala, Directora.



**IV NOCHE DEL SOCI
29 JUNIO 2017**

ACAVe, celebró el 29 de Junio en el Baluard del Poble Espanyol la IV Noche del Socio, con la asistencia de más de 200 invitados que disfrutaron de la cita anual del sector. Para esta ocasión ACAVe convirtió la plaza en una carpa luminosa de fiesta mayor, inspirándose en las numerosas fiestas de verano que se celebran en todos los pueblos y ciudades. Martí Sarrate, Presidente de ACAVe dio la bienvenida y destacó en su intervención “*que el ambiente festivo y distendido que acompaña siempre a la Noche del Socio, también va acompañado de buenas previsiones para esta temporada estival, en la que se prevé batir nuevos records turísticos y en la cual, con un aumento del 10%, se consolida el crecimiento sostenido de las reservas en las agencias de viajes*”.

Como cada edición, la Asociación entregó los Premios Noche del Socio. En esta ocasión distinguió el blog publicado por los asociados en la web www.acavetravellers.com que más likes había recibido por parte de los usuarios en el Facebook de ACAVe y la anécdota más curiosa de los miembros adheridos.

**VIAJE CORTA DISTANCIA
ACAVE: AZORES
28 OCTUBRE AL 1 NOV 2017**

Del 28 de octubre al 1 de noviembre 2017, ACAVe celebrará su viaje, en esta ocasión a Azores. Desde que ACAVe en 1988 celebró su primer Congreso es costumbre de ACAVe organizar este tipo de encuentros que permitan por un lado, profundizar en la riqueza turística del

**SESIÓN FORMATIVA
AFECTADOS POR EL SII
6 DE JUNIO 2017**

El pasado día 15 de mayo de 2017 se hizo pública la Orden Ministerial HFP/417/2017, de 12 de mayo, donde se regulan las especificaciones normativas y técnicas para la llevanza de los libros registro de IVA a través de la sede

electrónica de la Agencia Tributaria. Por ello el 6 de Junio en Barcelona y el 7 de Junio en Madrid, ACAVe realizó una sesión informativa para los afectados del SII, que fue impartido por Sr. Javier López y Eva González del despacho C.L.M Asesores, asesores fiscales de ACAVe. Acudieron a estas sesiones representantes de más de 50 empresas que obligatoriamente tendrán que acogerse a este nuevo sistema.



Los premiados fueron:

Mejor blog en “acavetravellers.com”: Xavi Fernández Viajes. Con Islas Cook “El pequeño Paraíso”

Mejor anécdota de un Miembro Adherido: MedVisit con MediVisit y la Sal a la Vida”.

El grupo “The Bob Standards” amenizó la velada con su música mientras los invitados disfrutaron de un cóctel cena. Qatar Airways y Vueling han participado como sponsors de este evento ineludible de ACAVe, habiendo contado también con la colaboración de Autocares Juliá, Font de Prades y Poble Espanyol.

destino elegido y por otro, fomentar e intensificar las relaciones y colaboraciones profesionales entre nuestros agentes y el sector turístico del destino elegido. Se ha confeccionado un atractivo y completo programa que nos permitirá conocer la Ciudad de Punta Delgada y en profundidad la isla de San Miguel: Furnas, el Jardín Botánico Terra Nostra, Mirador de Santa Iria, Ribeira Grande, las Lagoas de Sete Cidades y Fogo, y donde tendremos la oportunidad tam-

bién de realizar una salida al mar para la observación de cetáceos. En esta ocasión, contamos con la inestimable colaboración de la Oficina de Turismo de Azores, Azores Airlines y Melo Travel. Desde la Junta Directiva de ACAVe queremos haceros partícipes de la gran ilusión que hemos puesto en este viaje y os animamos a participar y celebrar este acontecimiento. **Para más información** pónganse en contacto con maria-pla@acave.travel

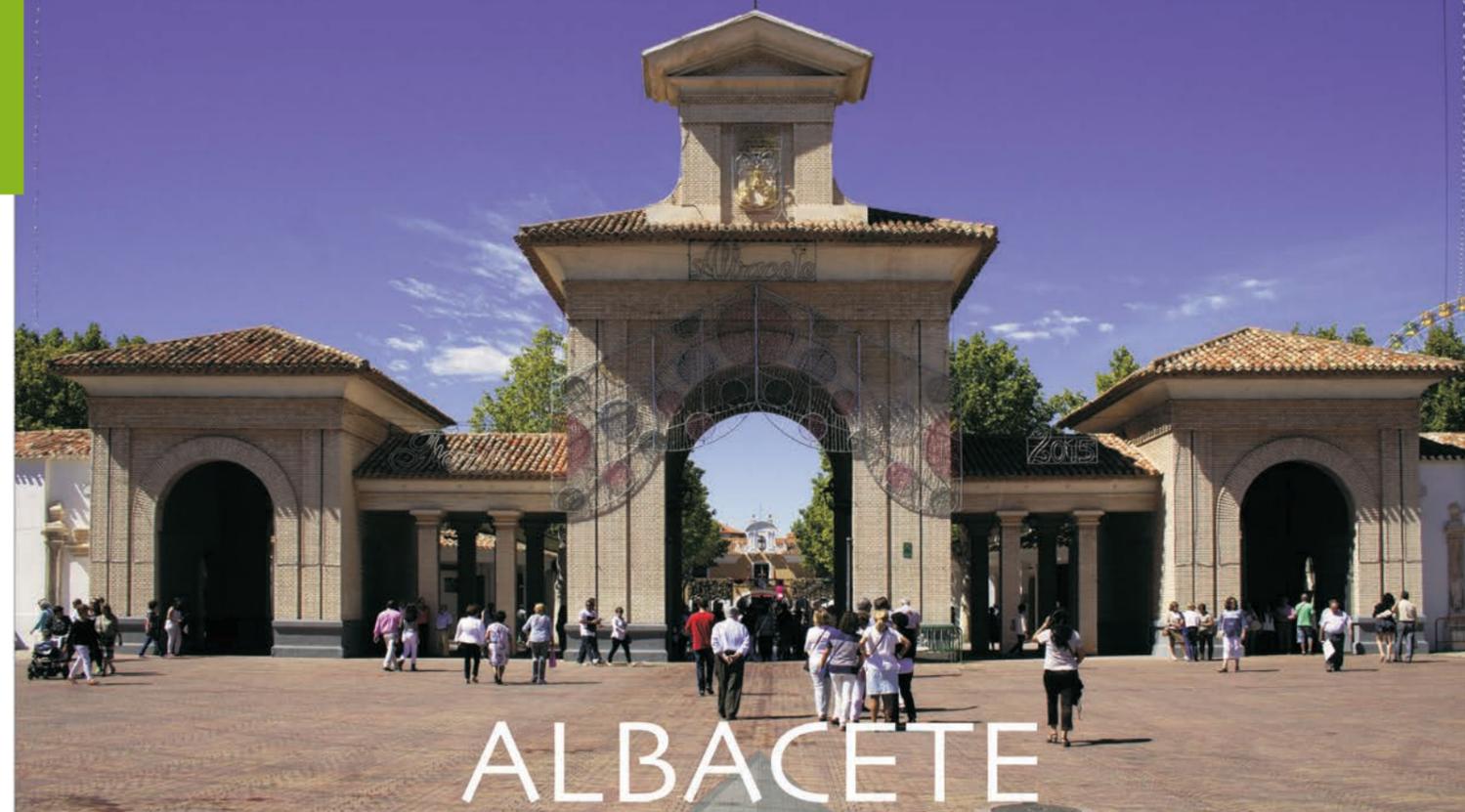


ACAVE CONSTATA QUE LAS RESERVAS PARA EL VERANO AUMENTAN UN 10%, CONSOLIDÁNDOSE EL CRECIMIENTO

El número de reservas de viajes para este verano se consolida con el aumento del 10% según la encuesta que ACAVe realiza entre sus asociados. La tendencia al alza iniciada ya en los años anteriores se mantiene. Se consolida también el hecho que el consumidor reserva con mayor antelación, el 50% de las agencias consultadas confirma que entre 3 y 6 meses antes de las vacaciones veraniegas los consumidores reservan sus vacaciones y el 45% entre uno y tres meses. El consumidor es consciente de que reservando con una mayor antelación sus vacaciones puede conseguir unas mejores condiciones, así como asegurarse la contratación de los servicios y productos turísticos que son de su interés. Igualmente destacar que los consumidores depositan su confianza en las agencias de viajes a la hora de contratar sus vacaciones. Martí Sarrate destaca que *“las agencias de viajes nos hemos convertido en la garantía de seguridad para que el consumidor disfrute de sus vacaciones plenamente y si encuentra algún percance se resuelva de manera rápida y eficiente, y este hecho lo valora cada vez más el consumidor”*. El sector se muestra optimista ante la consolidación del aumento de reservas, señala que de cara al mes de septiembre las perspectivas también son muy buenas. La relación calidad-precio sigue siendo un factor importante para escoger un destino, aunque no es el único. La consolidación de un entorno con una mayor estabilidad laboral genera que la mayoría de consumidores planifique con mayor antelación porque ha visto que obtiene

mejores condiciones que reservando a última hora. Otro factor a tener en cuenta que corrobora el optimismo es que la duración de los viajes también se ha alargado y se sitúa entre los 8 y 15 días de media, con un gasto medio entre 1.500 y 2.500 euros. Los viajes de larga distancia siguen siendo los preferidos para la temporada estival, en la cual el consumidor dispone de un mayor tiempo para disfrutar de sus vacaciones. Los destinos de playa destacan por encima del resto en los viajes nacionales: Islas Baleares y Cataluña siguen posicionándose en primer lugar, Andalucía pasa a segundo lugar seguido de las Islas Canarias. El norte de España, País Vasco, Navarra y Galicia por su paisaje y su gastronomía son preferidos por los consumidores que prefieren disfrutar de la montaña y del turismo interior y se va posicionando La Rioja como un enclave para disfrutar también de sus rutas a parte de sus reconocidos viñedos. En destinos de media distancia, Europa continúa manteniendo la demanda. Si bien, alguna de las capitales europeas como París y Londres han notado un ligero descenso de la demanda debido a los recientes atentados terroristas, cada vez más aumentan otros destinos europeos como pueden ser Rusia y los Países Escandinavos con una mayor demanda. Los cruceros por el Mediterráneo y los cruceros fluviales por Europa son productos también al alza, debido a la comodidad que suponen para el viajero, a la buena relación calidad-precio y por la apuesta constante de las compañías na-

vieras mejorando sus buques y sus prestaciones. Respecto a los destinos de larga distancia, destacan rutas y viajes organizados a Asia, destinos como Japón (con grandes promociones y una muy buena relación calidad-precio), Indonesia, Tailandia, Vietnam, India y Estados Unidos, Canadá, Cuba, México y Costa Rica también destacan como destinos en el continente americano. En África destacan los productos de safari como Kenia y Madagascar. Desde un punto de vista receptivo, las agencias de viajes prevén también una muy buena temporada con nuevos records turísticos, destacando el aumento de los mercados francés, alemán, estadounidense y árabe, así como el buen comportamiento del mercado británico, del holandés, del belga y del canadiense. También se constata el crecimiento del mercado ruso, ya iniciado en el 2016. Asimismo destacar el crecimiento del turismo interior, sobre todo debido al mercado de proximidad nacional. Desde la Asociación se remarca la importancia de contratar las vacaciones a través de una agencia de viajes, pues son las únicas que de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente pueden organizar y comercializar viajes combinados, ofreciendo en este caso a los viajeros las debidas garantías y la asistencia en el caso de que se produzca alguna incidencia durante el viaje. Martí Sarrate destaca la importancia de que los consumidores comprueben que la empresa con la que están contratando sus vacaciones, dispone de todas las garantías legales establecidas. En este sentido destaca la puesta en marcha este año de la web www.acavetravellers.com en la que se pueden consultar todas las agencias de viajes asociadas, que están obligadas a dar cumplimiento al Código Ético de ACAVe y que disponen de las garantías legalmente establecidas. Asimismo pone en valor el servicio ofrecido por las agencias de viajes asociadas, que no se limitan a la organización y comercialización de los viajes, sino que en caso de incidencias que puedan tener lugar durante el viaje, trabajan para ofrecer soluciones a sus clientes, defendiendo los intereses de los pasajeros ante los proveedores, como puede ser el caso de retrasos y cancelaciones en vuelos.



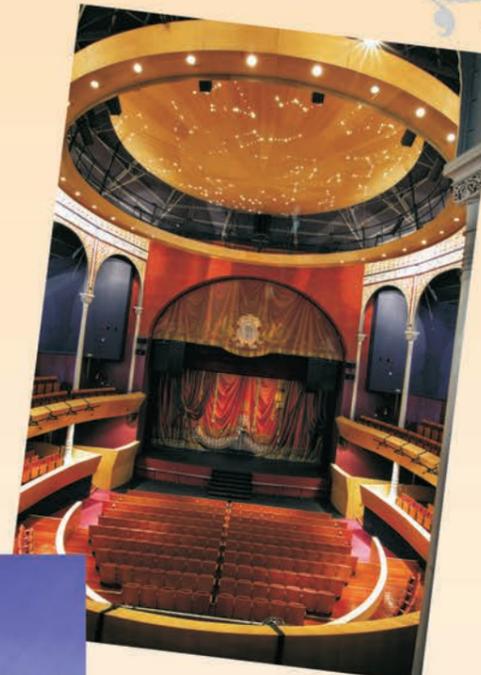
Una FERIA para los sentidos

DEL 7 AL 17 DE SEPTIEMBRE

Una ciudad por descubrir
Te esperamos!



● Pasaje Lodares



● Teatro Circo



● Museo de la Cuchillería





AVIBA nos informa...



AVIBA RENUEVA SU IMAGEN

La Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de las Islas Baleares nació hace 40 años, cuatro décadas marcadas por la ilusión y la defensa de los intereses de los agentes de viajes. Era el año 1977, España se abría al asociacionismo y ahí quisimos estar nosotros apostando fuerte por los colectivos involucrados en la industria turística. En aquel momento ya se preveía que Baleares iba a ser un referente a nivel mundial en cuanto a vacaciones. Lo que hizo AVIBA desde un primer momento fue acompañar, durante esa transición, a las fuerzas políticas existentes pero siempre desde una perspectiva apolítica y sin ánimo de lucro.

AVIBA PIDE UN PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO PARA LAS ISLAS BALEARES

El presidente de AVIBA, Toni Abrines, ha solicitado al gobierno de las Islas Baleares un Plan Estratégico de Turismo que recoja una serie de medidas con el fin de impulsar la competitividad de las empresas relacionadas con el sector turístico y mantener nuestras islas como destino prioritario para todas aquellas personas que, año tras año, deciden visitar nuestro archipiélago. Un plan que además genere mayor riqueza y empleo así

Actualmente las Agencias de Viajes integradas en AVIBA representan básicamente el 90% del turismo que llega a Baleares, tanto internacional como nacional, y los Tour Operadores representados en España por las Agencias de Viajes con sus sedes centrales en Baleares movilizan más del 50% del tráfico turístico nacional. La evolución de nuestra agrupación ha sido imparable desde que un grupo de distinguidas personas que representaban esos inicios decidieron abanderar el proyecto que hoy está perfectamente consolidado en nuestra comunidad. Conscientes de esa evolución, y de que los tiempos han cambiado, AVIBA está apostando en los últimos meses por un cambio de imagen, más moderna y acorde a los nuevos tiempos y a nuestra realidad. Somos Mediterráneo y eso significa ser mar, sol, infinitas puestas de sol, horizonte, luz... en definitiva, AVIBA, y Baleares, es azul y es amarillo. Por ello, la primera idea fue cambiar los colores que nos identificaban. Orgullosos de nuestro anterior logotipo, con el que hemos convivido estas cuatro

como bienestar de los ciudadanos porque "no hay que olvidar que todos, directa o indirectamente, vivimos del turismo en nuestra tierra" ha remarcado Abrines. Para ello es imprescindible elaborar un decálogo que recoja las principales necesidades del sector turístico, un plan sostenible y que perdure en el tiempo sin tener que depender de cambios políticos. Por este motivo, desde AVIBA se insta a que participen todas las fuerzas políticas representadas en el Parlamento Balear, un plan que nazca con capacidad de consenso. Tal y como apunta Abrines, "tiene que existir voluntad de todas las partes implicadas y el reconoci-

décadas, buscamos en esta nueva etapa esos colores más mediterráneos, que ríamos representar bajo nuestras siglas todo lo que viene siendo la unión de Baleares y las agencias de viaje. Por ello, y manteniendo el mismo acrónimo, decidimos destacar nuestra luz a través de dos colores; el azul y el amarillo anaranjado que simbolizan el mar, el cielo y la caída del Astro Sol.

Por otro lado, buscamos algo sencillo pero a la vez lleno de simbolismo porque la realidad del siglo XXI está marcada por las líneas más sobrias. La inmediatez con la que vivimos, motivado seguramente por el impulso de las nuevas tecnologías, nos llevó a imaginar líneas rectas y rápidas que, en un simple vistazo identificaran nuestro logotipo con la realidad balear. Y así nace la nueva AVIBA; letras en un azul que nos recuerda al cielo, con un toque marino a su paso por la IB de nuestras siglas; porque la profundidad del Mediterráneo no se podía obviar y así marcaba la distinción que nos hace únicos y manteníamos la unión de lo que representamos: las Islas Baleares, y un toque de puesta de sol que rememora todas las tardes de verano en las que, desde cualquier punto de Baleares, hemos soñado y trabajado por defender los intereses de nuestra agrupación, por hacer de nuestras islas un destino único con el que sueñan millones de personas de cualquier rincón del mundo y, por supuesto, acompañar, con seguridad, a todos nuestros residentes que año tras año desean conocer nuevos horizontes más allá de nuestra tierra.

miento de que el turismo es el motor que impulsa la economía de nuestras islas, que sea participativo y que sea abierto". La conectividad, los excesos de un determinado tipo de turismo y la necesidad de impulsar nuestra promoción interior así como fidelizar nuevos intereses turísticos, que vayan más allá del sol y playa, hacen más que justificable que nos pongamos todos en marcha a trabajar con todos los recursos que sean necesarios, bajo la experiencia de los expertos en la materia que puedan basar sus planteamientos en la experiencia, y dentro de un marco normativo que garantice la calidad y la innovación de nuestro turismo.



ÉXITO DE PARTICIPACIÓN EL LA II EDICIÓN SA NIT D'AVIBA

A finales de junio, y por segundo año consecutivo, AVIBA celebraba su encuentro de agentes de viajes, directivos y empresas del sector. Una velada que se caracterizó por la afluencia de personas que vinieron a pasar un buen rato y a compartir experiencias con otros profesionales. Iniciamos la velada al cierre de las oficinas y cuando el sol decidía darnos tregua en estos días marcados por un calor algo sofocante. Por ello, no pudimos elegir mejor marco; al lado de nuestro mar

y con unas vistas inmejorables a la Catedral y al Castillo de Bellver. Antes de servir el *finger food* se dio paso a unos breves discursos por parte del presidente de AVIBA, Toni Abrines, que aprovechó la ocasión para presentar la nueva imagen corporativa de la Agrupación. Además intervinieron los cuatro Patrocinadores Premium del evento; Iberia, Interriás, Tramuntana y Amadeus, que explicaron y proyectaron unas imágenes de sus modelos de gestión, intervino también la autoridad institucional que nos acompañó durante la velada. Hubo sorteos de viajes, fines de semana en hoteles etcétera. La noche avanzaba con ritmo y música pinchada por Juan Campos, un DJ muy



conocido en las islas y que puso el broche a una noche cargada de simbolismo. El presidente de AVIBA, Toni Abrines, destacó la presencia de parte de los socios fundadores y de la mayoría de presidentes que han estado al frente de la Agrupación, lo que le dio un carácter más institucional con respecto a la edición pasada. "Precisamente porque no se cumplen 40 años todos los días hemos querido dar a este encuentro un carisma formal pero sin restar diversión a nuestra fiesta. La combinación de ambos ha resultado perfecta" ha apuntado Abrines. La velada finalizaba a media noche, con risas, buen ambiente y pensando en poner fecha para la tercera edición.



AAVOT nos informa...



AAVOT COLABORA CON EL GOBIERNO DE CANTABRIA PARA DIFUNDIR EL AÑO JUBILAR LEBANIEGO

El presidente de la Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria (AAVOT), Eduardo García, y el consejero de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria, Francisco Martín, han firmado un acuerdo de colaboración para la difusión del logotipo del Año Jubilar Lebaniego. De esta manera, la Asociación se compromete a divulgar la imagen del acontecimiento en todas aquellas activi-



dades e iniciativas que desarrolle a lo largo del año.

La conmemoración de "Cantabria 2017, Liébana Año Jubilar" es un acontecimiento internacional que atrae a multitud de peregrinos, lo que sin duda supone una oportunidad única para dar a conocer la Comunidad Autónoma de Cantabria, favoreciendo su desarrollo en sectores como el económico, social o cultural, y la difusión de su imagen como una marcha de calidad turística reconocida basada en los valores culturales, históricos, naturales, etc., de la región, lo que sin duda redundará en be-

neficio mutuo de ambas entidades. AAVOT y el Gobierno de Cantabria coinciden en la necesidad de aunar esfuerzos para dar una difusión adecuada y coordinada a la conmemoración del evento, a través de las actuaciones que cada una realiza en su propio ámbito. Son conscientes de que gran parte del éxito de la celebración del "Año Jubilar Lebaniego" depende, en gran medida de una ambiciosa campaña publicitaria elaborada por el ejecutivo cántabro y apoyada por distintas entidades representativas de intereses sociales en todos los ámbitos.

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 workshops CEAV.

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

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 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.



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



www.ceav.info

PARÍS Y SU REGIÓN



El Comité Regional de Turismo de París Ile-de-France (CRT), 1er operador turístico del destino, es su interlocutor para desarrollar sus relaciones comerciales y su volumen de negocios con el conjunto de los socios turísticos de París y su región.

París y su región es un destino turístico de excepción. Además de albergar un patrimonio histórico y de gran valor, lo atractivo de París Ile-de-France es su increíble capacidad para renovar una oferta que combina perfectamente tradición y creación actual.

El CRT pone a su disposición los documentos, las herramientas, las informaciones y los contactos que le permitirán desarrollar y distribuir una oferta cualitativa, innovadora y adaptada.

El CRT es su interlocutor para desarrollar sus relaciones comerciales y su volumen de negocios con el conjunto de los socios turísticos de París y su región.

Les presentamos una descripción de los productos así como los contactos de los 14 profesionales franceses, socios turísticos de París y su región:

Alain Ducasse Entreprise - Châteaux&Hôtels Collection, Artventures France, Bateaux- Mouches, Château de Versailles, Choice Hotels Europe, Extrapolitan /L'Open Tour, Fiap Jean Monnet, Le Nord-Est Parisien, Les Hôtels de Paris, Lido de Paris& Bateaux Parisiens, Meeting the French, Oficina de Turismo de Versailles, Paris Musées y Vedettes de Paris.

Podrán descubrir en exclusiva las novedades así como lo esencial de la programación cultural de París y su región en 2017-2018 en la guía oficial del destino para los profesionales franceses e internacionales del turismo: novedades, excursiones, turismo de historia, impresionismo, París de noche, informaciones prácticas...

Les proponemos nuevos servicios para sus clientes desde la llegada, en uno de nuestros **12 centros de información turística** (9 están situados en los aeropuertos y 3 en los principales sitios turísticos; Disneyland Paris, Versailles, Galeries Lafayette), donde sus clientes podrán adquirir los productos turísticos que habrán reservado con antelación como el Paris Museum Pass, tarjetas de transporte, de Wifi, etc.

¡Descubran con nosotros las mejores propuestas de París y su región!



Más información en
pro.visitparisregion.com

ALAIN DUCASSE ENTREPRISE CHÂTEAUX & HÔTELS COLLECTION

Presidida por Alain Ducasse, Châteaux & Hôtels Collection, reúne a chefs y hoteleros independientes. Con 585 hoteles, es toda una referencia de la hospitalidad con encanto y de la cocina gastronómica en Europa.

Contacto: *Gwenola Mermel*
gwenola.mermel@alain-ducasse.com www.alain-ducasse.com

ARTVENTURES FRANCE

Agencia receptiva especializada en servicios de alta calidad de transporte por ruta y de guías-conferenciantes. Organizamos visitas guiadas personalizadas de París y las regiones francesas para individuales y grupos, creamos circuitos a medida y paquetes de lujo...

Contacto: *Didier Jordan*
contact@artventures-paris.com
www.artventures-paris.com

BATEAUX-MOUCHES

¡La auténtica compañía en París!
Cenas, almuerzos y paseos turísticos en un entorno excepcional.

Contacto: *Venilia Borrego*
v.borrego@bateaux-mouches.fr
www.bateaux-mouches.fr

CHÂTEAU DE VERSAILLES

Grandes exposiciones y visitas guiadas acompañan al visitante al descubrimiento de este famoso lugar de la historia.

Contacto: *Christophe Didier*
christophe.didier@chateauversailles.fr
www.chateauversailles.fr

CHOICE HOTELS EUROPE

Segunda franquicia en el mundo con más de 6.500 hoteles en más de 35 países y territorios. Nuestras marcas Ascend Hotel Collection® (4*), Clarion® (4*), Quality™ (3/4*) y Comfort™ (2/3*).

Contacto: *Marie-Laure Pin*
mlpin@choicehotels.fr
www.choicehotels.com

EXTRAPOLITAN

Ofrece recorridos turísticos en autobuses de dos pisos en algunas de las ciudades más atractivas del mundo. Nuestro operador en París es L'OpenTour.

Contacto: *Paula Villanueva*
paula.villanueva@extrapolitan.com
www.extrapolitan.com

FIAP JEAN MONNET

Centro Internacional de Alojamiento y Conferencias, ubicado en el corazón de París, es un lugar de intercambio cultural e intergeneracional único.

Contacto: *Sandra Cebarec*
cebarec@fiap.fr
www.fiap.fr

LE NORD-EST PARISIEN

A un paso del centro de París, esta región dinámica, donde conviven historia y modernidad, ofrece lugares excepcionales, acontecimientos de renombre internacional y variedad de alojamientos.

Contacto: *Katia Sekula*
k.sekula@tourisme93.com
www.tourisme93.com

LES HÔTELS DE PARIS

Una experiencia única que ofrece una selección de 20 hoteles con encanto ubicados cerca de los sitios históricos y culturales más famosos de París.

Contacto: *Jean-Pierre Desjeunes*
jpdesjeunes@leshotelsdeparis.com
www.leshotelsdeparis.com

LIDO DE PARIS - BATEAUX PARISIENS

Lido de Paris invita a disfrutar de una velada excepcional con platos y champagne de alta calidad y un espectáculo lleno de luces, música...y muchas sorpresas. Líder en cruceros fluviales, Bateaux Parisiens les invita a descubrir París como nunca antes lo había visto.

Contacto: *Patricia Mejías*
patricia.mejias@sodexo.com
www.lido.fr / www.bateauxparisiens.com

MEETING THE FRENCH

Desde 2005, París cuenta con la Agencia Receptiva de Turismo Meeting the French. Descubra el auténtico París a través de nuestras experiencias gastronómicas, culturales y de ocio.

Contacto: *Maria Wazar*
maria@meetingthefrench.com
www.meetingthefrench.es

OFICINA DE TURISMO VERSAILLES

Organiza y comercializa prestaciones turísticas para los grupos: itinerarios de un día para descubrir el Palacio al igual que la ciudad, fines de semana, estancias... Propuestas y presupuestos a su disposición para viajes de incentivos laborales, noches de gala en Versailles y sus alrededores, seminarios, congresos al igual que las reservas hoteleras grupales.

Contacto: *Stéphanie Koch*
skoch@ot-versailles.fr
es.versailles-tourisme.com

PARIS MUSÉES

Los 14 museos municipales de París, reagrupados en el organismo público Paris Musées, atesoran colecciones excepcionales. Tanto los visitantes particulares como los grupos tienen a su disposición un variado programa de actividades culturales, destacando las visitas con guías especializados.

Contacto: *Adeline Boiret*
adeline.boiret@paris.fr
parismusees.paris.fr

VEDETTES DE PARIS

En Vedettes de Paris les esperamos todos los días del año, al pie de la Torre Eiffel, para una maravillosa visita de París. Descubriremos los monumentos parisinos más importantes a lo largo del río Sena.

Contacto: *Marine Cortot*
m.cortot@vedettesdeparis.com
www.vedettesdeparis.com





ofrecerá esa posibilidad: una increíble pista de hielo de dimensiones olímpicas. ¿Estabas soñando esquiar?, pues otro centro comercial te ofrece una pista de esquí de más de 400 metros de longitud y 60 metros de desnivel, por supuesto, con remontes y todo lo necesario para practicar este deporte. Si tu pasatiempo favorito son las compras, encontrarás las mejores marcas del mundo en decenas y decenas de centros comerciales. Todos limpios, cuidados en todos los detalles, con enormes aparcamientos por los que vale la pena dar una vuelta para ver una multitud de coches de última tecnología y donde la mayoría son de los más caros del mercado (Toyota Land Cruiser es para ellos lo que un Seat Ibiza puede ser para nosotros). Lo curioso es que muchas de las calles no tiene aceras para peatones, pero quién andaría por ahí, con un calor sofocante y teniendo en cuenta que la gasolina tiene un precio que no voy a mencionar para no cabrearles. Tampoco se ven muchos chalets con jardines, pero es que dicen que cuando empiezan a hacer un agujero para un arbolito, enseguida sale petróleo y ya no saben que hacer con él. Es verdad que el agua en Dubai es más cara que la gasolina.

¿Qué se puede ver en Dubai? Muchas cosas y muy variadas. El edificio más alto del mundo *el Burj Khalifa* está ahí dominando el panorama con sus 828 metros de altura. Se puede subir a una terraza situada a unos 550 metros de altura. La vista -qué os voy a contar- se podría definir

en dos palabras, como suele decir uno de nuestros personajes de revistas del corazón: In-Creíble. El hotel Burj Al Arab es otro ejemplo de una impresionante arquitectura y del mayor de los lujos. El Centro comercial Dubai Mall con más de 1.200 tiendas, es otro lugar de obligada visita: con un acuario de 16 metros de altura, una cascada de 4 pisos, restaurantes, bares, pista de hielo y tiendas, tiendas y más tiendas con todo lo que uno se puede imaginar y más. Se pueden pasar ahí varios días y no aburrirse en absoluto. En el exterior es imprescindible ver el espectáculo de agua luz y sonido que tiene lugar cada 30-40 minutos, aproximadamente, el lago es impresionante.

“... otra cultura, otro clima, ciudadanos diferentes y lo que, sobre todo, salta a primera vista, otro poderío económico.”

The Palm, unas islas artificiales construidas a semejanza de una palmera, están llenas de chalets de lujo que desgraciadamente solamente se pueden apreciar desde las terrazas de los rascacielos que están algo alejados, salvo si eres propietario de una de estas mansiones o tienes amigos que viven ahí y te inviten (yo tuve la suerte de poder entrar con una invitación), para que puedas soñar un rato.

Jumeirah Beach Residence y *Jumeirah Marina Promenade Towers* también merecen

Dubai, el rico emirato del Golfo Pérsico

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

Esta vez algo totalmente distinto a los anteriores destinos; otra cultura, otro clima, ciudadanos diferentes y lo que sobre todo "salta a primera vista", otro poderío económico. Dubai, porque este es el emirato que os propongo visitar esta vez es, hasta ahora, el más rico y desarrollado de todos los emiratos del Golfo Pérsico. Es algo totalmente diferente. No necesariamen-

te tiene que gustar, pero nadie que haya estado allí puede quedar indiferente. La sorpresa es total. En pleno desierto han construido una ciudad totalmente nueva. Y cuando uno es un emirato inmensamente rico y añadir más ceros a los millones no presenta ningún problema, solamente la fantasía es el límite. Una arquitectura increíble, lo último en tecnología, los últimos

avances en todas las facetas están ahí y además con el propósito de que tiene que ser lo mejor y finalmente lo es. Si en un clima muy caluroso donde la mayor parte del año las temperaturas no bajan de 30°C y en verano llegan hasta los 50°C, uno tiene ganas de refrescarse e ir a patinar sobre hielo, una escapada a uno de los numerosos centros comerciales te



la pena ser visitados. Edificados con la misma idea que Venecia pero con la diferencia de que por los canales pasean, en vez de góndolas, lo último en yates, lanchas, motos acuáticas, etc.

Es obligatorio coger el metro. El no va más en tecnología. Sin conductor, controlado por ordenador, limpiísimo, silencioso, puntual, con vagón de primera clase y otro solo para las mujeres y niños.

Dar una vuelta por el desierto en un lujoso Range Rover o Hummer conducidos por expertos guías será una buena manera de obtener una estupenda dosis de adrenalina y después de las excitantes bajadas, subidas, saltos por las dunas y toda clase de piruetas se puede sentar uno en un oasis, comer algo, dar una vuelta a los lomos o mejor dicho a la joroba de un camello, ver el baile de los *derviches* y contemplar la puesta del sol sobre el desierto de Dubai. Y por último... soñar con un jardincito que tenga un agujerito del que brote maravilloso oro negro.

P.D. Cambio un piso en el centro de la ciudad, con todas las comodidades, por una pequeña parcela en Dubai. El agua no es necesaria. Con un agujerito que supure petróleo me bastará. Sabré que hacer con él.

“...las calles no tienen aceras para peatones, pero quién andaría por ahí, con un calor sofocante y teniendo en cuenta que la gasolina tiene un precio que no voy a mencionar, para no cabrearles.”



Estrenamos la nueva clase Turista Premium

Disfruta la experiencia de volar en la nueva clase Turista Premium, con embarque preferente, más equipaje, asientos más anchos, más espacio entre filas y una pantalla individual más grande donde disfrutar de los últimos estrenos.

Iberia, cada día es el primer día.

iberia.com



Consulta en iberia.com los destinos de largo radio en los que está disponible la clase Turista Premium.

MARRUECOS

Nuestro Territorio

desde 1980



 luxotour